



GOBIERNO *de*
GUATEMALA

MINISTERIO DE
EDUCACIÓN

Currículo Nacional Base -CNB-



Emprendimiento para la
Productividad
Orientación Comercial

Nivel de Educación Media
Ciclo de Educación Básica



GOBIERNO *de*
GUATEMALA

MINISTERIO DE
EDUCACIÓN



INEBOC



**Emprendimiento para la
Productividad
Orientación Comercial**

**Nivel de Educación Media
Ciclo de Educación Básica**

Autoridades del Ministerio de Educación

Claudia Patricia Ruíz Casasola de Estrada	Ministra de Educación
Annelisse Lainfiesta Soto de Zepeda	Viceministra Técnica de Educación
María del Rosario Balcarcel Minchez	Viceministra Administrativa de Educación
Carmelina Espantzay Serech de Rodríguez	Viceministra de Educación Bilingüe e Intercultural
Edna Leticia Portales de Núñez	Viceministra de Educación Extraescolar y Alternativa

Coordinación general Magali Aguilar de Flores

Especialistas Docentes de los Institutos Nacionales de Educación Básica con Orientación Comercial
Carlos Alejos
Dirección General del Currículo - Dige-cur-
Cristina Gabriela Mérida Álvarez, Universidad de San Carlos de Guatemala

Equipo de Diseño y Diagramación Dirección General de Currículo -Dige-cur-

Primera Edición - Guatemala, 2023

© Ministerio de Educación (Mineduc)
Dirección General de Currículo (Dige-cur)
6º calle 1-36 zona 10, Edificio Valsari, 5º nivel, Guatemala, C.A. 01010
Teléfono: (502)2362 3581 - 2334 8333 - 2362 2457
www.mineduc.gob.gt/dige-cur
www.mineduc.gob.gt

El Ministerio de Educación se preocupa por utilizar un lenguaje que no discrimine ni contenga sesgo de género. En este documento se ha optado por usar el masculino genérico clásico, entendiendo que este incluye siempre a hombres y mujeres; niños y niñas.

Las imágenes corresponden al banco de recursos del Ministerio de Educación. Este documento se puede reproducir total o parcialmente, siempre y cuando se cite al Ministerio de Educación (Mineduc) como fuente de origen y que no sea para usos comerciales.

Estimado Docente

El Ministerio de Educación con el propósito de apoyar y promover mejoras en el desarrollo del proceso educativo nacional y consciente de la importante labor que realiza con los estudiantes de su centro educativo, le proporciona las mallas curriculares con orientación comercial, que por lo establecido en el Acuerdo Ministerial No. 3764 -2018, se deben desarrollar con los componentes del Currículo Nacional Base del área de Emprendimiento para la Productividad, las cuales han sido diseñadas para orientarle en el ejercicio docente.

Los tres componentes responden a nuevos enfoques pedagógicos adecuados al contexto. Cada uno cuenta con tres competencias de área y grado, indicadores de logro y contenidos. Estos cambios fortalecen los criterios de evaluación, que ahora aparecen en una columna adicional, para visualizarlos durante la planificación.

En la nueva estructura curricular de la orientación comercial, se han vinculado los recursos tecnológicos con la planificación y ejecución de proyectos de emprendimiento, asimismo, con los principios de la administración económica y financiera, que constituyen elementos esenciales en el contexto comercial.

Como facilitador del área, deberá seleccionar y utilizar los diferentes medios adecuados a la orientación comercial, para transformar en significativos los saberes prescritos en el diseño curricular.

Atentamente,


M.Sc. Claudia Patricia Ruiz Casasola de Estrada
Ministra de Educación



Perfil de egreso

El perfil del estudiante que egresa del Nivel de Educación Media, Ciclo de Educación Básica, agrupa las capacidades y habilidades cognitivas, actitudinales y procedimentales que los estudiantes deben aplicar al egresar del ciclo, en los ámbitos del ser, hacer, conocer, convivir y emprender en los diferentes contextos en que se desenvuelve. Dichas capacidades y habilidades se agrupan de la manera siguiente:

1 **Practica los valores en su ámbito individual, familiar y comunitario, en el marco de los derechos humanos para promover una cultura de paz, equidad e inclusión.**

Orienta su conducta en función de una convivencia armónica. Esta, es necesaria para su realización como persona en los diferentes ámbitos; así mismo, para que se desempeñe con principios de justicia y promoviendo la participación colectiva.

2 **Aplica destrezas de pensamiento lógico, científico, reflexivo, crítico, propositivo, creativo, orientado al bien común; en la vida cotidiana.**

Aplica destrezas de pensamiento de alto nivel cognitivo que le permiten reflexionar, emitir juicios críticos, pensar de forma científica, proponer, construir nuevos aprendizajes y resolver creativamente situaciones cotidianas, orientado al bien común.

3 **Se comunica seguro y efectivamente en distintos idiomas valorándolos como elemento importante de la cultura.**

Se comunica en forma oral y escrita, seguro y efectivamente; además, se expresa en un idioma extranjero valorando todos los elementos de la cultura. Utiliza diferentes códigos verbales y no verbales para comunicarse en diferentes contextos y con distintos propósitos.

4 **Actúa con dignidad e identidad individual, comunitaria y colectiva manifestando orgullo de ser guatemalteco.**

Relaciona y argumenta, con base en hechos, los procesos sociales, culturales e históricos de Guatemala y del mundo. Esto lo hace para comprender y valorar su realidad lo que contribuye a que se sienta parte del constructo social guatemalteco, esforzándose por ello.

5 **Aplica diversas tecnologías y saberes en proyectos de emprendimiento, fundamentados en principios de desarrollo sustentable, en diversos ámbitos (escolar y comunitario).**

Aplica las tecnologías y saberes, utilizándolos en proyectos que favorecen el emprendimiento para el desarrollo sustentable, en diversos ámbitos como el escolar y el comunitario.

6

Valora diversas manifestaciones artísticas naturales y culturales y se expresa por medio de ellas.

Valora las expresiones artísticas con identidad nacional para motivar la creatividad individual y colectiva. Además, desarrolla la sensibilidad artística como medio de expresión de sus emociones mediante el arte y su vinculación con otras áreas de aprendizaje.

7

Utiliza en forma responsable los bienes y servicios socioambientales para la conservación y mejoramiento del medio ambiente.

Asume comportamientos que evidencian el reconocimiento de que los recursos naturales se constituyen como bienes y servicios vinculados con el ámbito social y ambiental que pueden agotarse y por ello, deben utilizarse en forma racional, procurando su rescate, conservación y a la vez, contribuir a que futuras generaciones tengan la oportunidad de satisfacer sus propias necesidades en armonía con el medio ambiente.

8

Cuida su salud mediante la práctica de ejercicio físico, deporte, normas de salud y seguridad.

Asume un estilo de vida saludable, mediante actividades físicas deportivas y recreativas que coadyuvan a la comprensión de un bienestar social, mental, emocional y físico. De esta manera puede interactuar socialmente con respeto, pensamiento estratégico, trabajo en equipo e inclusividad entre otros.

9


Actúa con autonomía al tomar decisiones responsables, basadas en conocimientos, principios y valores.

Actúa con autonomía al tomar decisiones responsables. Considera las implicaciones individuales, colectivas y ambientales a corto y mediano plazo; basadas en conocimientos, principios y familia.

10

Dialoga para lograr consensos y el manejo efectivo de conflictos.

Reconoce sus emociones con el fin de desarrollarse como un ser humano respetuoso de la diversidad, las normas sociales y legales; mediante el diálogo, mejora sus relaciones interpersonales.



Área curricular

Emprendimiento para la Productividad Orientación Comercial

Descriptor

El área desarrolla competencias y actitudes que permiten a los estudiantes realizar emprendimientos por medio de la transformación de productos, atendiendo a las necesidades con ideas creativas. Brinda herramientas, métodos y técnicas orientadas a la ejecución de proyectos desde la teoría a la práctica, mediante el trabajo individual y en equipo, con el propósito de identificar propuestas para la mejora de la calidad de vida.


Se orienta hacia la formación integral del ser humano, permitiendo a los estudiantes participar activamente en procesos de desarrollo económico, social y cultural en su entorno familiar, escolar y comunitario. Propicia la vivencia de la interculturalidad, la equidad social, el respeto a la diversidad y el aprendizaje intergeneracional.

Fomenta el liderazgo mediante procesos de autogestión de proyectos sustentables y sostenibles, con bases económicas y financieras planificadas y presupuestadas, que promuevan una economía saludable. Propicia el uso de tecnologías de la información y la comunicación, así como las tecnologías productivas, culturalmente diversas y pertinentes en múltiples ámbitos.

Los proyectos tienen como base la responsabilidad social y el análisis del entorno, tomando en cuenta los principios éticos y ambientales para mantener un equilibrio sostenible. En estos se considera, tanto el trabajo intelectual como el material en las diversas formas de organización de procesos productivos.

Los cambios en el nuevo diseño del área incluyen tres componentes: Emprendimiento, Tecnología para la calidad y Administración de recursos económicos y financieros, que desarrollan aprendizajes para promover iniciativas creativas e innovadoras en la formulación y ejecución de proyectos, sin perder de vista las tecnologías alternativas que fomentan el desarrollo sostenible; con una responsabilidad individual y social mediante el manejo inteligente de la administración de recursos económicos y financieros.

El enfoque del área orienta a la convivencia donde los estudiantes comparten espacios en común para alcanzar las competencias que garanticen aprendizajes significativos para la vida y se desenvuelvan como líderes emprendedores con visión autogestora y oportunidades para alcanzar el éxito.





