



UNIVERSIDAD DE ARTES, CIENCIAS Y COMUNICACIÓN
Facultad de Administración
Carrera de Ingeniería Comercial

Portafolio de Título

**Trabajo para optar al Grado Académico de Licenciado en Ciencias de la
Administración de Empresas y al Título Profesional de Ingeniero Comercial**

Docente portafolio: Francisco Gallardo González

Estudiante (s): Gloria Natalia González Bascur

Santiago de Chile, Agosto de 2020

Dedicatoria y/o agradecimientos

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado en memoria de mi Padre Rufino González Verdugo, quien siempre me inculcó responsabilidad y el sacrificio que se debe entregar en todo lo que te propongas, a mi madre Doraliza Bascur Fuentes por estar siempre presente cada vez que la necesité, por su cariño que siempre entrega y por siempre apoyarme en lo que me propongo, y a mi hija Natalia mi compañera de vida mi amor quien me ha apoyado en salir adelante y lograr llegar hasta el final con éste desafío que juntas nos propusimos, siendo mi pilar más importante mi fuerza para lograr los objetivos y metas que me he propuesto

En general a toda mi familia, mis hermanos Ximena y Pablo por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida

A mis amigas que siempre me impulsaron en salir adelante y siempre están ahí cuando las necesito

Todo este esfuerzo está dedicado especialmente a mi Madre e hija porque siempre me han ayudado por confiar en mí y nunca abandonarme las quiero mucho

Agradecimientos

El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía, protegerme y acompañarme siempre en toda mi carrera y el transcurso de mi vida y brindarme la fuerza y la sabiduría de poder lograr terminar con éxito mi carrera

A mi madre, mi hija y mis hermanos por estar siempre incondicional en su apoyo, que son fundamental en mi vida, y ser una motivación cada día

A mi familia, amigas y colegas que confiaron en mí, agradezco el apoyo de mis compañeros y profesores de la universidad, que siempre daban respuesta a mis dudas y estaban presente cada vez que los necesite apoyándome en las diferentes etapas de este proceso universitario

ÌNDICE

1	PORTAFOLIO 1.....	5
1.1	GLOSARIO Y TÉRMINOS <u>7 CONCEPTOS RELEVANTES DE ECONOMÍA</u>	6
1.2	MAPA CONCEPTUAL.....	21
1.3	BIBLIOGRAFÍAS PORTAFOLIO 1.....	22
2	PORTAFOLIO 2.....	23
2.1	DESARROLLO.....	24
2.2	EDUCACIÓN FINANCIERA.....	26
2.3	BIBLIOGRAFIA PORTAFOLIO 2.....	30
3	PORTAFOLIO 3.....	31
3.1	Caso a analizar.....	32
3.2	Solución al caso.....	33
3.3	BIBLIOGRAFIA PORTAFOLIO 3.....	36
4	PORTAFOLIO 4.....	37
4.1	Caso práctico.....	38
4.2	Mapa conceptual.....	42
4.3	Conclusiones.....	43
4.4	BIBLIOGRAFIA PORTAFOLIO 4.....	47

1 PORTAFOLIO 1

Introducción

A continuación presentaremos un glosario de términos relevantes de la Economía, Administración y Marketing

Definiciones originales y propias según mi forma de entender cada término y concepto aprendido dentro de la teoría de estudio



[Imagen economía: https://es.123rf.com/imágenes-de-archivo/economia.htm](https://es.123rf.com/imágenes-de-archivo/economia.htm)

1.1 GLOSARIO Y TÉRMINOS 7 CONCEPTOS RELEVANTES DE ECONOMÍA

Economía: es una ciencia social que estudia los procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, ciencia económica que analiza el comportamiento humano como una relación entre fines dados y medios escasos que tienen usos alternativos en ocasiones, al definir la economía se ha sustituido el término fines por el de necesidades humanas y se ha dicho de ellas que son ilimitadas

Cita bibliográfica: <https://economipedia.com/definiciones/economia.html>

Personalmente defino economía, como la ciencia que se preocupa de dar al consumidor los bienes y servicios que necesita, este sistema se preocupa de la producción y de hacer llegar a los mercados lo que el cliente requiere de acuerdo a su prioridad

ECONOMIA 1° Decisiones básicas de toda economía: la influencia de recursos para producir bienes que la sociedad requiere y el costo de oportunidad. Dé allí la necesidad de decidir **QUÉ, CÓMO** y **PARA QUIÉN** producir

Que producir:

consiste en el acto de elegir que es lo que se preferirá a la población, cuales bienes y servicios y cual será la cantidad



Como producir corresponde definir quienes serán los encargados de organizar y preparar la producción, la cantidad de recursos y el tipo de recurso



Para quien producir:

este consiste en decidir, como va a repartirse la producción, en el proceso productivo



Cita

bibliográfica: Libro “Principios de Economía”, de Francisco Mochón -de-toda-economía

2°La inflación: El término **inflación**, en economía, se refiere al **aumento de precios de bienes y servicios en un periodo de tiempo**. Otra forma de definirlo es como la disminución del valor del dinero respecto a la cantidad de bienes o servicios que se pueden comprar con dicho dinero.

Cita bibliográfica: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-inflacion> “Alejandro Nieto González”



Imagen inflación :<https://es.123rf.com/imágenes-de-archivo/economia.htm>

3°Crecimiento: El crecimiento económico se define como el **incremento en la utilidad, o el valor de los bienes y servicios finales**, producidos por una economía (de un **país** o región) en un lapso de tiempo específico (frecuentemente de un año). Este concepto se ocupa principalmente en las características y factores que influyen en dicho crecimiento.

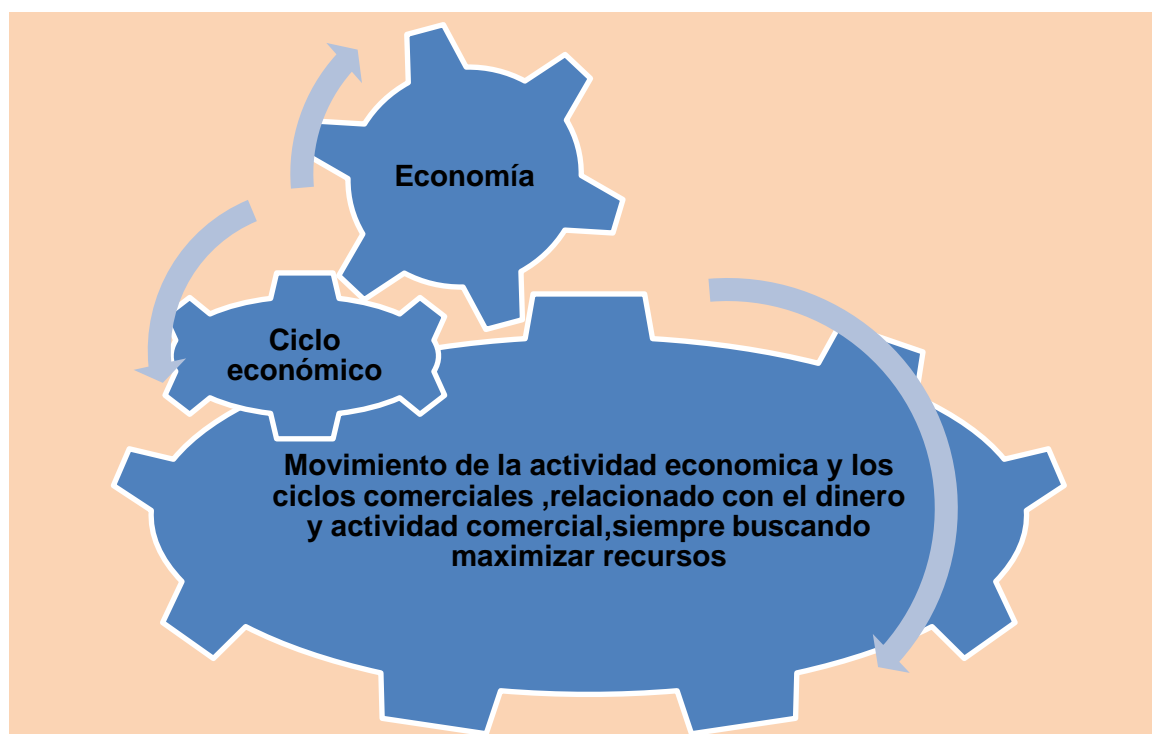
Cita bibliográfica: <https://conceptodefinicion.de/crecimiento>

