



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

**Caso de Aplicación**

**Principales impactos socio-económicos debido a la actual crisis  
sanitaria**

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

**Docente portafolio: Francisco Gallardo González**

**Estudiante:  
Orlando Danilo Rojas Medina**

**Santiago de Chile, Julio de 2022**

**INDICE**

<b>Capítulo I</b> .....	<b>4</b>
Portafolio I conceptos relevantes.....	<b>4</b>
Portafolio II conceptos relevantes .....	<b>15</b>
Portafolio III conceptos relevantes.....	<b>27</b>
Portafolio IV conceptos relevantes .....	<b>34</b>
<b>Capítulo II</b> .....	<b>42</b>
Caso Portafolio II.....	<b>42</b>
Caso Portafolio III .....	<b>45</b>
Caso Portafolio IV .....	<b>51</b>
Conclusiones Caso Portafolio IV .....	<b>65</b>
Bibliografía Caso Portafolio IV .....	<b>68</b>



## Capítulo I

### Portafolio I

### 1 ECONOMIA

Economía es la ciencia que estudia la asignación más conveniente de los recursos escasos de una sociedad para la obtención de un conjunto ordenado de objetivos.

**1.1 Economía:** Es una ciencia social que estudia la forma de administrar los recursos disponibles para satisfacer todas las necesidades humanas.

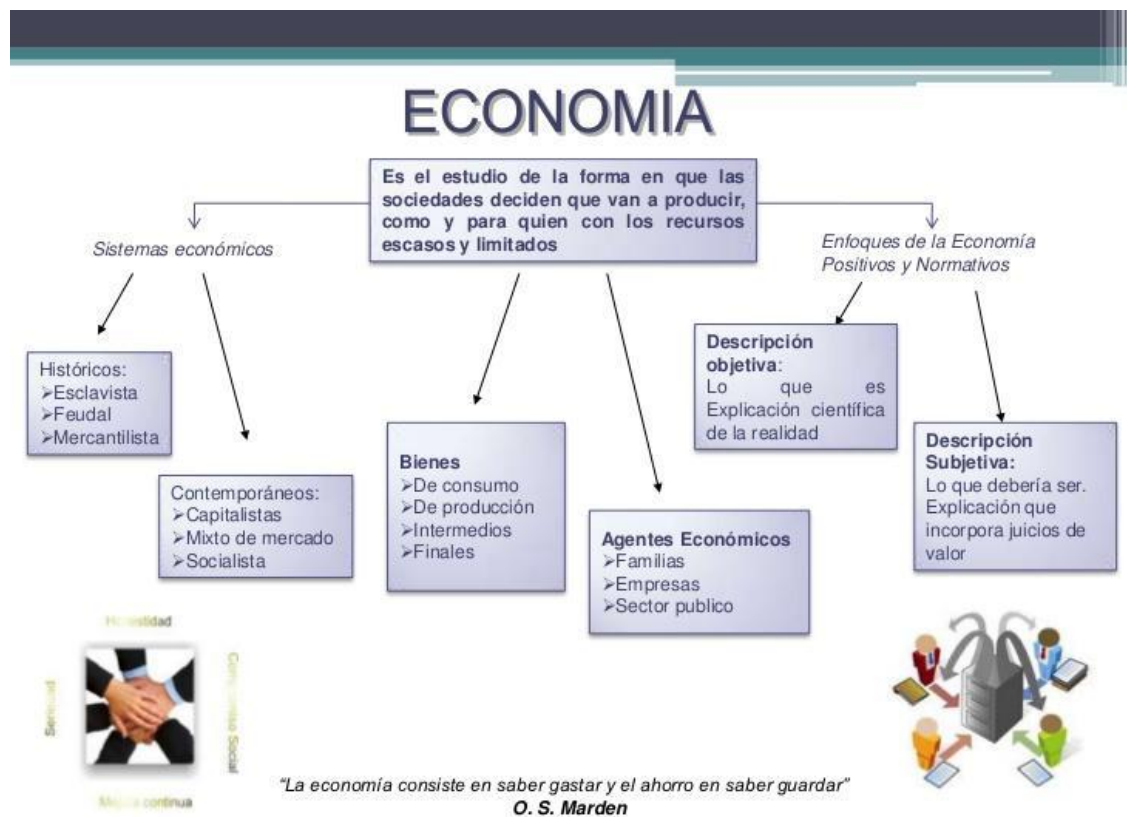


Figura 1.- corresponde a la definición conceptual de la palabra economía.

Fuente: <https://pt.slideshare.net/janelachg/mapa-conceptual-economia-2-janela-hernandez/2?smtNoRedir=1>

**1.2 Macroeconomía:** Se trata de la una rama de la economía que estudia la economía de una zona o un país abordando indicadores importantes como; los recursos escasos, el empleo, las inversiones, las importaciones y exportaciones.