Competencias de área

1. Ejecuta iniciativas emprendedoras orientadas a la productividad con responsabilidad social.
2. Emrende procesos productivos mediante el uso de la tecnología para mejorar la calidad en la producción de bienes y servicios con responsabilidad social.
3. Administra recursos económicos y financieros en el desarrollo de proyectos que sean sustentables, sostenibles y con responsabilidad social.

Componentes

1. Emprendimiento: promueve el espíritu emprendedor como elemento fundamental para el desarrollo y promoción de iniciativas creadoras e innovadoras. Provee espacios para la formulación y ejecución de proyectos productivos con compromiso y enfoque de responsabilidad social.
2. Tecnología para la calidad: fomenta la educación para el desarrollo sostenible mediante la producción de bienes y servicios, utilizando los avances tecnológicos y las tecnologías alternativas con control de calidad, considerando las normas de seguridad, puntualidad en la entrega y mejora de los procesos de producción.
3. Administración de recursos económicos y financieros: practica la responsabilidad individual y social en la elaboración de presupuestos que incluyan el principio del ahorro, los riesgos de inversión y la cultura tributaria. Lo anterior, en beneficio propio y de la población, la valoración de dinero, entre otros; permitiendo desarrollar una economía saludable y sostenible en la ejecución de proyectos familiares y comunitarios.



Orientación Comercial Técnicas de Mercadeo

Descriptor

La orientación comercial de Técnicas de Mercadeo explica las estrategias efectivas e innovadoras, que forman parte de los procesos de mercadeo utilizadas en el mundo empresarial. Se presentan los conceptos fundamentales del mercadeo, como: tipos de mercadeo, técnicas de mercadeo, el análisis de mercado del micro y macro entorno, aspectos básicos de la gestión de procesos, marca e introducción al mercadeo digital y la publicidad. Se destaca el papel de la tecnología en el mercadeo actual, proponiendo el uso de la publicidad en línea, el correo electrónico y las redes sociales en los procesos mercantiles.

Las habilidades que se desarrollan en los estudiantes por medio de esta orientación, les permiten un mejor desenvolvimiento en el ámbito académico y del mercado. Adquieren la capacidad de realizar investigaciones para identificar oportunidades comerciales. Por medio del análisis de la información que obtienen, están en capacidad de determinar tendencias comerciales y realizar propuestas efectivas en los ambientes donde se desempeñen.

La capacidad de análisis, el desarrollo de estrategias para la resolución de problemas y la creación de propuestas entre otros, inciden directamente en la toma de decisiones basadas en información, así como el desarrollo del pensamiento lógico, reflexivo, crítico, propositivo y creativo.



Malla curricular

Orientación Comercial Técnicas de Mercadeo

Primero Básico

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
1. Utiliza los conocimientos de mercadotecnia para apoyar la solución a problemas sobre las necesidades de su entorno.	1.1. Define los conceptos básicos fundamentales de mercadeo y su desarrollo histórico.	<ul style="list-style-type: none"> Describe antecedentes históricos de mercadeo. Parafrasea la definición de mercadeo y otros conceptos básicos. Identifica los tipos de mercadeo. 	1.1.1. Antecedentes históricos de mercadeo
			1.1.2. Conceptos básicos de mercadeo
			1.1.3. Introducción de mercadeo
			1.1.4. Tipos de mercado
	1.2. Argumenta sobre el desarrollo de la mercadotecnia como un proceso social de intercambio de productos.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica las características del proceso mercadológico. Analiza el impacto de la mercadotecnia en el contexto social. Explica la importancia del intercambio de productos en la comunidad. 	1.2.1. Fundamentos sociales del mercadeo
			1.2.2. Técnicas de mercadeo
			1.2.3. Necesidades y motivos de consumo, según la pirámide de Maslow
	1.3. Identifica las necesidades en el campo de estudio y los fines del mercadeo.	<ul style="list-style-type: none"> Conoce procesos de negocios orientados a la satisfacción del cliente. Investiga las necesidades de su comunidad. Enlista los fines del mercadeo. Propone procesos de negocios orientados a la satisfacción del cliente. 	1.3.1. Proceso de negocios orientados a la satisfacción del cliente
			1.3.2. Bienes y/o servicios orientados a la satisfacción de las necesidades de la comunidad
1.3.3. Fines del mercadeo			
2. Planifica procesos relacionados con el posicionamiento en el mercado de compra y segmentación.	2.1. Reconoce patrones de mercadeo en el comportamiento del consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> Parafrasea la definición de consumidor. Analiza el comportamiento del consumidor frente a la promoción de un producto. 	2.1.1. El consumidor
			2.1.2. Comportamiento del consumidor
			2.1.3. Procesos básicos de las técnicas de mercadeo

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
		<ul style="list-style-type: none"> Explica los procesos básicos de las técnicas de mercadeo. 	
	2.2. Explica el proceso de compra de un producto para posicionarse en el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> Explica la forma de posicionar un producto en el mercado. Aplica estrategias de mercadeo para promocionar el producto. 	2.2.1. Proceso de compras 2.2.2. Las 4 fases del proceso de compra: <ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento del problema Investigación Toma de decisiones Acción
	2.3. Expone el proceso de segmentación de mercado y la inducción al conocimiento de la marca.	<ul style="list-style-type: none"> Dramatiza el proceso de segmentación de la población. Enumera los tipos de segmentación. Diseña la marca de un nuevo producto. 	2.3.1. Segmentación del mercado 2.3.2. Tipos de segmentación de mercado 2.3.3. La Marca <ul style="list-style-type: none"> - Base Legal - Características
3. Establece procedimientos para administrar la oferta y la demanda comercial de productos y/o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes.	3.1. Identifica las características de la empresa en relación a la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de su entorno.	<ul style="list-style-type: none"> Parafrasea la definición de empresa. Enlista las características de una empresa. Investiga qué empresas se encuentran en su comunidad y cuáles son sus fines. 	3.1.1. Empresa 3.1.2. Características de una empresa 3.1.3. Clasificación de las empresas de acuerdo a diferentes criterios: <ul style="list-style-type: none"> - Por su tamaño: - Según su actividad: - Según su capital: - Según su ámbito de actuación
	3.2 Describe el entorno comercial y relaciona los precios del producto en el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> Investiga sobre negocios que ofrecen el mismo producto y/o servicio. Compara precios del mismo producto y/o servicio dentro y fuera de su comunidad. Socializa los hallazgos de la cotización de un producto. 	3.2.1. Macro entorno 3.2.2. Micro entorno 3.2.3. Precio del producto en el mercado

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
		<ul style="list-style-type: none"> • Parafrasea la definición de oferta y demanda. 	
	3.3. Expone el proceso para fijar el precio de un producto o servicio en función de la oferta y la demanda.	<ul style="list-style-type: none"> • Establece las diferencias entre los conceptos oferta y demanda. • Describe los aspectos importantes para la fijación del precio de un producto. 	3.3.1. Oferta y demanda 3.3.2. Equilibrio de oferta y demanda 3.3.3. Elementos para asignar el precio de un producto en el mercado
4. Establece la importancia de las 4P dentro del campo de la mercadotecnia.	4.1. Describe los elementos de las 4P de la mercadotecnia y su trascendencia para la venta.	<ul style="list-style-type: none"> • Parafrasea la definición de producto, precio, plaza, promoción y venta. • Enlista las características de un vendedor. • Menciona diferentes estrategias de venta. 	4.1.1. Las 4P de la mercadotecnia (producto, precio, plaza, promoción)
			4.1.2. Definición de venta
			4.1.3. Características de un vendedor
			4.1.4. Estrategias de venta
	4.2. Analiza los tipos de venta y canales de distribución que se emplean en su comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Describe los canales de distribución que utilizan las empresas. • Investiga los tipos de ventas que existen en su entorno. • Determina las funciones e importancia de los canales de distribución. 	4.2.1. Tipos de venta
			4.2.2. Canales de distribución
			4.2.3. Funciones de los canales de distribución
	4.3. Practica estrategias de promoción en el mercado de acuerdo a las variables: negocio, público, objetivo y recurso disponible para la venta.	<ul style="list-style-type: none"> • Promociona productos de consumo diario. • Establece objetivos de ventas en diferentes actividades. • Analiza los recursos disponibles para una venta. 	4.3.1. Promoción
			4.3.2. Estrategias de promoción
4.3.3. Relaciones públicas			

Malla curricular

Orientación Comercial Técnicas de Mercadeo

Segundo Básico

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
1. Clasifica empresas que ofrecen productos y servicios, por niveles, ciclo de vida de los productos y marcas.	1.1. Describe los niveles y ciclos de vida de los productos de una empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Enumera productos de su consumo. • Enlista los niveles de vida de diferentes productos. • Investiga los ciclos de vida de diferentes productos. 	1.1.1. Producto
			1.1.2. Niveles del producto
			1.1.3. Ciclos de vida del producto
	1.2. Identifica las características de la marca y otros signos distintivos, así como el procedimiento normado para su registro.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce las características de marcas en particular. • Describe el procedimiento normado de registro de una marca en el Registro de Propiedad Intelectual. • Conoce la ubicación geográfica del Registro de la Propiedad Intelectual en la ciudad capital. 	1.2.1. La Marca y otros signos distintivos. - Funciones - Legislación aplicable.
			1.2.2. Características de la marca
			1.2.3. Registro de la marca
			1.2.4. Registro de la Propiedad Intelectual de Guatemala - Ubicación geográfica
	1.3. Describe la actividad comercial de una empresa de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> • Nombra diferentes tipos de servicios. • Describe las actividades comerciales de una empresa de servicio. • Adquiere conocimientos básicos para la actividad comercial. 	1.3.1. Definición de los servicios
			1.3.2. Clasificación de los servicios
1.3.3. Características de los servicios			
2. Aplica los componentes del precio para determinar costos de los productos y servicios, para la comercialización.	2.1. Calcula el precio de un producto determinado, tomando en cuenta los factores internos y externos para lograr la utilidad de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Compara los factores internos y externos para determinar la utilidad de una empresa. • Comercializa el producto creado. 	2.1.1. Precio
			2.1.2. Factores internos que intervienen en la fijación del precio
			2.1.3. Factores externos que intervienen en la fijación del precio