Crecimiento, aumento de la utilidad o ganancia de los bienes y servicios, que se producen en un país en un tiempo determinado. Él nivel de crecimiento nos indica cómo crece el país, y nos da el precio de los bienes o servicios

4ºCiclo económico: Los ciclos económicos son un tipo de fluctuación que se encuentran en la [actividad económica](#) agregada de las naciones que organizan su trabajo principalmente en empresas de negocios: un ciclo consiste en expansiones que ocurren aproximadamente al mismo tiempo en muchas actividades económicas, seguidas por recesiones igualmente generalizadas, contracciones y recuperaciones que se funden en la fase de expansión del ciclo siguiente. Los ciclos económicos varían significativamente en su duración, desde más de un año a diez o más años, y no son divisibles en ciclos más cortos.

Cita bibliográfica: economistas “Arthur. Burns y Wesley C. Mitchell”, libro [Measuring Business Cycles](#)

<https://www.encyclopediainfinanciera.com/teoriaeconomica/macroeconomia/ciclo-economico.htm>



5° Producción y productividad La productividad es un concepto afín a la **Economía** que se refiere a la relación entre la **cantidad de productos obtenida** mediante un sistema productivo **y los recursos empleados** en su producción. En este sentido, la productividad es un **indicador de la eficiencia productiva**. La producción constituye uno de los procesos económicos más importantes y es el medio a través del cual el trabajo humano genera riqueza

Cita bibliográfica:<https://www.significados.com/productividad/>

Autores: Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2008. Actualizado: 2012.

Definiciones: Concepto de producción (<https://definicion.de/produccion/>)



Entiendo como productividad, capacidad o nivel de producción, vinculados a los recursos utilizados para lograr obtener el producto deseado, sé refleja

Imagen

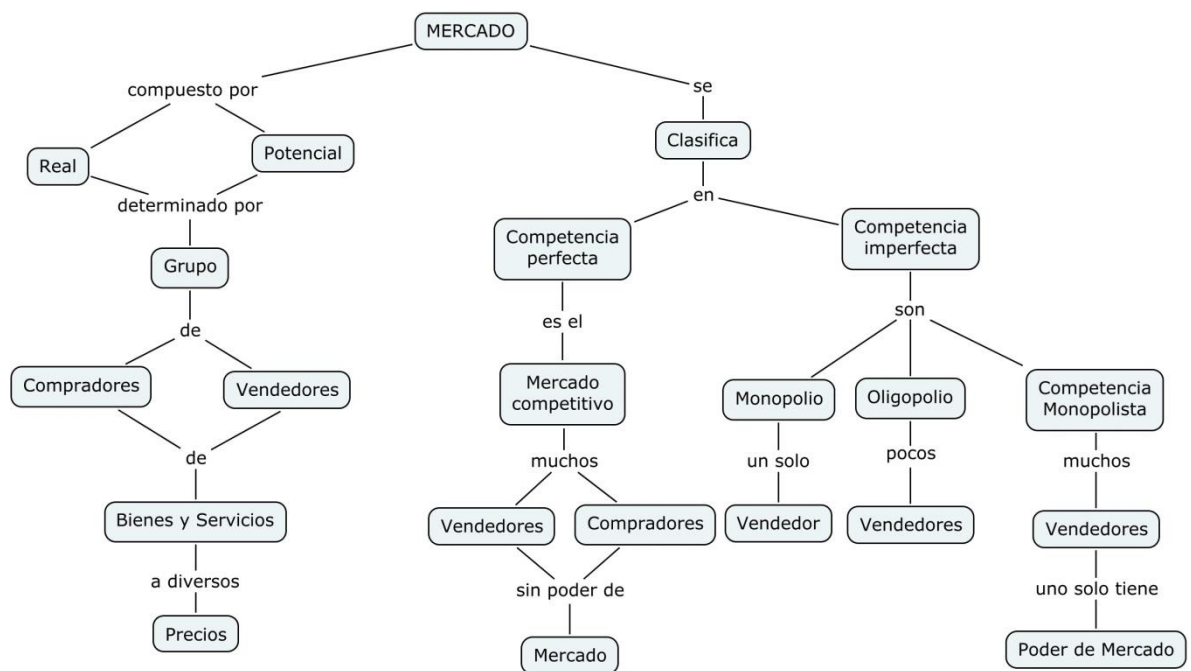
de

[productividad:https://www.google.cl/search?q=productividad+imagenes&tbm](https://www.google.cl/search?q=productividad+imagenes&tbm)

6°Mercado : En una economía de mercado, la interacción de la oferta y demanda es la que determina la cantidad y precio de equilibrio de los bienes y servicios transados. Asimismo, el mercado se encarga de la distribución de la renta a través de la posesión de los factores productivos (capital, trabajo, etc.)

<https://economipedia.com/definiciones/economia-de-mercado.html>

Se entiende como los productos o servicios que se consumen gracias a la oferta y la demanda del consumidor .Relación entre vendedores,y compradores de un bien en común



<http://www.utsvirtual.edu.co/sitio/blogsuts/economiayempresa/mercado/>

7° Bienes y servicios

BIENES Y SERVICIOS: ESFUERZO DEL SER HUMANO PARA SATISFACER SU NECESIDAD, SEGÚN SU PRIORIDAD Y SATISFACCIÓN PROPIA



LAS NECESIDADES ...

Se satisfacen por medio de

↓

Bienes

↓

Servicios

Un bien es todo aquello que satisface una necesidad y tiene un valor ,servicio es una prestación destinada a satisfacer una necesidad personal