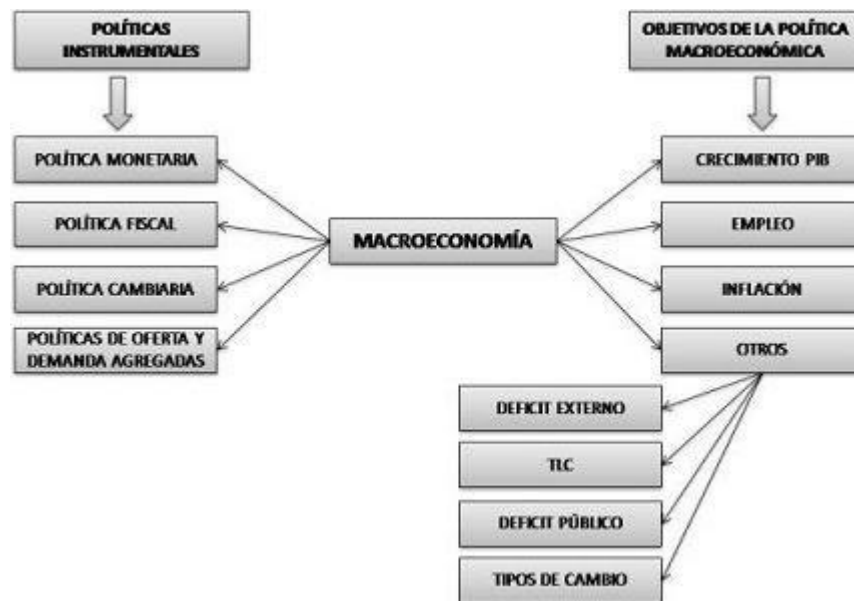


Figura2.- Corresponde a definición conceptual de la palabra Macroeconomía

y sus equivalentes.

Fuente

<http://alexandereconomia1.blogspot.com/2016/06/blog-post.html>



Figura 3: Corresponde a conceptos importantes en relación a la ciencia de la Macroeconomía.

Fuente

<https://app.emaze.com/@AOICTOOQL/universidad-abierta-y-a#5>

**1.3 Microeconomía:** Se trata de una rama de la economía que estudia el comportamiento de unidades económicas individuales, como pueden ser los individuos, familias, empresas y los mercados.

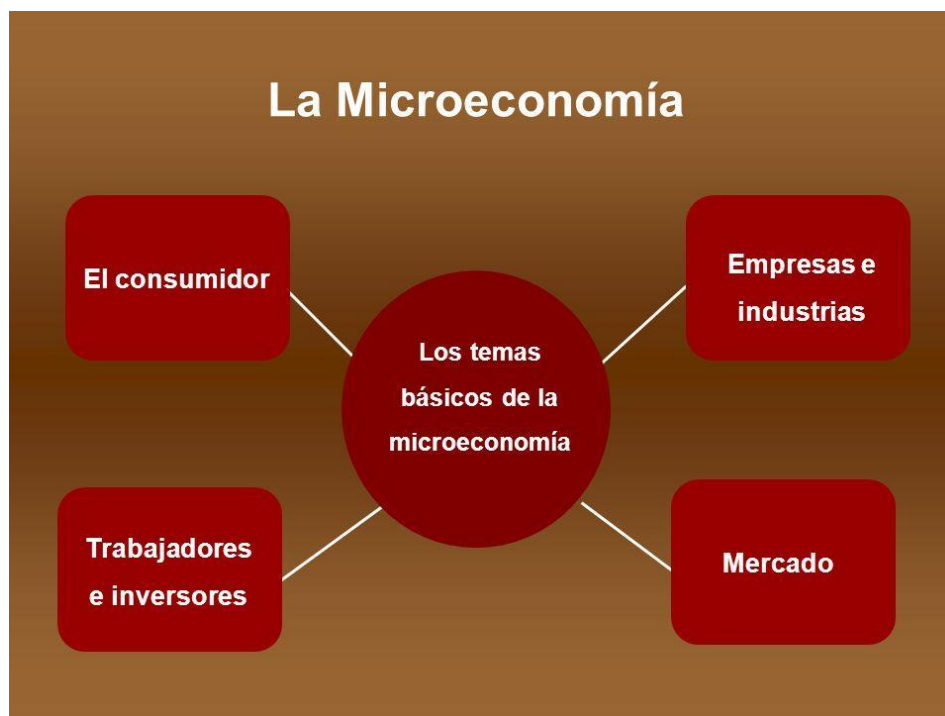


Figura 4: Corresponde a concepto clave de la rama que estudia la Microeconomía.