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
		<ul style="list-style-type: none"> Determina la utilidad del producto comercializado. 	2.1.4. Enfoques para la fijación de precios
	2.2. Identifica los canales de distribución para llevar el producto al consumidor final.	<ul style="list-style-type: none"> Establece los diferentes canales de distribución para promocionar el producto en su entorno. Describe el proceso que se utiliza para llevar el producto al consumidor. Analiza las decisiones del consumidor frente a determinados productos. 	2.2.1. Plaza o distribución 2.2.2. Distribución y sus métodos 2.2.3. Consideraciones de distribución
	2.3. Clasifica las empresas que actúan como intermediarios mayoristas en su comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> Juzga el impacto que tienen las grandes empresas en la comunidad. Deduce un esquema que enmarque la importancia de las empresas mayoristas dentro de su comunidad. Explica el proceso de venta en grupos mayoristas. 	2.3.1. Ventas al por mayor 2.3.2. Características de empresas que actúan como intermediarios mayoristas 2.3.3. Clasificación de los intermediarios mayoristas
3. Emplea la mezcla promocional en la administración de la fuerza de venta en la empresa.	3.1. Promociona de manera creativa el producto de una empresa para posicionarlo en el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> Emplea diferentes estrategias para vender un producto. Describe los elementos de la mezcla promocional. Utiliza medios tecnológicos a su alcance, para posicionar el producto en el mercado. 	3.1.1. Promoción 3.1.2. Mezcla promocional 3.1.3. Promoción de ventas

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos	
	3.2. Proyecta acertadamente el producto de una empresa, a través de las relaciones públicas en su comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Crea una dependencia de relaciones públicas en su centro educativo. • Convoca a una conferencia de prensa para lanzar o relanzar un producto. • Planifica la grabación de un anuncio publicitario. 	3.2.1. Relaciones públicas 3.2.2. Noticias, discursos y conferencias 3.2.3. Eventos especiales, materiales escritos, actividades de servicio público y proyección social de la empresa 3.2.4. Sitio web	
	3.3. Identifica los procesos de reclutamiento de personal idóneo de acuerdo a su capacidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Compara perfiles de puestos en publicaciones de prensa. • Socializa información relevante de los procesos de inducción. • Diseña y aplica instrumentos de supervisión y evaluación. 	3.3.1. Administración de la fuerza de ventas 3.3.2. Diseño de estrategia y estructura 3.3.3. Reclutamiento, selección, capacitación y compensación 3.3.4. Supervisión, evaluación	
	4. Produce campañas publicitarias de mercadeo, en los distintos medios de comunicación de su comunidad.	4.1. Diseña pautas publicitarias tomando en cuenta el lenguaje, simplicidad y eficacia de la publicidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Graba un anuncio publicitario. • Publica un anuncio publicitario en internet. • Diseña afiches para campañas publicitarias. 	4.1.1. La publicidad 4.1.2. Lenguaje publicitario 4.1.3. Notoriedad de marca 4.1.4. Industria publicitaria
	4.2. Realiza campaña publicitaria, seleccionando un medio de publicidad para promover la venta del producto de la empresa en su comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Diseña afiches publicitarios para un producto. • Coloca afiches en lugares concurridos en de la comunidad. • Utiliza la tecnología para desarrollar una campaña publicitaria. 	4.2.1. Técnicas de publicidad 4.2.2. Propósitos de la publicidad 4.2.3. Desarrolla una feria mercadológica con el auspicio de empresas de su localidad	

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
	4.3. Determina los medios de comunicación y el presupuesto para la publicidad de un producto o servicio.	<ul style="list-style-type: none"> • Enlista medios de comunicación escrita y visual. • Transmite un anuncio publicitario en un canal de televisión local. • Enumera las acciones a realizar y obviar en materia publicitaria. 	4.3.1. Selección de medios: escritos y visuales 4.3.2. Mezcla de medios 4.3.3. Presupuesto publicitario 4.3.4. Qué hacer y no hacer en materia publicitaria

Malla curricular

Orientación Comercial Técnicas de Mercadeo

Tercero Básico

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
1. Diseña la marca de un producto optimizando los recursos tecnológicos a su alcance	1.1. Plantea formas para promover un producto con la ayuda de la publicidad como fin primordial para la ejecución de ventas.	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta diferentes diseños de un producto. • Identifica los beneficios de un producto. • Impulsa la marca del producto en su entorno. 	1.1.1. Formas para diseñar una marca
			1.1.2. Promoción de producto
			1.1.3. Beneficios de un producto
			1.1.4. Elementos para introducir una marca
	1.2. Identifica la importancia de la publicidad para llevar el producto al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Parafrasea la definición de publicidad de mercadeo. • Enlista los objetivos de la publicidad. • Lanza una campaña publicitaria en su entorno. 	1.2.1. Publicidad de mercadeo
			1.2.2. Objetivos de la publicidad
			1.2.3. Campaña publicitaria
	1.3. Establece objetivos de mercadeo para diseñar mensajes publicitarios y transmitir a los clientes el valor del producto.	<ul style="list-style-type: none"> • Enumera los objetivos de mercadeo. • Diseña mensajes publicitarios. • Concientiza a los clientes sobre la adquisición de un producto. 	1.3.1. Objetivos de mercadeo
			1.3.2. Estrategias de ventas exitosas
1.3.3. Llevar el producto al cliente			
2. Ejecuta el mercadeo digital a través de métodos y estrategias financieras que permitan la expansión y distribución de un producto.	2.1. Aplica diferentes técnicas y estrategias de distribución y mercadeo, utilizando tendencias actuales.	<ul style="list-style-type: none"> • Describe estrategias de ventas personales. • Replica estrategias de ventas exitosas. • Propone diferentes estrategias de distribución. 	2.1.1. Estrategias de ventas personales
			2.1.2. Estrategias de ventas exitosas
			2.1.3. Llevar el producto al cliente
			2.1.4. Elementos para introducir una marca
	2.2. Utiliza métodos actuales de mercadeo para	<ul style="list-style-type: none"> • Determina el impacto de la tecnología en la publicidad. 	2.2.1. Métodos actuales de mercadeo

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
	proporcionar la venta de su producto en internet.	<ul style="list-style-type: none"> • Establece la importancia de la publicidad en la venta de un producto. • Aplica el mercadeo digital para la promoción de un producto. 	2.2.2. Mercadeo por internet 2.2.3. Ventajas del uso del internet
	2.3. Evalúa el uso de la tecnología a efecto de promoción y publicidad para la venta de un producto por internet.	<ul style="list-style-type: none"> • Determina el impacto de la tecnología en la publicidad. • Explica la importancia de la publicidad para la venta de un producto. • Aplica el mercadeo digital para la promoción de un producto. 	2.3.1. Mercadeo digital 2.3.2. Tecnología aplicada a la publicidad 2.3.3. Vallas led y proyecciones 3D
3. Aplica métodos de recolección de datos en la investigación de mercado.	3.1. Explica la importancia de una investigación de mercados áreas y técnicas.	<ul style="list-style-type: none"> • Aplica el método de investigación de mercado. • Analiza las técnicas utilizadas para la investigación de mercados. • Determina similitudes y diferencias entre una investigación de mercado y una investigación científica. 	3.1.1. Técnicas de investigación 3.1.2. Áreas de investigación 3.1.3. Investigación de mercado e investigación científica
	3.2. Establece las fuentes, objetivos y métodos de la investigación de mercado para la recopilación de datos, administración y ejecución.	<ul style="list-style-type: none"> • Determina y redacta objetivos de investigación. • Aplica el método de investigación científica. • Emplea diferentes métodos para la recopilación de datos. 	3.2.1. Fuentes de investigación 3.2.2. Objetivos de investigación 3.2.3. Métodos para recopilación de datos
	3.3. Interpreta las gráficas de datos recopilados durante la investigación.	<ul style="list-style-type: none"> • Describe las fuentes, objetivos y métodos de la investigación de mercado. • Presenta resultados a través de gráficas. 	3.3.1. Análisis y representación gráfica 3.3.2. Toma de decisiones basadas en datos

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
		<ul style="list-style-type: none"> Presenta informe escrito de la investigación realizada. 	3.3.3. Informe escrito de investigación
4. Desarrolla el proceso de gestión de un proyecto de emprendimiento empresarial con un producto o servicio que satisfaga una necesidad social.	4.1. Elabora y vende un producto en el comercio informal y en la pequeña empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Planifica la creación de un producto. Ejecuta el proyecto de la venta de un producto en el comercio informal. Evalúa el impacto del producto en el comercio informal. 	4.1.1. Proyecto
			4.1.2. Comercio informal
			4.1.3. Planeación estratégica de la empresa y el mercadeo
	4.2. Establece el precio de un producto con base en las 4Ps de la mercadotecnia.	<ul style="list-style-type: none"> Realiza un estudio de campo en su comunidad. Compara precios del producto seleccionado. Establece el precio del producto para el consumidor. 	4.2.1. Implementación de las 4Ps
			4.2.2. Decisiones sobre el producto (precio)
			4.2.3. Gestión de mercadeo
	4.3. Evalúa el costo de un producto para obtener ganancia.	<ul style="list-style-type: none"> Aplica tipos de planes establecidos en el mercado. Determina costos sobre un producto elaborado y su margen de utilidad. Ejecuta un proyecto empresarial en su comunidad. 	4.3.1. Tipo de plan de mercadeo
			4.3.2. Relaciones públicas
			4.3.3. Proyecto empresarial



Orientación Comercial Contabilidad General

Descriptor

La orientación de Contabilidad contiene información acerca de procesos financieros que se realizan en una institución, como el registro de las operaciones, situación financiera, patrimonio existente, ingresos y egresos económicos; tanto empresariales como individuales, con el objetivo de recaudar información de manera sistemática, continua, ordenada y comprobable, que pueda servir de insumo para los procesos de control y dirección.