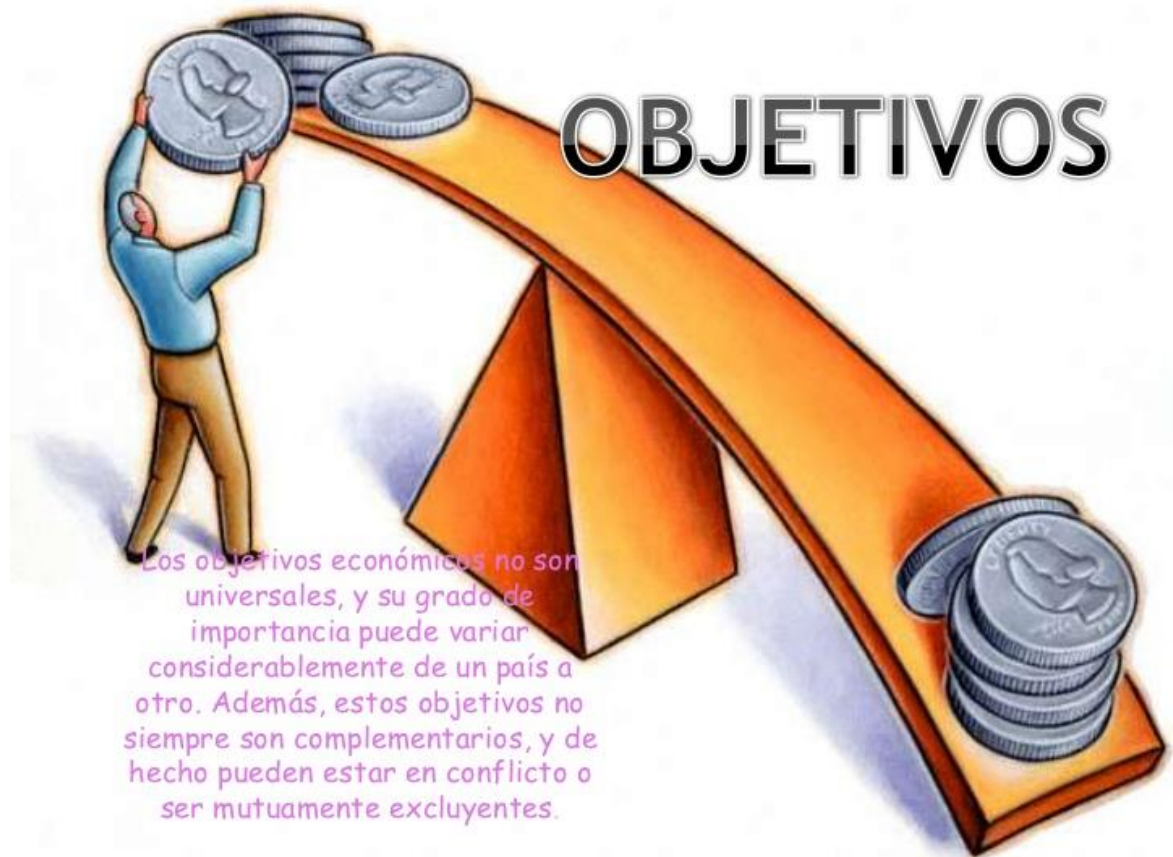
[Cita bibliográfica:UNIACC \(2016\). Problemas de la economía que afectan a los mercados. Introducción a la economía. Lea esto primero \(Semana 5\).](#)

Administración

Administrar o gestionar ,consiste en la planeación ,organización ,dirección y control de los recursos de alguna empresa,con el fin de alcanzar los objetivos

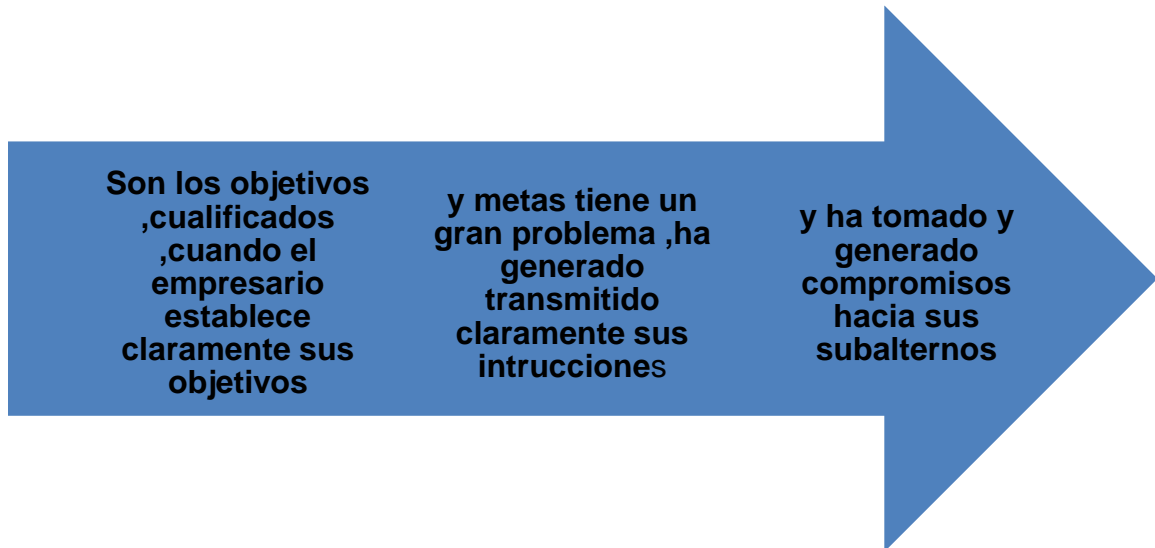
1° Objetivos

Es el deseo de llegar a cumplir la meta que tienes como fin alcanzar o pretendas lograr,se deben tomar las mejores decisiones para poder llegar al éxito



<https://www.google.cl/search?q=objetivos+economicos+imagen&tbm>

2° Metas



El logro de las metas propias, sin importar lo grande o pequeño que sea el empeño, depende de que las metas, propósitos y actividades estén coordinados y organizados

<http://www.scientologycourses.org/es/courses-view/targets/step/read-administrative-scale.html>

3° Liderazgo: Se denomina de esta forma al **conjunto de habilidades que debe poseer determinada persona para influir en la manera de pensar o de actuar de las personas**, motivándolos para hacer que las tareas que deben llevar a cabo dichas personas sean realizadas de manera eficiente ayudando de esta forma a la consecución de los logros

Citas bibliográficas. <https://conceptodefinicion.de/liderazgo/>

Es un aprendizaje continuo ,deben sentir lo que vendrá ,considerando pequeños errores como algo natural ,el lider es un apoyo dentro de la empresa amigo de los trabajadores, trabajan en conjunto

4° Planemiento: se denomina a aquel proceso metódico que se diseña con la misión de lograr un objetivo, elaboración de un plan que nos permite llegar a concretar lo propuesto

Cita bibliográfica:<https://www.definicionabc.com/general/planeamiento.php>

Aquí se definen los objetivos ,que deseamos alcanzar,y las metas que nos propusimos lograr

5° Poder

Tener poder significa tener recursos ,pero estos tienen valor para satisfacer necesidades ,poder coercitivos, lider autoritarios o paternista,poder conexión, lo usan casi todos los lideres ,poder experto ,facilita el cumplimiento laboral ,poder información, sin información ,no existe liderazgo ,poder legitimo, cuanto más alto estoy más ejemplo soy,poder de conocimiento , conocimiento y sobre todo avanzado

www.economia48.com/spa/d/poder-economico/poder-economico.htm

Poder, es el dominio que tiene una persona o país, en función de sus recursos económicos, mediante los recursos que tienen pueden producir diferentes bienes o servicios

6° Plan táctico : Un plan táctico es un plano detallado para implementar el plan estratégico. La planificación táctica toma un plan estratégico de la empresa y establece determinadas medidas y planes a corto plazo, por lo general por departamento de la empresa o función.

<https://pyme.lavoztx.com/ejemplo-de-planeamiento-tctico-en-los-negcios-4328.html>

Plan táctico, este concepto está relacionado con el plan estratégico, consiste en un método que nos sirve para desarrollar el plan

7°Administración estrategica

Pensamiento de administración ,las organizaciones usando metodos de (PEN) en forma circular y continua ,incorporando herramientas del diagnóstico para determinar y controlar las relaciones de la empresa con las variables estrategicas (determinación,análisis y control)del escenario cambiante donde desarrolla su actividad

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/que-es-la-administracion-estrategica/>

Se refiere a la evaluación de un negocio ,define sus metas y objetivos y desarrolla estrategias para logralo

Marketing

El marketing tiene un doble concepto ,y por una parte es filosofía empresarial de orientación al cliente,y por otra parte ,es la herramienta de gestión que ayuda a tomar decisiones con el máximo de información

<https://definicion.de/marketing/>

Marketing:estudia el comportamieto de los mercados y de los consumidores,su función es fidelizar a ,los clientes



Imagen

marketing:

<https://www.google.cl/search?q=imagenes+de+marketing&tbm>

1° Misión Define cuál es el campo de acción u ocupación de la organización y para qué desarrolla su actividad. La misión debe responder a la pregunta ¿por qué? y debe definir ¿en qué negocio estamos? Finalmente es la razón de ser de la organización y es independiente del tiempo, es de muy largo plazo.

Hill, C; Jones, G. y Schilling, M, (2015). Administración estratégica: Teorías y casos. Un enfoque integral. México, Cenega Learning

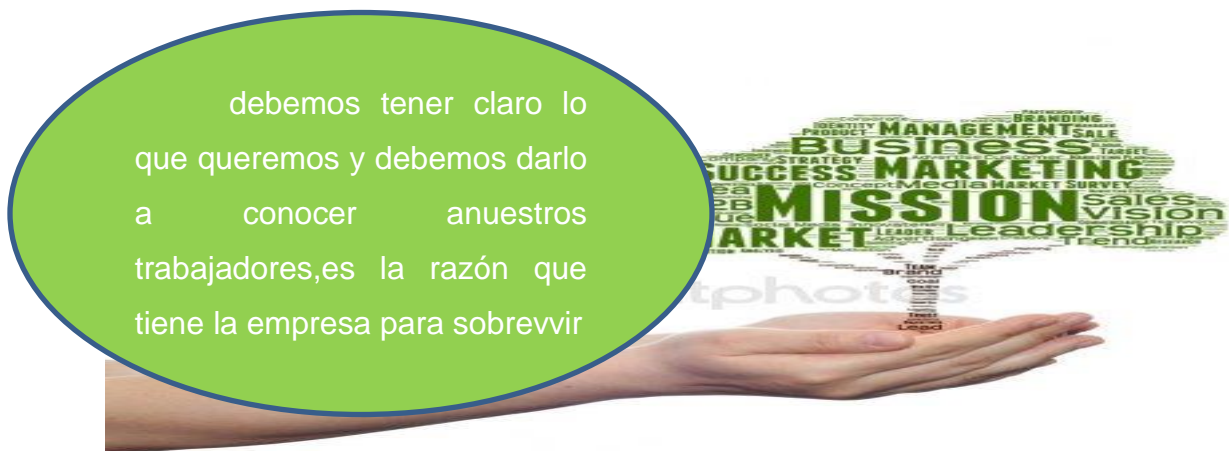


imagen mision: <https://es.123rf.com/imagenes-de-archivo/mision.htm>

2° Visión Es la representación de un sueño, lo que le gustaría llegar a ser a la organización. Es en esencia una declaración aspiraciones. Establece lo que quiere ser en el futuro la organización, qué posición desea ocupar en la sociedad, cómo desea ser

UNIACC (2016). Análisis situacional: aspectos internos y diagnóstico. Marketing Estratégico. Lea esto primero (Semana 2).

Definición del proyecto del negocio a medio o largo plazo .Interviene al voluntad de lo que queremos convertirnos

3° Motivadores: En la medida que entendemos las motivaciones de los clientes, es posible modificar la oferta de productos y servicios cuando éstas cambien. Existen muchas motivaciones que no son explícitas por lo que es necesario conocer a los clientes y su conducta en profundidad.

[UNIACC \(2016\). Análisis situacional: aspectos externos. Marketing Estratégico. Lea esto primero \(Semana 1\)](#)

Motivación:conocer a los clientes para poder entregar el mejor producto o servicio,que ellos prefieren y desean adquirir ,dar un producto de calidad y buen precio

4°Planificación Estrategia : La planificación estratégica es el conjunto de elementos que permiten dar dirección a la organización y sus recursos para el logro de objetivos a través de un sistema estructurado y metódico que si bien no garantiza el éxito mejora considerablemente la posibilidad de lograrlo.

[Hill, C.; Jones, G. y Schilling, M. \(2015\). Administración estratégica: Teorías y casos. Un enfoque integral. México: Cenega Learning](#)

. [UNIACC \(2016\). Análisis situacional: aspectos externos. Marketing Estratégico. Lea esto primero \(Semana 1\).](#)

Planificación :elementos que dirigen la empresa y sus recursos para lograr el objetivo,la planificación estrategica sirve para desarrollar las competencias ,permite destacarse en su entorno competitivo

5° Plan de marketing

Documento escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercado. El plan de marketing debe ir alineado con el plan de negocio y estratégico

<https://robotoespinosa.es/2014/03/25/como-elaborar-el-plan-de-marketing/>

El plan de marketing, es un plan donde debemos tener en cuenta todos los planes, objetivos, análisis, con el fin de lograr alcanzar nuevos desafíos y lograr nuevos clientes



[imagen](#)

<https://www.google.cl/search?q=plan+de+marketing+imagen&tbm=isch&source>

6° Ventaja competitiva: La ventaja competitiva conduce a la organización a una rentabilidad superior dependiendo de: la valoración que los clientes hagan de los productos, el precio que le asignen a los productos y los costos de crear ese valor.

[Cita bibliográfica: UNIACC \(2016\). Ventaja competitiva y estrategias. Marketing Estratégico. Lea esto primero \(Semana 3\)](#)

La ventaja competitiva, va de la mano con la variación de precios, se debe diferenciar la empresa de otras, destacarse frente a las demás

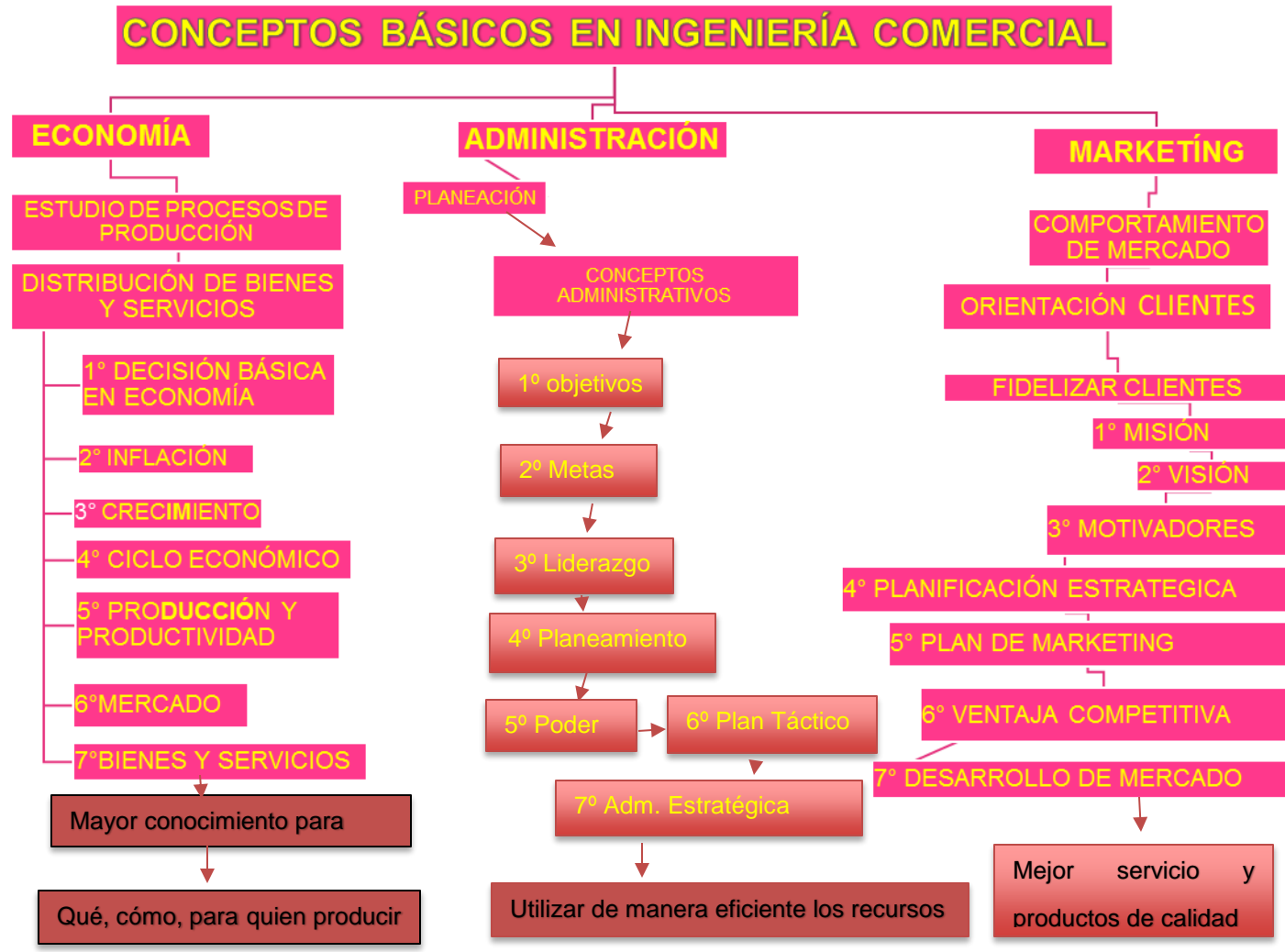
7° Desarrollo de mercado: Crecer en el mercado actual con productos actuales. Esta estrategia no es difícil de implementar cuando la industria está en las primeras etapas de crecimiento, si la industria es madura aumenta la rivalidad con la competencia.