Esta orientación, inicia con la familiarización de los estudiantes en la intervención de registros contables, manejo de libros de caja, balances, inventario, compra y venta, entre otros. Los mismos son utilizados para llevar el control financiero de una institución. Por otro lado, permiten el desarrollo de habilidades en la realización de análisis, para determinar el estado financiero de una empresa. Además, provee los fundamentos para llevar a cabo distintas gestiones con los proveedores, acreedores y compradores que interactúan constantemente en una compañía, permitiendo la administración adecuada de recursos y fundamentos para la toma de decisiones en los ámbitos personal y empresarial.

Iniciar aprendizajes mediante la orientación de Contabilidad, contribuye con la formación integral del estudiante, de manera que los puedan emplear de forma competente en contextos ocupacionales o en la carrera de su elección.

Malla curricular

Orientación Comercial Contabilidad General

Primero Básico

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
1. Elabora su proyecto de vida considerando el emprendimiento como herramienta para mejorar la calidad de vida en su contexto.	1.1. Relaciona los aportes de las otras ciencias hacia la Contabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica los elementos más importantes de la historia de la contabilidad. Explica el surgimiento de la teneduría de libros como uno de los pilares de la contabilidad. Expone los aportes de las ciencias que aportan a la contabilidad. 	1.1.1. Historia de la contabilidad.
			1.1.2. Definición de contabilidad
			1.1.3. Ciencias que se relacionan con la contabilidad
	1.2. Distingue con certeza los componentes del Patrimonio del entorno.	<ul style="list-style-type: none"> Enlista los elementos del patrimonio de una persona. Explica la diferencia entre persona individual y jurídica. Clasifica las cuentas en activas y pasivas 	1.2.1. Definición y elementos del Patrimonio
			1.2.2. Características del Patrimonio Personal y familiar
			1.2.3. Componentes básicos del Patrimonio Empresarial <ul style="list-style-type: none"> Activo Pasivo
	1.3. Clasifica correctamente los elementos del patrimonio familiar.	<ul style="list-style-type: none"> Define y ejemplifica el concepto de bien. Define y ejemplifica el concepto de derecho. Define y ejemplifica el concepto de obligación. 	1.3.1. Bienes y Derechos de la familia
			1.3.2. Definición de bienes, clasificación y derechos
			1.3.3. Definición de deudas y obligaciones

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
2. Planifica procesos presupuestarios que integran normas de calidad contables.	2.1. Valora la importancia del Presupuesto personal y familiar para conocer la situación financiera.	<ul style="list-style-type: none"> • Parafrasea la definición de ingresos y gastos fijos y variables. • Clasifica ingreso y gastos como fijos y variables. • Elabora un presupuesto familiar. 	2.1.1. El presupuesto familiar
			2.1.2. Ingresos fijos y variables
			2.1.3. Egresos fijos y variables
	2.2. Estructura el presupuesto de acuerdo con las formas de elaborarlo, en su ámbito personal y familiar.	<ul style="list-style-type: none"> • Parafrasea la definición de ahorro, gasto, ingreso e inversión. • Dispone la cantidad justa según el rubro del presupuesto asignado. • Apertura una cuenta de ahorro personal 	2.2.1. Formas de elaborar un presupuesto: <ul style="list-style-type: none"> • De reporte • De cuenta
			2.2.2. Resultados del presupuesto: <ul style="list-style-type: none"> • Superávit • Déficit
			2.2.3. Análisis del resultado del presupuesto para el ahorro y la inversión
	2.3. Aplica el procedimiento legal para el cálculo del IVA como parte del cumplimiento de sus obligaciones fiscales.	<ul style="list-style-type: none"> • Define la tributación en Guatemala y su clasificación. • Establece la diferencia entre los impuestos, tasas y contribuciones. • Realiza el proceso técnico y legal para determinar el IVA. 	2.3.1. El tributo y su clasificación
			2.3.2. Impuestos
			2.3.3. Tasas y contribuciones
2.3.4. El IVA <ul style="list-style-type: none"> • Historia • Definición • Cálculo 			
3. Presenta formas de gestionar y administrar información que le permite cumplir con acciones fiscales utilizando la documentación adecuada.	3.1. Prepara la información básica para la declaración y pago del IVA de pequeño contribuyente.	<ul style="list-style-type: none"> • Investiga los procedimientos a seguir para autorizar los libros de ventas y compras. • Sistematiza el procedimiento para crear el régimen de pequeño contribuyente. • Maneja con propiedad los distintos formularios de la SAT. 	3.1.1. Regímenes del IVA.
			3.1.2. Régimen pequeño contribuyente.
			3.1.3. Traslado al libro de compras y ventas.
			3.1.4. Formulario SAT – 2046.

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
	3.2. Registra la información básica para la declaración y pago del IVA del régimen general.	<ul style="list-style-type: none"> Prepara los documentos para el pago del IVA. Reconoce los nombres de los libros y para qué se utilizan. Tiene el conocimiento de las partes de un formulario SAT 2237. 	3.2.1. Régimen General. 3.2.2. Traslado al libro de Compras y Servicios adquiridos. 3.2.3. Formulario SAT – 2237
	3.3. Utiliza la agencia virtual para el cumplimiento del pago del IVA.	<ul style="list-style-type: none"> Enumera los impuestos que las empresas deben pagar ante la SAT. Investiga las obligaciones de los pequeños contribuyentes. Define lo que es un contribuyente normal. 	3.3.1. Banca virtual: <ul style="list-style-type: none"> Creación de cuenta Asignación de usuario 3.3.2. Pago de IVA de pequeño contribuyente 3.3.3. Pago de IVA Contribuyente general
4. Aplica los conocimientos contables para determinar la viabilidad de proyectos de emprendimiento y los elementos cumpliendo con los requisitos legales y fiscales.	4.1. Registra en un informe, el procedimiento para aperturar una empresa nueva.	<ul style="list-style-type: none"> Investiga en las diferentes dependencias gubernativas los trámites necesarios para aperturar un negocio. Enlista los requisitos según el código de comercio. Enumera la generalidad de la banca SAT. 	4.1.1. Requisitos legales para apertura una empresa 4.1.2. Requisitos según la SAT 4.1.3. Requisitos según el código de comercio 4.1.4. Generalidades sobre banca SAT
	4.2. Describe el proceso de autorización y habilitación de los libros contables.	<ul style="list-style-type: none"> Investiga los procedimientos a seguir para autorizar un libro. Aplica los pasos a seguir para la habilitación de un libro. Redacta una nota para solicitar una autorización ante el registro mercantil o la SAT. 	4.2.1. Teneduría de libros 4.2.2. Normas de presentación de los libros. 4.2.3. Formas de cuidado de libros 4.2.4. Libros electrónicos 4.2.5. Documentos comerciales, de crédito y documentos bancarios

Malla curricular

Orientación Comercial Contabilidad General

Segundo Básico

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
1. Diseña propuestas de proyectos emprendedores que le introducen al uso de los términos comunes contables según requerimientos técnicos y legales para solucionar problemas o necesidades familiares.	1.1. Identifica necesidades en su entorno que puedan ser resueltas a través de la implementación de la técnica aplicada a la terminología contable.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza las diferentes necesidades existentes en su comunidad. Plantea posibles soluciones ante la problemática existente de su comunidad. Aplica los conceptos activo y pasivo para identificar las cuentas. 	1.1.1. La cuenta
			1.1.2. Partes de la cuenta
			1.1.3. Terminología de la cuenta
	1.2. Determina con exactitud los valores utilizados en el proceso de elaboración de una «T» gráfica, sus aumentos, disminuciones y saldos.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza los diferentes tipos de saldos según las clases de cuentas. Calcula saldos a través del debe y el haber. Ejercita los diferentes movimientos acaecidos en un tiempo específico de una empresa en particular. 	1.2.1. Clasificación de cuentas: <ul style="list-style-type: none"> Cuentas de valores (Activo-Pasivo) Cuentas de resultados (Pérdidas y Ganancias)
			1.2.2. Saldo de la cuenta: <ul style="list-style-type: none"> Deudor Acreedor
			1.2.3. Representación de la «T» gráfica <ul style="list-style-type: none"> Nominar la cuenta
1.3. Aplica de forma correcta la terminología contable al momento de solucionar problemas relacionados en el uso de la «T» gráfica.	<ul style="list-style-type: none"> Sigue los lineamientos para nominar la cuenta en la «T» gráfica. 	1.1.1. Abrir una cuenta	
		1.1.2. Cargar y abonar una cuenta	