[Hill, C; Jones, G. y Schilling, M, \(2015\). Administración estratégica: Teorías y casos. Un enfoque integral. México, Cengage Learning.](#)

Este concepto nos permite ver el crecimiento de la empresa, debemos identificar y conocer nuevos mercados para entrar en ellos y poder poseerlos

Portafolio 1

1.2 MAPA CONCEPTUAL



1.3 BIBLIOGRAFÍAS PORTAFOLIO 1

Apuntes recopilados por material entregado de UNIACC

www.gestiopolis.com

www.ekonomicos.com

www.marketing.com

www.legaltoday.com

www.coceptodefinicion.de/crecimieto

Lecturas lea , semana 1,2 y 3 marketing

Lecturas lea , economía semana 1, 2

Lecturas lea , administracion semana 1,2

Uniacc, Hill, C; Jones, G. y Schilling, M, (2015). Administración estratégica: Teorías y casos. Un enfoque integral. México, Cenega Learning.

Kotler, P. y Keller, K. (2006). Dirección de marketing. México, Prentice Hall.

Thompson, A. y Strickland, A. (2012). Administración estratégica: Teorías y casos (18a. ed.). España, McGraw-Hill.

Caso práctico Portafolio 2

EDUCACIÓN FINANCIERA

LA ASIGNATURA DEL FUTURO

Introducción

El presente trabajo es un caso práctico de contingencia nacional, en la que veremos la importancia que tiene nuestras asignaturas en la vida diaria de las familias Chilenas

Es un tema que está en la palestra de la ciudadanía y veremos las opiniones que tienen los políticos, las familias y los estudiantes, protagonistas del tema

En este informe doy mi punto de vista y solución según mi parecer y lo que he aprendido hasta ahora en la carrera que elegí para mi futuro, además aplicar mis conocimientos y dar de alguna manera mi opinión y ser aporte para los alumnos y futuros profesionales que serán el futuro de nuestro país

2.1 DESARROLLO

En la semana del 20 mayo 2019 el Ministerio de Educación de Chile anuncio una medida que comenzara a aplicarse el próximo año, cambiando la malla curricular de los últimos cursos en el colegio dejando solo seis ramos obligatorios y 27 cursos electivos

Aquello significa que muchas de las asignaturas que actualmente son impartidas por todos los colegios en Chile pasarán a ser electivas, como **Historia y Educación Física**, decisión que ha sido criticada por diversos líderes de la comunidad educativa

El proyecto, que fue redactado por el Ministerio de Educación y aprobado por un órgano educacional autónomo del estado, establece seis ramos obligatorios para los dos últimos cursos escolares: Lengua y Literatura, Matemáticas, inglés, Filosofía, Ciencias para la Ciudadanía y Educación Ciudadana

Estas dos últimas asignaturas son nuevas en el currículo; Educación

Ciudadana, que será impartida por profesores de Historia, busca enseñar al alumno a reflexionar sobre la sociedad Chilena, el mundo globalizado y los sistemas políticos y cívicos; y Ciencias para la Educación, enseña cómo aplicar la física, la química y la biología a la vida cotidiana

Desde el próximo año, todos los colegios tendrán la obligación de impartir estos seis ramos en terceros y cuartos medios

- “la historia se va a impartir hasta segundo medio ,no es que desaparezca el ramo ,y después los mismos profesores enseñarán educación ciudadana a sus cursos “cita Ministra de Educación ,Marcela Cubillos, conferencia de prensa

Al respecto la ministra de educación, defendió la medida argumentando que esta posibilita más tiempo para profundizar en los contenidos del ramo

- “Nosotros manifestamos nuestro rechazo a que Historia y Educación Física sean asignaturas optativas, y el hecho de que la saquen de la malla obligatoria es aberrante” cita presidente colegio profesores Mario Aguilar

Para los educadores manifiestan sus inquietudes frente a la decisión, consideran que con la decisión tomada habrá una asignatura menos en que se desarrolle el pensamiento crítico, es importante para los estudiantes saber cómo están inmerso en el mundo, tienen que saber que pasaba antes, darlo de electivo es una mala decisión aseguran los profesores

Es ahí se han generado muchos debates con respecto a las decisiones que se han tomado recientemente a nivel país referido a lo que es la enseñanza escolar ,en base a ello es que surgen interrogantes que debemos hacernos

¿será el camino correcto para avanzar en la construcción de una educación de calidad a la que tanto hemos aspirado?

La respuesta la podremos saber con el paso del tiempo, lo que es claro es que nuestra educación sí necesita grandes cambios para avanzar hacia al futuro

2.2 EDUCACIÓN FINANCIERA

Creo que todas las asignaturas son importantes ,estoy de acuerdo que hayan cambios en la educación Chilena ,pero un gran cambio sería implementar una nueva asignatura ,donde los alumnos aprendan a enfrentarse al futuro ,al campo laboral a las competencias al mundo globalizado al que se enfrentaran una vez egresados de la enseñanza media

Tras enfocarse en prepararse y rendir una prueba que los limita a elegir que estudiar, para mí es importante que cada estudiante aprenda desde la enseñanza media, y pueda tener conocimiento de lo que son créditos hipotecarios ,créditos de consumo, tasa de interés, trabajo en equipo, disciplina, el ahorro, en una asignatura como EDUCACIÓN FINANCIERA

Podemos educar desde una corta edad a los estudiantes a lo que es un fondo mutuo un APV, enseñar que con el ahorro por muy mínimo que sea en el futuro le va ayudar y servir ya sea como apoyo para sus padres o quizás crear su propio negocio

Creo que es importante la Historia y Educación física, pero lo más importante es saber cómo enfrentar el futuro ,si aplicamos la **administración** en nuestras vidas, es su día a día ,el buen administrador está en una casa en un trabajo en una empresa, porque debemos llenar de materias a los estudiantes que en su futuro no va aplicar, porque no enseñarles cómo administrar su dinero, desde su primer ingreso, porque no enseñar ,la formas que tiene de ahorrar y de generar más capital o tal vez de ser un emprendedor, darles conocimiento como **ética** laboral ,para que la aplique en su trabajo, sepa cómo enfrentar los conflictos frente a sus colegas o jefaturas ,es importante preparar a los estudiantes para el futuro y enseñarles la realidad con que se encontrarán en un mundo laboral competitivo y debemos darles las herramientas para que sean enfrentadas

En éste caso y dentro de la nueva asignatura que se propone aplicaríamos la **administración**, donde enseñaríamos a los estudiantes sobre gestión financiera resolver los procesos contables y estados de resultados, explicaríamos estrategias de ahorro donde al llevar control de sus cuentas lograran sobrevivir al consumismo que estamos expuestos cada día

Aplicaríamos la **ética y responsabilidad social**, entregando a los estudiantes diferencias entre moral y ética, y ver la importancia que tienen en la vida laboral de cada persona, el comportamiento humano, las relaciones interpersonales que son fundamental para la inserción laboral

Dentro del contexto de la educación en éste ramo que implementaremos conceptos como las comunidades al cual que todos de alguna u otra forma pertenecemos y la responsabilidad social dentro de las empresas

Cerrando el caso expuesto, la educación es lo más importante del ser humano, es lo que le entregamos a nuestros hijos, por lo que lo primordial es que ésta educación sea una buena inversión que le entregue todas las herramientas para que se puedan desempeñar en el futuro

Por lo que la Historia y Educación Física son importante, pero la propuesta que planteo en la nueva asignatura del futuro ADUCACIÓN FINANCIERA ,es una asignatura completa que puede crear grandes economistas y grandes empresarios desde muy pequeños implantando en sus mentes el sistema de ahorro y na ton sólo ser buenos trabajadores y eficientes colegas sino además fomentar la idea de ser sus propios jefes y dueños de su trabajo ,lo que hace un futuro más tranquilo y con el tiempo a su favor para compartir con sus seres queridos y sus familias que es lo más importante para todos

INTERROGANTES Y REFLEXIÒNES

Los alumnos desde la enseñanza media estarán en conocimiento de términos cotidianos que escucharán en los medios de comunicación y podrán desde su corta edad opinar y ser parte del desarrollo del país con los conocimientos adquiridos tendrán la opción de aplicarlas en su diario vivir y madurar en el plano económico y saber lo que es mantener una casa un hogar y tendrán la oportunidad de aportar de alguna u otra forma al crecimiento del país

Esta nueva asignatura del futuro nos fomenta el ahorro lo que con lleva un mejor país donde la pobreza se pueda ir radicando desde el hogar, desde la educación y fomentar el éxito para los estudiantes

Ahora bien la interrogante es si el gobierno está dispuesto a entregarles las herramientas a los estudiantes sabiendo así que al salir egresados de la enseñanza media ya estarán con las capacidades de enfrentar al futuro y sabrán enfrentarse a las políticas que se implantan en los campos laborales que ellos deseen participar

- ❖ Quizás si a mí personalmente me hubieran enseñado y fomentado el ahorro desde muy pequeña ,tendría otra visión del futuro, con mayores proyecciones, que servirían para crecer como persona y profesionalmente



2.3 BIBLIOGRAFIA PORTAFOLIO 2

www.mundo.sputniknews.com

www.latercera.com

Apoyo material de plataforma Uniacc

Información de glosario 1-2

PORTAFOLIO III

ANÁLISIS DE CASO

Introducción

El siguiente caso que presentamos a continuación es de una empresa en particular que analizaremos veremos su trayectoria y proyección en el futuro, revisaremos las estadísticas y el manejo de los directivos en ella

Además según nuestra experiencia y aprendizaje daremos nuestra opinión y soluciones probables a las inquietudes de su dueño y gerente general Don Alberto Valverde para el futuro de su empresa familiar

El siguiente caso utilizaremos las asignaturas de estadística y marketing, además de E-Marketing y la gestión del talento, para evaluar las situaciones de la empresa y lograr salir adelante y cumplir los objetivos que desea la empresa

3.1 Caso a analizar

Full reciclaje Ltda. Don Alberto Valverde gran empresario dedicado al rubro del reciclaje de metales, cobre acero y aluminio, empresa familiar fundada en 1980 dirigida principalmente por sus familiares y amigos más cercanos, empresa que valora muchos a sus 130 trabajadores por lo que les da bono y son bien remunerados

La empresa ha tenido sus altos y bajo como al general de las empresas a nivel mundial y debió sufrir por la crisis económica por lo que debió pensar en ampliar su rubro por lo que ha decido invertir y comprar otro terreno para emprender su nuevo proyecto

Durante los 2 a 3 años ha costado mucho adquirir nuevos clientes y con el nuevo negocio se pretende aumentar las ventas y llegar a levantar el negocio familiar

Don Alberto Valverde se siente preocupado por su empresa y cita a sus gerentes para una reunión donde revisan su información financiera y comercial .Su dueño está tan inquieto por el futuro de su empresa que nos pide ayuda y asesoría para levantamiento de la empresa

Nuestra respuesta y propuesta a su caso es la siguiente:

Detalle la información entregada del caso:

-Empresa familiar, fundada 1980 -Socios de la empresa, amigos	-No hay cambios por 20 años -Estructura plana
-Reciclaje de metales(cobre, acero, aluminio)	-Comprar nuevo terreno -Nuevos clientes

3.2 Solución al caso

Según la información entregada y después de analizar la situación y problemática de la empresa podemos actuar de la siguiente manera:

Según las estadísticas y la planilla que se entregó, podemos ver que de un año a otro hay diferencias muy notorias, el saldo negativo que se muestra con los deudores incobrables ,el activo fijo aumenta del año 2015 al 2016, y las utilidades son muy bajas casi al doble del 2015 al 2016 por lo que se refleja en la tabla los valores de 720 baja a 350 y la rentabilidad baja de 0,18% a 0,08% en 2016 por lo que no está siendo rentable y conveniente para la empresa familiar

Si usamos buena estrategia de marketing, la gestión de talento y el E-Marketing en la empresa lo más probable es que tendríamos excelentes resultados en un largo plazo

El curso de acción que aplicaremos, para comenzar se realizara un recambio en los directivos, el gerente de administración y el gerente de operaciones por lo que menciona el caso son amigos y familiares de muchos años ,se hará una selección de talentos y buscaremos a los candidatos más idóneos para el cargo con las competencias que eso significa, al igual que el recambio de gerentes se hará con los trabajadores los capacitaremos y se implementarán maquinarias en la empresa por lo que se deberá reducir personal y se debe dar los conocimientos que requieren para poder usar las nuevas tecnologías a aquellos trabajadores que desean perfeccionarse, con los sueldos bien pagados no habrá problema con los trabajadores que se quedaran en la empresa

Para captar nuevos clientes será necesario una excelente campaña de Marketing, donde mejoraremos la relación que tiene marca con la empresa y como es visualizada la empresa hacia los clientes ,daremos a conocer la empresa al mundo externo, buscaremos distintos medios de comunicación para que nuestros potenciales clientes nos conozcan ,captaremos clientes ,además proponemos darle valor a la empresa ya que su compromiso con el medio ambiente y ayuda al reciclaje en general nos da un plus hoy en día que es tan necesario, usaremos todas las plataformas de internet ocuparemos las campañas de E-Marketing usando los canales más masivos donde llegaremos a un gran números de clientes prospectos, atreves de la comunicación con un público consiente con las campañas ecológicas y nos enfocaremos por el

Cuidado del medio ambiente y las ventajas y lo que podemos lograr con nuestra empresa si sigue creciendo, ayudará a la limpieza del país y del mundo en general

Nuestra conclusión y el mejor plan de acción es salir adelante con la empresa de reciclaje y el nuevo proyecto de reciclaje de caucho, con la implementación de equipos motorizados y el personal capacitado se logrará aumentar el proceso productivo

El déficit que se tiene por captar nuevos clientes lo superaremos con las campañas de marketing y el compromiso que deberá tener los gerentes por llegar a todas las grandes empresas el retail y las municipalidades con la finalidad de ofrecer el servicio para sus empresas