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos	
		<ul style="list-style-type: none"> Explica en qué consiste el saldo, el cierre y la reapertura de una cuenta en la «T» gráfica. Opera las cuentas de activo y pasivo, pérdidas y ganancias 	1.1.3. Saldar, cerrar y reabrir una cuenta	
2. Desarrolla procesos productivos con calidad, utilizando las plataformas tecnológicas disponibles de las instituciones gubernamentales y privadas en el control de los contribuyentes.	2.1. Distingue con eficiencia el registro del Debe o Haber de acuerdo con la transacción realizada.	<ul style="list-style-type: none"> Opera cada proceso contable en el lugar que le corresponda en los libros auxiliares. Define y ejemplifica la planilla de salarios y nóminas de sueldos. Define y ejemplifica la Caja Chica. 	2.1.1. Libros auxiliares	
			2.1.2. Libro de cuentas corrientes	
			2.1.3. Libro de salarios	
			2.1.4. Planilla de salarios	
				2.1.5. Nómina de sueldos
				2.1.6. Cálculo de salarios en empresas maquiladoras
				2.1.7. Caja chica
	2.2. Ejecuta con precisión el registro a través de los movimientos de ingreso y egreso efectuados en el libro de Caja.	<ul style="list-style-type: none"> Completa un libro de caja. Enumera las generalidades de la Banca SAT. Investiga los procedimientos a seguir para elaborar el libro de caja. 	2.2.1. Definición de libro de Caja	
2.2.2. Registro de IVA por cobrar (Crédito Fiscal), IVA por pagar (Débito Fiscal)				
2.2.3. Manejo del libro de Caja				
	2.3. Opera de manera clara los procesos requeridos en el manejo adecuado de los Libros de Cuentas Corrientes.	<ul style="list-style-type: none"> Anota las operaciones en el espacio correspondiente de acuerdo al libro que opera. 	2.3.1. Definición de libros de cuentas corrientes: <ul style="list-style-type: none"> Clientes Deudores Documentos por cobrar Control de mercaderías Cuentas por cobrar Proveedores Acreeedores Documentos por pagar Cuentas por pagar y otros 	

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
		<ul style="list-style-type: none"> • Aplica las normas internacionales de la contabilidad en el registro de cada operación contable. • Efectúa los cálculos matemáticos de acuerdo a la operación contable requerida. 	2.3.2. Estructura de libros de Cuentas Corrientes. 2.3.3. Registro de libros de Cuentas Corrientes
3. Planifica procesos administrativos y contables para el desarrollo de proyectos productivos sostenibles.	3.1. Formula procedimientos matemáticos a la hora de calcular el sueldo, ingresos adicionales y deducciones de los trabajadores.	<ul style="list-style-type: none"> • Recopila información de las jornadas de trabajo de las empresas. • Analiza el procedimiento para calcular los descuentos de los trabajadores de las empresas. • Parafrasea los términos liquidez y rentabilidad de un negocio. 	3.1.1. Jornada de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> • Diurna • Nocturna • Mixta • Ordinaria • Extraordinaria
			3.1.2. Cálculo de salario extraordinario (horas extraordinarias)
	3.2. Reconoce la base legal utilizada en el cálculo de las retenciones y deducciones laborales.	<ul style="list-style-type: none"> • Opera los cálculos matemáticos de acuerdo con la operación contable de Ley. • Explica las diferencias entre retenciones y deducciones laborales. 	3.1.3. Bonificación Incentivo
			3.2.1. Retenciones a trabajadores en relación de dependencia 3.2.2. Cálculo de retenciones y deducciones laborales: <ul style="list-style-type: none"> • Cuota laboral IGSS • Anticipos sobre sueldos • Descuentos judiciales • Otros
			3.2.3. Impuesto Sobre la Renta para trabajadores en relación de dependencia



Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
4. Desarrolla un proyecto de emprendimiento para su comunidad mediante información contable.	4.1. Aplica la gestión de recursos en el mejoramiento de la calidad de vida de su comunidad.	<ul style="list-style-type: none">• Investiga el proceso de gestión de la administración pública y privada.• Enumera las instituciones no gubernamentales y las organizaciones internacionales.	4.1.1. Administración Pública
			4.1.2. Administración Privada
			4.1.2. Instituciones no gubernamentales
			4.1.3 Organizaciones internacionales



Malla curricular

Orientación Comercial Contabilidad General

Tercero Básico

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
1. Ejecuta proyectos emprendedores mediante registros contables, para contribuir al desarrollo comunitario.	1.1. Reconoce los requisitos legales y administrativos que deben cumplir los libros de contabilidad, para el proceso contable.	<ul style="list-style-type: none"> • Aplica conceptos inversión y endeudamiento al funcionamiento de una empresa. • Emplea instrumentos que permiten determinar la liquidez de una empresa. • Utiliza procesos contables para obtener la información financiera de una empresa. 	1.1.1. Historia de la Contabilidad, definiciones y aspectos legales
			1.1.2. Terminología contable y de la cuenta
			1.1.3. Libros de Contabilidad: <ul style="list-style-type: none"> • Principales • Auxiliares
	1.2. Identifica en el libro inventario las partes que debe contener para su registro correspondiente.	<ul style="list-style-type: none"> • Anota en el lugar correcto cada operación contable en el libro de inventarios. • Calcula el saldo necesario entre el activo, pasivo y capital del libro de inventarios. • Enumera las diferencias entre las partes de un libro de inventario. 	1.2.1. Definición de libro de inventario
			1.2.2. Clasificación de los inventarios
			1.2.3. Partes de que consta un inventario
	1.3. Opera técnica y legalmente el registro contable de un libro inventario.	<ul style="list-style-type: none"> • Se prepara para la época de inventarios. • Reconoce las características del libro del inventario. • Maneja un procedimiento para realizar el registro del libro de inventario. 	1.3.1. Tiempo ideal para realizar un inventario
			1.3.2. Características del libro del inventario.
			1.3.3. Registro del Libro Inventario

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
2. Utiliza la tecnología disponible para los procesos y registros contables en la ejecución de proyectos emprendedores.	2.1. Reconoce la aplicación del sistema de partida doble y principios de contabilidad generalmente aceptados en la jurnalización.	<ul style="list-style-type: none"> Ejercita el proceso contable de las partidas simples y compuestas. Menciona las cuentas que intervienen en las partidas de ajuste. Opera las partidas de ajuste previas al cierre de un ejercicio. 	2.1.1. Definición de jurnalización
			2.1.2. Sistema de partida doble
			2.1.3. Principios de contabilidad generalmente aceptados por las normas Internacionales de Información Financiera -NIIF-
	2.2. Aplica técnicas y reglas en el registro para la práctica de jurnalización.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza la información financiera contenida en los libros contables para establecer el estado financiero de la empresa. Utiliza métodos cuantitativos en el análisis de la situación financiera de una empresa. Opera en el estado de resultados, las cuentas que son de pérdida y ganancia. 	2.2.1. Técnicas de registro y elementos de una partida
			2.2.2. Reglas de jurnalización
			2.2.3. Práctica de jurnalización
			2.2.4. Métodos de análisis
	2.3. Opera técnica y legalmente el registro contable de un Libro Diario.	<ul style="list-style-type: none"> Jornaliza las operaciones contables. Anota en el lugar que le corresponde (cargo o abono) el monto de la operación contable. Maneja un procedimiento para realizar el registro del libro de diario. 	2.3.1. La partida de Diario y su clasificación: <ul style="list-style-type: none"> Partida simple Partida mixta Partida compuesta
			2.3.2. Partidas de compras de activo
			2.3.3. Partidas de gastos efectuados
2.3.4. Partidas de ventas			
2.3.5. Partidas de cargo y abono			
2.3.6. Registro de Libro Diario			
2.3.7. Ejercitación del libro Diario			

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
3. Prepara información contable para la sostenibilidad de los proyectos de emprendimiento personales y comunitarios.	3.1. Utiliza los aspectos técnicos y legales en el registro de los Libros Mayor o Centralizador y de Balance de comprobación.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza la información de libros contables. Identifica los problemas existentes en su comunidad de acuerdo a la información contable. Formula posibles soluciones a los problemas existentes en su comunidad. 	3.1.1. Libro Mayor o centralizador y libro de Balance de comprobación
			3.1.2. Definición y objeto
			3.1.3. Aspectos técnicos y legales: <ul style="list-style-type: none"> Rayado Formas Requisitos
	3.2. Opera técnica y legalmente el registro contable del Libro Mayor o Centralizador.	<ul style="list-style-type: none"> Anota en el lugar correcto cada operación contable en el libro Mayor o centralizador. Calcula el saldo necesario entre el debe y el haber de cada cuenta del libro Mayor o centralizador. Enumera las diferencias entre un libro de inventario, diario, mayor y balance. 	3.2.1. Registro del libro Mayor
			3.2.2. Traslado de partidas del libro diario al libro mayor o centralizador
			3.2.3. Ejercitación del Libro Mayor o Centralizador: <ul style="list-style-type: none"> A dos columnas doble folio A tres columnas folio simple
	3.3. Opera técnica y legalmente el registro contable del Libro de Balance de comprobación.	<ul style="list-style-type: none"> Anota en el lugar que le corresponde los saldos deudores y acreedores. Calcula el saldo necesario entre el deudor y acreedor de cada cuenta de libro de balances. Maneja un procedimiento para realizar el registro del libro de balance. 	3.3.1. Registro del Libro de Balance de Comprobación
			3.3.2. Balance de sumas y saldos (2 columnas a un solo folio)
			3.3.3. Balance de saldos (4 columnas a un solo folio)
3.3.3. Ejercitación del Libro de Balance de comprobación			

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
4. Aplica técnicas de mejora continua en el desarrollo de procesos contables en su entorno.	4.1. Opera con exactitud el proceso contable previo al cierre del ejercicio fiscal.	<ul style="list-style-type: none"> Ejercita el proceso Contable de ajuste Menciona las cuentas que intervienen en las Partidas de ajuste. Opera las partidas de ajuste previas al cierre de un ejercicio. 	4.1.1. Partidas de ajustes
			4.1.2. Partidas de depreciación (acumulada y directa)
			4.1.3. Partidas de amortizaciones
			4.1.4. Partidas para la creación de la reserva de cuentas incobrables
	4.2. Evalúa la situación financiera de una empresa con base al estado de resultados.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza la información financiera contenida en los libros contables para establecer el estado financiero de la empresa. Utiliza métodos cuantitativos en el análisis de la situación financiera de una empresa. Opera en el estado de resultados las cuentas que son de pérdida y ganancia. 	4.2.1. Cuentas de resultados
			4.2.2. Estado de resultados Pérdidas y ganancias
			4.2.3. Balance de saldos ajustados
	4.3. Opera el cierre contable de una empresa en un periodo fiscal.	<ul style="list-style-type: none"> Realiza partidas de acuerdo a lineamientos. Describe el proceso de las operaciones contables de cierre. Parafrasea el concepto cierre del ejercicio fiscal. 	4.3.1. Columnas que integran una hoja de trabajo contable
			4.3.2. Operación de las diferentes columnas de la hoja de trabajo
4.3.3. Cierre de un ejercicio fiscal			



Orientación Comercial Organización y Práctica de Oficina

Descriptor

La orientación de Organización y Práctica de Oficina, se enfoca en desarrollar métodos de análisis de las diferentes funciones que conforman los procesos de planeación, organización, dirección e intervención de los recursos con los que cuenta una institución. Lo anterior, con el propósito de alcanzar los objetivos acerca del buen funcionamiento y efectividad de la oficina o empresa, se preocupa y actualiza los procesos, utilizando las herramientas tecnológicas que permitirán optimizar los recursos disponibles.

Enfatiza el desarrollo de las habilidades blandas, las cuales se refieren directamente a las relaciones humanas y el manejo de emociones, así como, en las habilidades de análisis y aplicación de los procesos de calidad en la administración y organización de los recursos disponibles.

Esta orientación contribuye a la formación integral de los estudiantes de manera que los aprendizajes los apliquen de forma competente en contextos ocupacionales, y en la continuidad de su formación en una carrera que amplíe sus aprendizajes.

Malla curricular
**Orientación Comercial Organización y
 Práctica de Oficina**
 Primero Básico

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
1. Identifica problemas relacionados con iniciativas emprendedoras de una empresa según sus características, objetivos y funciones.	1.1. Explica los problemas comunes del funcionamiento de una oficina.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica los elementos que provocan el mal funcionamiento de una oficina. Expone soluciones de mejora en el funcionamiento de la oficina. Explica los principios de la organización que se puedan aplicar en el contexto. 	1.1.1. Origen y definiciones de Organización
			1.1.2. Elementos del concepto de Organización
			1.1.3. Principios de la Organización
			1.1.4. Tipos de organización
			1.1.5. Problemas más comunes en la organización y formas de solución
	1.2. Analiza los objetivos de administración tomando en cuenta sus características.	<ul style="list-style-type: none"> Explica los objetivos relevantes de la administración. Describe las características principales de una buena administración. Ejemplifica niveles administrativos de una empresa. 	1.2.1. Administración y definiciones de Henry Fayol, George R. Terry y Federic W. Taylor
			1.2.2. Importancia de la administración
			1.2.3. Características de la administración y objetivos
			1.2.4. Niveles administrativos
1.2.5. Proceso administrativo			
1.3. Elabora organigramas con la información proporcionada.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica los diferentes tipos de organigramas. Reconoce la importancia de contar con una estructura organizacional en la empresa. 	1.3.1. Estructura organizacional y representación gráfica de la empresa	
		1.3.2. Organigramas	
		1.3.3. Clases de Organigramas	

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
		<ul style="list-style-type: none"> Diseña organigramas conforme los lineamientos establecidos. 	1.3.4. Organigramas por tipo de diseño
	1.4. Explica las funciones de la administración del recurso humano.	<ul style="list-style-type: none"> Describe las funciones de la administración de personal. Enumera los requisitos con los que debe contar el jefe del departamento de personal. Establece la relación entre motivación, incentivos y desarrollo humano. 	1.4.1. Administración de personal 1.4.2. Funciones de la administración de personal 1.4.3. Requisitos del jefe del departamento de personal 1.4.4. Selección de Personal 1.4.5. Fines de la Administración de Personal 1.4.6. Motivación 1.4.7. Incentivos y desarrollo humano
2. Emplea herramientas tecnológicas en procesos de administración, organización y ambiente laboral adecuado para la mejora de la calidad del servicio.	2.1. Describe las características de las relaciones humanas o interpersonales positivas en la oficina.	<ul style="list-style-type: none"> Explica el concepto relaciones humanas. Recalca la importancia de las buenas relaciones interpersonales y la inteligencia emocional. Describe las funciones de los recepcionistas y su papel como agentes de relaciones públicas. 	2.1.1. Relaciones humanas en la oficina 2.1.2. Relaciones humanas y el supervisor de la oficina 2.1.3. Los recepcionistas como agentes de relaciones públicas 2.1.4. Inteligencia emocional
	2.2. Explica las reglas de etiqueta necesarias en el desarrollo de las relaciones humanas o interpersonales.	<ul style="list-style-type: none"> Clasifica las reglas de etiqueta. Resume las reglas de etiqueta. Aplica las reglas de etiqueta en las relaciones humanas. 	2.2.1. Reglas de etiqueta 2.2.2. Características de una persona que aplica las normas de etiqueta 2.2.3. Las deficiencias más comunes que se dan dentro de los empleados

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
	2.3. Analiza los procesos de calidad en la administración y organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce los procesos de calidad. • Aplica la calidad en la administración. • Califica los procesos de calidad. 	2.3.1. Normas y procesos de calidad 2.3.2. Métodos de calidad total 2.3.3. Información necesaria para implementar un programa de calidad 2.3.4. Normas de calidad para el manejo de personal a nivel internacional
3. Organiza las tareas de trabajo de una oficina, optimizando los recursos y el ambiente físico con el que cuenta.	3.1. Demuestra la importancia de la buena organización en una oficina.	<ul style="list-style-type: none"> • Expone la importancia de una buena organización. • Aplica la organización en la oficina. • Reconoce el papel que tiene el diseño interior, el mobiliario y equipo dentro de una oficina. 	3.1.1. Organización de la oficina
			3.1.2. Diseño interior
			3.1.3. Mobiliario y equipo
			3.1.4. Uso y manejo del equipo de oficina
	3.2. Utiliza la tecnología para mejorar su desempeño en la oficina y en su vida familiar.	<ul style="list-style-type: none"> • Enlista los elementos periféricos y auxiliares de la computadora. • Conoce programas básicos que facilitan una tarea. • Reproduce y almacena documentos en una computadora. 	3.2.1. Uso de la computadora
			3.2.2. Elementos periféricos o auxiliares de las computadoras
			3.2.3. Uso de microsoft
			3.2.4. Reproducción y almacenamiento de documentos
	3.3. Reconoce la importancia del uso de la informática en la oficina.	<ul style="list-style-type: none"> • Parafrasea el concepto informática. • Conoce el funcionamiento de correo electrónico. • Utiliza equipos de informática. 	3.3.1. Informática
3.3.2. Uso del correo electrónico			
3.3.3. Equipos varios			

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
4. Utiliza los elementos de la organización y la administración en el buen funcionamiento y resguardo de documentos físicos y digitales que contribuyen a la eficiencia de la oficina.	4.1. Analiza las generalidades, origen y sistemas del archivo en una oficina.	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce las generalidades, origen y sistemas del archivo. • Evalúa las generalidades. • Ejemplifica sistemas de archivo. 	4.1.1. Origen del archivo
			4.1.2. Reglas de archivo
			4.1.3. Sistemas de archivo
	4.2. Desarrolla una estrategia para enumerar la reglas de archivo en la oficina.	<ul style="list-style-type: none"> • Propone normas para archivar la documentación según su importancia. • Ordena los archivos según el tipo de proceso. • Redacta las reglas del archivo. 	4.2.1. Lineamientos para archivar documentos
			4.2.2. Formas de archivar documentos por nombres personales
			4.2.3. Formas de archivar documentos por nombres comerciales
	4.3. Emplea diversas técnicas y procedimientos para archivar la documentación en la oficina.	<ul style="list-style-type: none"> • Aplica las diferentes técnicas para archivar. • Ejecuta los pasos para archivar documentos. • Clasifica las diversas técnicas para archivar. 	4.3.1. Técnicas de archivo
			4.3.2. Pasos preliminares al archivo
			4.3.3. Referencias al archivo de documentos



Orientación Comercial


Redacción y Correspondencia

Descriptor

La orientación comercial de Redacción y Correspondencia, proporciona a los estudiantes las herramientas necesarias para expresarse por escrito de manera clara, coherente y correcta al redactar documentos comerciales. La orientación comprende el modelaje de distintos tipos de documentos, sin dejar de lado la gramática y ortografía, así como las estrategias para la composición de distintos tipos de correspondencia, tales como cartas formales, documentos comerciales, informes, correos electrónicos y otros documentos profesionales. Esta orientación es de importancia porque permitirá que los estudiantes sepan cómo dejar constancia oficial y por escrito de las acciones que se dan dentro de una empresa o institución.