Con el reciclaje del caucho podremos llegar a nuevos clientes y obtendremos gracias a esta las utilidades necesarias y daremos la rentabilidad que la empresa necesita

De ninguna manera se permitirá que la empresa pierda su protagonismo en el reciclaje y don Alberto dejará de preocuparse por el futuro de su empresa familiar con el plan estratégico y el plan de acción que emplearemos la empresa Full reciclaje Ltda. será una empresa reconocida, como una gran organización que cuida el medio ambiente, que es bien valoradas por sus trabajadores y por sus clientes

La empresa de reciclaje es lo que se necesita hoy en día donde es una preocupación el tema de la contaminación y el cuidado del medio ambiente

Los clientes y toda la comunidad están agradecida por la empresa de reciclajes porque nos ayudan y aportarán para que el futuro de nuestros hijos sea mejor

3.3 BIBLIOGRAFIA PORTAFOLIO 3

Opiniones propias

<https://entrepreneur.com>

-Claves para hacer una campaña publicitaria

www.inluenciamc.cl

-Publicidad Digital

4 PORTAFOLIO 4

PORTAFOLIO IV

CASO PRÁCTICO Y MAPA CONCEPTUAL

PORTAFOLIO DE TÍTULO

Introducción

El presente portafolio dará a conocer un caso práctico al cual da a conocer las problemáticas que existen en su entorno, con información recopilada durante el periodo de estudio, utilizando la materia aprendida en el curso de la carrera se podrá dar respuesta y solución al caso planteado.

Una vez dado el resultado del caso se expondrá un mapa conceptual con conceptos recopilados de los glosarios anteriores, siendo estos glosarios 1, 2, 3 y 4 considerando 84 conceptos y se establecerán las relaciones significativas entre los conceptos y la problemática planteada además encontrará variables importantes y variables transversales y relevantes vinculadas.

Este portafolio nos permite aplicar lo aprendido en las distintas materias y áreas con situaciones reales.

4.1 Caso práctico

LINEA DE TÀXIS GONZÀLEZ- VIDAL

El gerente de la línea de taxis decide poner a la venta uno de sus móviles por la baja de carreras que se han estado presentando hace un tiempo con la aparición de la nueva competencia UBER una empresa en pleno crecimiento que ha venido a competir directamente con nosotros con una mejor calidad de servicio y nuevas tecnologías

Esta decisión está planteada en el directorio ya que por las bajas cantidad de carreras ,están presentando un problema financiero al que no se ha podido poder costear los gastos .La gestión económica ,financiera y comercial de los diferentes departamentos ,que son claves en la línea de taxis están preocupados por el nivel de competencias que ahora se presenta

Las variables que se medirán, eran los ingresos totales de la línea, los costos totales y la rentabilidad por kilómetro recorrido

Informe de los ejecutivos

Departamento	Taxi 1	Taxi 2	Taxi 3	Taxi 4
Ingresos totales	100.000	80.000	60.000	150.000
Costos totales	95.000	85.000	50.000	120.000
Variables	60.000	55.000	45.000	80.000
Fijos	40.000	40.000	40.000	40.00
Kilómetros usados	120	120	65	130
Rentabilidad por kilómetro	0,2	0,1	-0,4	0,4

Según los datos que se expusieron en la junta por parte de los en cargados de los departamentos se pensó en proponer al gerente y al directorio vender y deshacerse del Taxi N° 3 ya que sólo genera pérdidas, rentabilidad negativa

- Veremos qué curso de acción podemos realizar
- Si es efectivamente conveniente deshacerse y vender

Según lo que vemos en los datos entregados está fallando y presenta debilidades de tipo comercial y financiero, dos variables que no están rindiendo como se espera, la primera es la variable comercial, y esta arrastra al departamento

financiero ya que no hay flujo de caja, no hay ingresos ni rentabilidad ya que no hay carreras solicitadas según estaban consideradas o presupuestadas

Veamos a continuación cuales son el beneficio o costos de vender o no vender nuestro Taxi N° 3

- Beneficios de no vender

Este Taxi nos ayuda a pagar los costos fijos

Tenemos la posibilidad de mejoras en el futuro

Considerar no perder ante la competencia

- Costos de no vender

Aguantar las pérdidas durante cierto periodo de tiempo que no conocemos

Aumentar el costo en publicidad

Menos ingresos

- Beneficios de vender

Mejora liquidez

Ingresa dinero a caja

Eliminamos el vehículo que genera perdidas

- Costos de vender

Deshacerse de un Taxi

Perder ante la competencia, nos ven débiles

Perder línea en el negocio ante las competencias

Ante los datos entregados lo más conveniente el método aplicado, se pueden evaluar, VAN, Costo de oportunidad, Costos -Relevantes, siendo el caso estudiado el más aconsejable este último, porque en VAN no tenemos los flujos, en el costo de oportunidad debemos entrar a ver quiénes son los que nos ofrecen la compra del vehículo los costos relevantes es la herramienta mejor que podemos emplear para analizar de acuerdo a los datos entregados

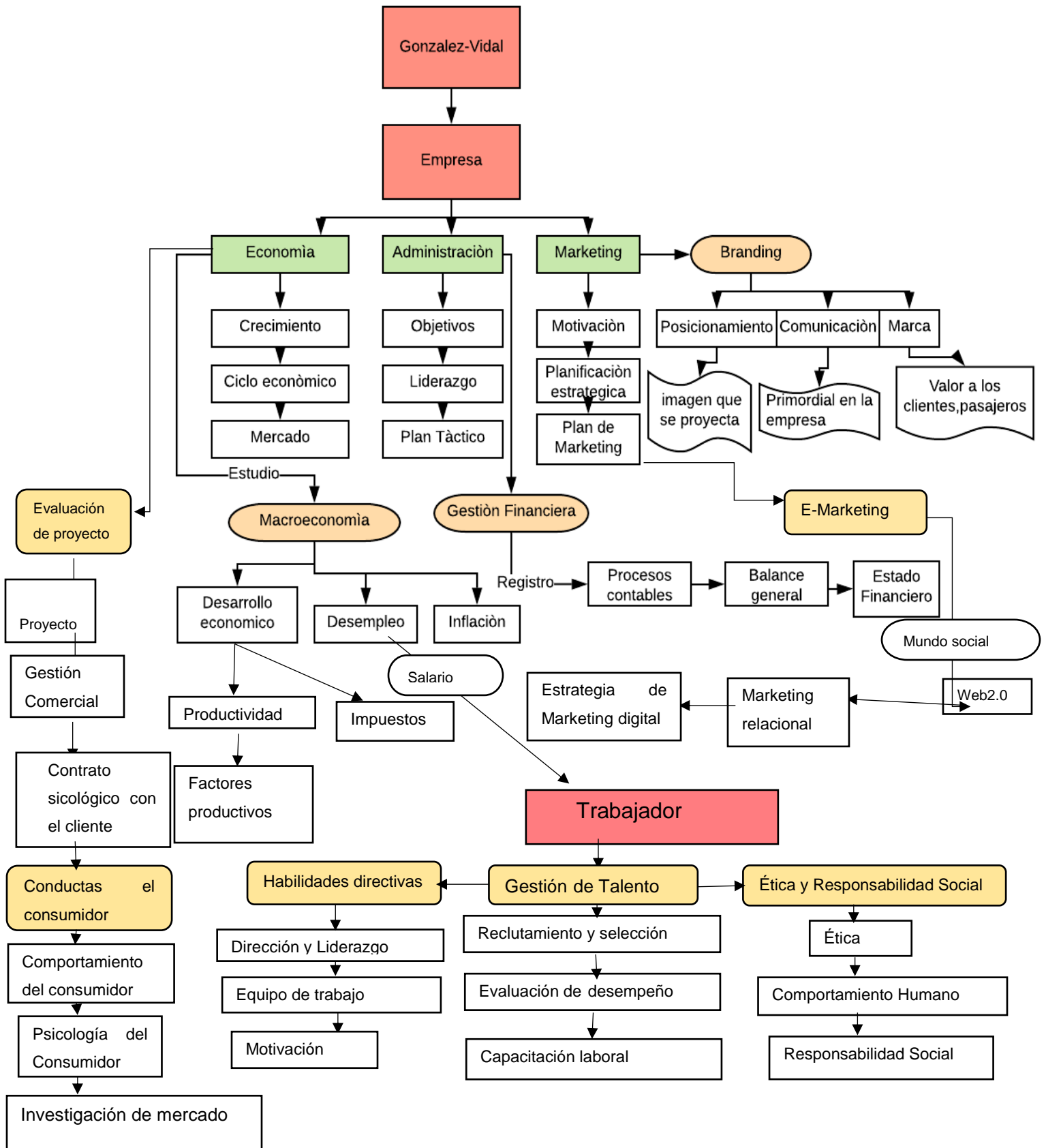
Se debe mantener nuestro taxi pues el contribuye al pago de los costos fijos totales de la gerencia