Los estudiantes adquieren las habilidades fundamentales para la redacción adecuada de los documentos de más uso en el ámbito comercial, además del discernimiento para aplicarlos apropiadamente en las acciones o situaciones comerciales en que se requieren. Desarrollan destrezas para redactar textos coherentes con estructura gramatical correcta, comprensible, adaptando el estilo y tono según el propósito de la empresa y el objetivo de los documentos.

Estas habilidades permiten a los estudiantes dar respuesta, compartir información y redactar distintos documentos en el ámbito comercial, en donde se requiere el desarrollo de habilidades de comunicación escrita para compartir información dentro de una empresa o entre empresas externas. Estas mismas habilidades contribuyen a la comunicación de ideas en el ámbito académico y otros, en donde se desenvuelven los estudiantes.



Malla curricular

Orientación Comercial

Redacción y Correspondencia

Segundo Básico

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
1. Utiliza los conocimientos básicos de la correspondencia y la redacción comercial, para la organización de un emprendimiento personal y familiar.	1.1. Clasifica los diferentes tipos de correspondencia con la correcta redacción y ortografía.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica los cambios que han tenido los conceptos de redacción y correspondencia a través del tiempo. Parafrasea el significado de redacción y correspondencia. Emplea reglas gramaticales y ortográficas en la redacción de correspondencia. 	1.1.1. Breve historia de la redacción y correspondencia
			1.1.2. Tipos de la correspondencia
			1.1.3. Gramática y ortografía en la redacción
	1.2. Identifica los tipos de comunicación organizacional con su equipo de estudio.	<ul style="list-style-type: none"> Parafrasea el significado de comunicación. Reconoce la importancia de la comunicación organizacional y comercial. 	1.2.1. Comunicación
			1.2.2. Comunicación Organizacional
			1.2.3. Comunicación comercial
	1.3. Utiliza los medios de comunicación presentes en su entorno.	<ul style="list-style-type: none"> Clasifica los diferentes medios de comunicación. Enlista los medios de comunicación masiva. Valora la importancia de la comunicación escrita. 	1.3.1. Medios de Comunicación
			1.3.2. La comunicación masiva.
			1.3.3. La comunicación directa
			1.3.4. La comunicación escrita
	1.4. Valora la tecnología como herramienta de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> Describe el surgimiento de internet. Determina la importancia de la comunicación por internet. Conoce el significado de la sigla www. 	1.4.1. Surgimiento de internet
			1.4.2. Redes electrónicas
			1.4.3. Comunicación electrónica
			1.4.4. Word Wide Web (www)

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
	1.5. Crea una cuenta de correo electrónico publicitario.	<ul style="list-style-type: none"> Valora las ventajas de la comunicación electrónica. Aplica los principales lineamientos para la utilización de comunicación electrónica. Comparte información vía correo electrónico. 	1.5.1. Correo electrónico 1.5.2. El mercado mundial 1.5.3. Publicidad electrónica 1.5.4. Compras y ventas web 1.5.5. Servicios a la comunidad electrónica
2. Utiliza herramientas digitales para la correspondencia comercial e interna en mejora de la calidad de la producción de bienes y servicios.	2.1. Identifica las diferentes formas de comunicaciones para redactar y enviar documentos a compañeros de clase o de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica las formas de redacción que se utilizan para redactar y enviar documentos. Ejercita formas de redacción que motiven a la lectura del documento. Ejercita el envío de correos electrónicos. 	2.1.1. Comunicaciones breves
			2.1.2. Memorando
			2.1.3. Notificaciones
			2.1.4. Tarjetas de invitación y felicitación o saludo
			2.1.5. Comunicaciones urgentes
	2.2. Reconoce las partes de una carta y las puntuaciones de redacción establecidas.	<ul style="list-style-type: none"> Investiga las partes de la carta y las puntuaciones. Identifica las partes de la carta y las puntuaciones. 	2.2.1. La carta
2.2.2. Partes de la carta			
2.2.3. Clases de puntuación			
2.3. Identifica los tamaños, márgenes y estilos de una carta comercial para enviarla en sobres.	<ul style="list-style-type: none"> Reconoce tamaños, márgenes y estilos de la carta comercial. Redacta cartas con los tamaños, márgenes y estilos. Elabora diferentes tipos de sobre. 	2.3.1. Tamaño de las cartas	
		2.3.2. Los márgenes	
		2.3.3. Estilos de cartas	
		2.3.4. El sobre	

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
3. Utiliza los estilos de puntuación en los diferentes tipos de cartas, para procesos administrativos, financieros y de desarrollo de proyectos sustentables.	3.1. Clasifica la correspondencia comercial respetando las normas de puntuación en las diferentes cartas comerciales y Curriculum Vitae u hoja de vida.	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce las diferentes normas de puntuación de las cartas comerciales. • Elabora su hoja de vida. • Ejercita la redacción de diferentes tipos de cartas comerciales. 	3.1.1. Correspondencia comercial
			3.1.2. Carta de solicitud de empleo
			3.1.3. Certificaciones
			3.1.4. Carta de aceptación
			3.1.5. Carta de publicidad promoción y ventas
			3.1.6. Curriculum Vitae
	3.2. Utiliza diferentes tipos de cartas para solicitar información acerca de presupuesto, pedido, confirmación de pedido y averiguación en su entorno.	<ul style="list-style-type: none"> • Redacta diferentes tipos de cartas. • Emplea los diferentes tipos de cartas según el contexto. 	3.2.1. Carta de solicitud
			3.2.2. Carta de presupuesto o cotización
			3.2.3. Carta de pedido
			3.2.4. Carta de confirmación de pedido
	3.3. Identifica los tipos de cartas comerciales y las envía como archivo adjunto en un correo electrónico.	<ul style="list-style-type: none"> • Valora las ventajas de la comunicación electrónica. • Crea un portafolio con los diferentes tipos y clases de cartas. • Redacta y envía cartas con diferentes propósitos comunicativos. 	3.3.1. Carta de aclaración y disculpa
3.3.2. Carta de remisión			
3.3.3. Carta de acuse de recibo			
3.3.4. Carta de reclamo			
3.3.5. Carta de cobro			
3.3.6. Carta de notificación			
3.3.7. Carta de conformidad			
3.3.8. Carta de negativa			
3.3.9. Carta de renuncia			
3.3.10. Carta de oferta			
3.3.11. Carta de presentación y circular			

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
4. Redacta documentos de crédito y oficiales en la gestión de un proyecto de emprendimiento de beneficio para un centro educativo o de su comunidad.	4.1 Gestiona diferentes procesos utilizando documentos comerciales y de crédito.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza el proceso de gestión. Conoce los documentos comerciales para la solicitud de créditos. Practica la elaboración de los documentos comerciales y de crédito. 	4.1.1. Documentos comerciales y de crédito
			4.1.2. El recibo
			4.1.3. La nota de crédito y Débito
			4.1.4. La letra de cambio
	4.2. Clasifica los diferentes documentos de correspondencia y de crédito.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza estados de cuenta. Clasifica documentos comerciales. Completa documentos comerciales. 	4.2.1. El vale
			4.2.2. La cuenta de depósitos monetarios
			4.2.3. El estado de cuenta
			4.2.4. El cheque y el endoso
			4.2.5. Otros tipos de cheque
	4.3. Explica la importancia del uso de la correspondencia comercial y oficial.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza la importancia de la correspondencia oficial. Ejercita la elaboración de documentos de correspondencia oficial. Envía diferentes tipos de correspondencia comercial y oficial. 	4.3.1. Correspondencia oficial
			4.3.2. El oficio
			4.3.3. La providencia
4.3.4. El dictamen			
4.3.5. Resolución			
4.3.6. Notificación y transcripción			
		4.3.7. Actas	
		4.3.8. Contratos	
		4.3.9. Clases de contratos	

Orientación Comercial Emprendimiento Empresarial

Descriptor

La orientación comercial de Emprendimiento Empresarial está diseñada para brindar a los estudiantes los conocimientos y herramientas necesarias para desarrollar habilidades emprendedoras y estar en capacidad de emprender su propio negocio. Esta orientación provee la oportunidad de explorar los fundamentos del emprendimiento, desde la generación de ideas hasta la creación de un negocio. Los estudiantes tienen la oportunidad, además, de conocer los procesos legales que pueden seguir en la creación de una empresa, entre otros.

Esta orientación desarrolla habilidades para el emprendimiento y la gestión empresarial. Los estudiantes podrán identificar oportunidades de negocio, realizar encuestas, analizar su viabilidad, formular estrategias de mercado y elaborar planes para implementar su propio negocio. Además, se busca desarrollar las habilidades de liderazgo, resolución de problemas, toma de decisiones, comunicación efectiva y trabajo en equipo, que son necesarias para el desarrollo de todo negocio. Es importante destacar que, en la orientación de Emprendimiento Empresarial, se fomenta la creatividad, la capacidad de adaptación y una visión innovadora, todas estas, características indispensables para el emprendimiento.

Los aprendizajes de esta orientación preparan a los estudiantes para enfrentar los desafíos de la vida y de un mundo laboral en constante cambio. El emprendimiento es una competencia clave que permite a los individuos generar oportunidades y buscar soluciones innovadoras a los problemas. Al fomentar estas habilidades, se provee una base sólida para enfrentar los retos del mundo lleno de desafíos, ya sea creando su propio negocio o contribuyendo de manera efectiva en organizaciones existentes. Los estudiantes encuentran aquí la oportunidad de desarrollar la autonomía, la iniciativa y la capacidad de adaptación, factores que les permitirán sobresalir en cualquier campo de acción.

Malla curricular

Orientación Comercial

Emprendimiento Empresarial

Tercero Básico

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
1. Utiliza los conocimientos previos como fundamentos para ser un emprendedor en función de su desarrollo escolar, comunitario y empresarial.	1.1. Investiga los diferentes conceptos de emprendimiento.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza los conceptos de emprendimiento. Aplica los conceptos de emprendimiento, en las investigaciones realizadas. Demuestra interés en los temas que investiga. 	1.1.1. Antecedentes de la actividad empresarial en Guatemala
			1.1.2. Concepto de emprendimiento
			1.1.3. Clases de emprendimiento
	1.2. Describe las características principales de un emprendedor.	<ul style="list-style-type: none"> Explica las diferencias entre personas: emprendedor y empleado. Socializa las características del emprendedor. Investiga las herramientas principales de un emprendedor. 	1.2.1. Diferencia entre emprendedor y empleado
			1.2.2. Características del emprendedor
			1.2.3. Herramientas del emprendedor
	1.3. Organiza las habilidades del liderazgo emprendedor en su campo de acción.	<ul style="list-style-type: none"> Enlista las cualidades y habilidades que caracterizan a un emprendedor. Expone las características del liderazgo. Socializa la experiencia de la mini práctica en una empresa. 	1.3.1. Emprendedor profesional y su perfil
			1.3.2. Liderazgo de un emprendedor
			1.3.3. Campo de acción de una empresa
2. Planifica la gestión de inscripción de una empresa, cumpliendo con los requisitos legales y fiscales.	2.1. Identifica las funciones principales de una empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Describe con palabras claves la definición de una empresa. Clasifica empresas según su experiencia en la práctica. 	2.1.1. Definición de una empresa
			2.1.2. Clasificación de la empresa según sus características

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
		<ul style="list-style-type: none"> • Expone las funciones y actividades de una empresa. 	2.1.3. Funciones y Actividades principales de una empresa comercial: <ul style="list-style-type: none"> • Administrativas • Compras • Ventas • Mercadeo
	2.2. Realiza los procesos de inscripción de una empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Investiga los requisitos legales para inscripción de una empresa. • Ejercita el llenado de los diferentes formularios que se utilizan en una empresa. • Practica la solicitud de RTU en línea en la SAT. • Explica el procedimiento de inscripción de una empresa en la SAT y Registro Mercantil. • Expone el procedimiento para solicitar la factura electrónica en línea. 	2.2.1. Gestión y constitución de una empresa 2.2.2. Requisitos para la inscripción de una empresa 2.2.3. Solicitud de RTU en línea ante la SAT 2.2.4. Solicitud de agencia virtual en la SAT 2.2.5. Inscripción de una empresa en la SAT y Registro Mercantil 2.2.6. Solicitud de Factura Electrónica en Línea en la SAT
	2.3. Redacta la misión y la visión de una empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Investiga cuáles son los elementos para elaborar la visión y misión de una empresa. • Crea la visión y misión de una empresa. • Explica las diferencias entre visión y misión de una empresa. 	2.3.1. Definición de misión y visión de una empresa 2.3.2. Elementos de la visión y la misión de una empresa 2.3.3. Diferencia entre visión y misión de una empresa

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
3. Aplica los principios de la producción, productividad, y emprendimiento en beneficio personal, familiar y comunitario.	3.1. Identifica los términos de producción y productividad.	<ul style="list-style-type: none"> Describe conceptos de producción y productividad. Expone las características, factores y tipos de producción y productividad. Elaboración de informe de producción de un producto. 	3.1.1. Tipos de producción y productividad
			3.1.2. Características y factores de producción y productividad
			3.1.3. Conceptos de producción y productividad
			3.1.3. Ventajas y desventajas de la producción y productividad
		3.1.4. Pasos para elaborar un informe de producción de un producto	
	3.2. Identifica los conceptos y actividades de un proyecto empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> Describe los conceptos y actividades en la elaboración de un proyecto. Enumera los tipos de proyectos. Define el concepto de gestión y autogestión. 	3.2.1. Proyectos - Definición - Conceptos básicos
3.2.2. Tipos de proyectos			
3.2.3. Gestión y autogestión de proyectos			
4. Presenta propuesta para la ejecución de un proyecto empresarial.	4.1. Realiza encuestas para obtener información.	<ul style="list-style-type: none"> Investiga la forma de crear una empresa. Determina el público al que se le aplican las encuestas. Sistematiza la información recabada producto de la aplicación de los instrumentos de encuestas. 	4.1.1. Tipos de encuestas
			4.1.2. Aplicación de encuestas
			4.1.3. Sistematización de información por tipo de pregunta

Competencia	Indicador de logro	Criterios de evaluación	Contenidos
	4.2. Gestiona la propuesta administrativa de una empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Representa los pilares de la gestión administrativa. • Desarrolla el esquema de una propuesta administrativa. • Presenta la estructura del plan de una propuesta administrativa de una empresa. 	4.2.1. Pilares de la gestión administrativa
			4.2.2. Propuesta administrativa
			4.2.3. Plan de acción de la propuesta administrativa
	4.3. Plantea un proyecto empresarial como solución a un problema local.	<ul style="list-style-type: none"> • Enumera las fases de la creación de un proyecto empresarial. • Realiza su proyecto empresarial. 	4.3.1. Proyecto empresarial
			4.3.2. Ejecución del proyecto



Bibliografía

Técnicas de Mercadeo

- Constitución Política de la República de Guatemala. [Const]. 31 de mayo de 1985 (Guatemala).
- Decreto del Congreso de la República de Guatemala número 1441 - 2010. Código de Trabajo. 29 de abril de 2010. Diario de Centroamérica, 30 de abril de 2010.
- Decreto del Congreso de la República de Guatemala número 17-73. Código Penal. 27 de julio de 1973. Diario de Centroamérica 28 de julio de 1973.
- Decreto del Congreso de la República de Guatemala número 57-2000. Ley de Propiedad Industrial. 26 de septiembre de 2000. Diario de Centroamérica, 27 de septiembre de 2000.
- Delgado, J. (2015). El nuevo consumidor: el cubo Noriso. Círculo Rojo editorial
- Freye, R. (1982). estrategias básicas de mercadotecnia. México: Editorial Trillas.
- Kotler, P. (2001). Dirección de Marketing. México: Edición Milenio.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentos del Marketing. (6ª ed.). México: Pearson Educación.

Contabilidad General

- Contabilidad General. (2018). Editorial: Jerysa.
- Martínez Castillo, M. (s/f). El Mundo de la Contabilidad.
- Rodas, I. & Rodas, G. (s/f). Contabilidad General. Editorial: Zantmaró.

Organización Práctica

- Bolaños de Torres, A. (s/f). Administración, Organización y Prácticas de Oficina.
- Morales Marroquín, J. (s/f). Administración y Práctica de Oficina. Guatemala.
- Rodas de López, I., & Rodas Santizo, G. (s/f). Administración, Organización y Práctica de Oficina.
- Torres, A. (2003). Manual de Catalogación y Archivo. Guatemala: Textos y formas impresas.
- Torres, A. (2005). Administración, Organización y Prácticas de Oficina. Guatemala: Textos y formas impresas.

Redacción y Correspondencia

- Manual Práctico de Catalogación y Archivo. (s/f). Editora Educativa.
- Sandoval, M. (s/f). Correspondencia Dinámica 2.
- Sandoval, M. (s/f). Correspondencia Dinámica.
- Torres, A. (2003). Manual de Catalogación y Archivo. Guatemala: Textos y Formas impresas.

Emprendimiento Empresarial

- Botkin, J. (2001). Negocios Inteligentes. Litoarte, S.A.
- Gidron, G., & Ruedad, B. (1998). Nuevos Modelos de Gestión Empresarial. El Outstanding de Procesos de Negocios. Madrid: Editores Círculo de Empresarios.
- Koomtz, H., & Wehrich, H. (2008) Administración una Perspectiva Global. (13ª ed.). McGraw Hill.

e-grafía

Técnicas de Mercadeo

- Estrategias de Fijación de Precios. (2012). Marketing. Recuperado e 23 de abril de 2018 de http://www.fadu.edu.uy/marketing/files/2013/08/Precio-Fijacion_de_precios-1.pdf
- Inbounddycle. (2014). Las 4 P del Marketing que debes conocer. Blog de Inbound Marketing. Recuperado el 23 de abril 2018 de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>
- La Imagen de Marca como Estrategia de Marketing Relacional 2.0. (2015). Recuperado el 23 de abril de 2018 de <https://laculturadelmarketing.com/la-imagen-de-marca-como-estrategia-de-marketing-relacional-2-0/>
- Mejia, J. (2016). Marketing Digital. Recuperado el 23 de abril de 2018 de <http://www.juancmejia.com/marketing-digital/que-es-el-marketing-digital-su-importancia-y-principales-estrategias/>

Emprendimiento Empresarial

- Ideas para Emprender. Entreprenar 100. Vol. 16 no. 6, 9. Consultado el 23 de abril 2018 de www.soyentrepeneur.com

**Emprendimiento para la
Productividad
Orientación Comercial**



**Distribución gratuita
PROHIBIDA SU VENTA**