Los ingresos del taxi son superiores al costo variables, luego todo lo que sobrepase los costos variables contribuye a pagar los costos fijos, con todo lo que está generando en carreras el taxi según la tabla anterior, quiere decir que alcanza a cubrir todo lo que nos cuesta mantener en funcionamiento el taxi, (costos variables) nos queda un saldo a favor donde alcanza a cubrir y nos ayuda amortizar los costos fijos, independiente si se vende este bien los costos fijos seguirán existiendo

El análisis de los cursos de acción operativo nos refleja que la mejor alternativa es no vender, pues el taxi contribuye a la empresa con el pago de los costos fijos ya que estos costos estarán presente esté o no el taxi N° 3

A continuación se entregará un mapa conceptual refiriéndose al caso práctico recién expuesto, se incorporarán conceptos de portafolio anteriores, los cuales son glosario 1,2 ,3 y 4

4.2 Mapa conceptual



4.3 Conclusiones

1º Nuestra empresa Línea de Taxis González-Vidal está pasando por un mal momento ya que las competencias se han masificado en el rubro “UBER” ha entrado a nuestra línea de una forma dañina por lo que se deben realizar cambios importantes para evitar que decaiga la empresa y no tener que vender nuestras maquinas

Por lo anterior en lo económico se enlaza en el grafico el crecimiento y mercado, conceptos que estudian los procesos de consumo de bienes y servicios, el crecimiento que se va reflejando cada día como país nos da pie para que maximicemos el rubro antes de reducir, como desarrollo económico la empresa se encargará de realizar mejoras en beneficio de los consumidores dar un servicio de calidad y mejoras en el servicio para aumentar las carreras y aumentar la riqueza de la empresa ,el país ha estado en crisis en los últimos tiempo la inflación ha aumentado y los clientes han tenido que buscar otras formas de trasladarse ,por lo que el aumento del desempleo es inminente ,nuestra empresa no apoya el desempleo por lo que mantendrá su dotación en tiempo de crisis ,trabajadores, conductores de la línea de muchos años junto a la organización

Basado en el concepto de desarrollo económico nuestra empresa se reinventará, nuestros trabajadores se comprometerán hacer más productivos, utilizar los recursos de una mejor manera, ya sea en gastos de combustible, mantención a los taxis, estar atento a los llamados, utilizar mejor el recurso y los materiales productivos que se les entrega las herramienta principal es el vehículo y deben

cuidarlo, los conductores se comprometen a ser más eficientes en el trabajo en benéfico de todos

Nuestros ejecutivos, y el área de finanzas ,se restaurará ,administrará de mejor manera y más efectiva, el registro de los documentos , los procesos contables serán revisados y supervisados semanalmente ,así se mantendrá la información a tiempo para la toma de decisiones en tiempo real ,y debe ser confiable y demostrable para el resto de la compañía ,al igual que el balance general y los estados financieros serán bien organizados donde los activos y pasivos nos muestren los resultados específico y estar al tanto del desempeño económico y si es necesario tomar las decisiones y realizar cambios cuando sea necesario en el momento justo

2º Basada en el área administrativa nuestra empresa ,planeará ,controlará y tomara control de sus recursos ,se cumplirán los objetivos y las metas que la organización desea lograr cada año, se tendrá un nuevo plan táctico al cual los trabajadores serán los protagonistas ,el equipo de trabajo elegirá un líder entre ellos donde las habilidades que este debe poseer es la de influir entes los demás trabajadores para que cada uno se sienta contento y feliz y se vuelvan a reencontrar con la empresa y su trabajo, cómo se menciona anteriormente nuestra empresa no desvincula a los trabajadores antes de eso se capacitara al personal entregando los conocimientos necesarios para el buen trato al cliente, formas de enfrentarlos y dirigirse a ellos ,además la empresa estará en constante evaluación de desempeño y darle las estímulos para que cumplan sus metas y objetivos individuales. En las

capacitaciones aprenderán a conocer al nuevo cliente, la formas de comportarse, lo que busca de nuestro servicio de taxi, lo que necesita, lo que espera del servicio,

debemos aprender a conocer y familiarizarse con el cliente, para conocer bien a nuestro cliente debemos estudiar el mercado y conocer las problemáticas que tienen llegar a su interior, el cliente nos permitirá saber y conocer sus necesidades y el servicio que espera recibir

3º Nuestra empresa siempre tiene presente la ética frente a sus trabajadores y clientes, la actuación que tiene la organización desde los directivos debe ser transparente e intachable, como medio de transporte la línea de taxi debe ser un aporte a la sociedad y contribuir en ella, se entregará buenas practicas a los colaboradores para que sean unas personas que actúan con valores frente a la sociedad ellos son rostro de la empresa ,el equipo de trabajo de la empresa se enfocará en lograr las metas y los objetivos planteados, además estarán motivados con incentivos necesarios que favorecerán a los trabajadores y a la organización ,el líder y directos de la empresa cumplirá los objetivo y maximizará los resultados y repuntarán a la línea de taxi como en los mejores tiempos

4º Nuestra empresa otro de los cambios importantes que realizará será adaptarse a las nuevas tecnología 2.0 ,aquí se podrá interactuar de forma masiva con los clientes se realizaran consultas ciudadanas y se darán respuesta a las necesidades que ellos desean, se generaran contactos con los clientes y se buscara con la ayuda de la tecnología que los clientes permanezcan con nosotros y sean fieles ,se tendrá una relación directa con los clientes ,a través de los medios digitales empleados por

el global de la gente ,computadores ,teléfonos etc. Todo lo que se involucre con el cliente y la empresa para permanecer conectados y se mantengan involucrados entre sí a través de las redes de comunicación, se incorporarán a la línea de taxis

tecnologías que estén a la vanguardia e ir de la mano con las competencias y no flaquear ante ellos .Nuestro proyecto de línea de Taxi es una idea que ya lleva años satisfaciendo las necesidades de los usuarios, es un proyecto viable en el tiempo ,es un proyecto que se basa en dar un servicio de calidad a los clientes y el beneficio es mutuo para ambos, por todo lo anterior no se venderá ninguna de las maquinas ,la empresa se reinventara se organizará de tal manera que se enfrente al mercado de igual forma que la competencia y lograr seguir creciendo como empresa y mantenerse en el tiempo

4.4 BIBLIOGRAFIA PORTAFOLIO 4

Ideas propias

Video clase Uniacc semana 7 portafolio 3

Material recopilado de portafolio 1,2 ,3 y 4

Programa de Lucid Chart