Fuente: <http://angelicalasso.blogspot.com/p/microeconomia.html>

**1.4 Oferta:** Dentro de la economía, es la acción de ofrecer algo dentro del Mercado de bienes y servicios.

**1.5 Demanda:** Corresponde a la petición o solicitud de un demandante de un bien o servicio.

**1.6 Precio:** Corresponde al valor en dinero asignado al bien o servicio ofertado en el mercado.

**1.7 Bienes:** Son productos tangibles producidos por la industria o empresa ofrecidos en el mercado para que el consumidor pueda comprar.

**1.8 Servicios:** Corresponden a los bienes intangibles ofrecidos en el mercado.



## 2 ADMINISTRACION

La definición que identifica a Administración es, Acción de administrar (gobernar, organizar una economía).

**2.1 Administración:** Es la ciencia que se utiliza para el proceso de planificación, organización, dirección y control del trabajo en una organización determinada.

**2.2 Planeación:** Proceso de organizar y utilizar los recursos escasos para lograr objetivos.

### **Planificación**

Los Objetivos deben ser:

\*\* Específicos.

\*\* Alcanzables.

\*\* Coherentes.



Figura 5; Corresponde a conceptos claves de la función de planificación dentro de la organización. Fuente: <https://www.monografias.com/trabajos93/proceso-planificacion/proceso-planificacion.shtml>

**2.3 Dirección:** Consiste en la realización efectiva del planeado.

**2.4 Control:** Función administrativa que consiste en medir el desempeño dentro de la empresa.

**2.5 Objetivos:** Consiste en la meta a alcanzar por la organización. En otras palabras, corresponde al impulso que realizan los individuos para tomar decisiones o perseguir sus propias aspiraciones.

**2.6 Organización:** Corresponde a la coordinación de recursos humanos y materiales dentro de la empresa.



Figura 6: conceptos claves de la Organización. Fuente; <https://vdocuments.site/organizacion-del-proceso-administrativo-angie-arciniegas-lizeth-sandoval-formacion.html>

## 2.7 Producción: Proceso de elaboración de un producto determinado.

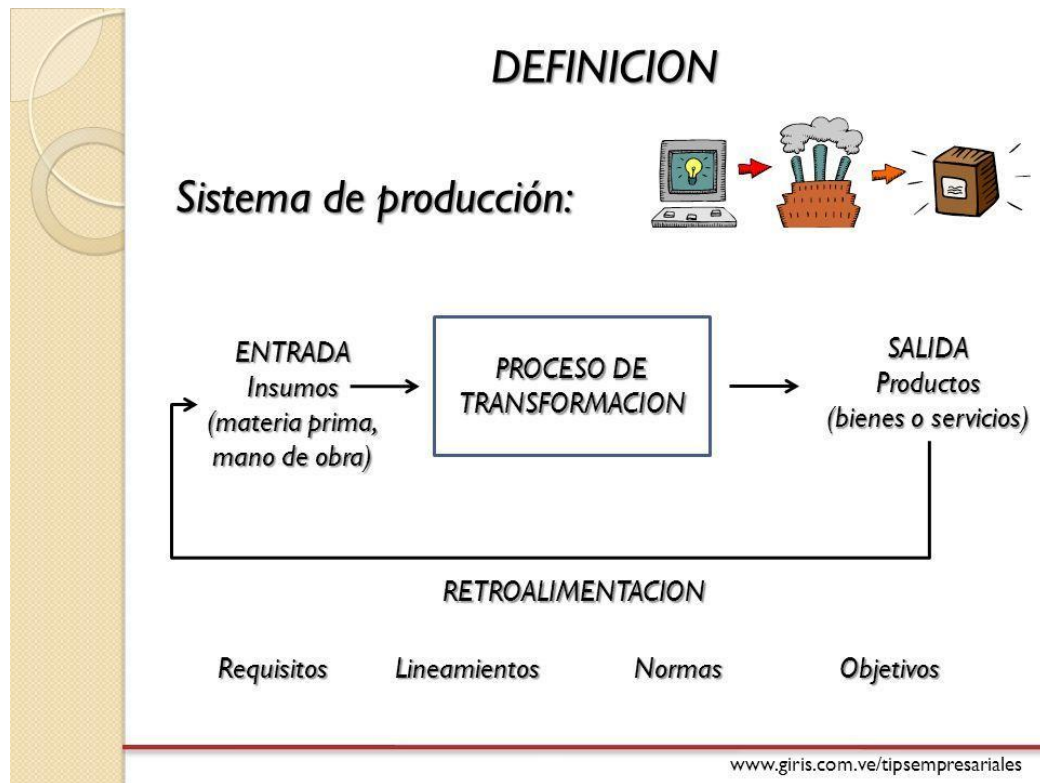


Figura 7: Corresponde a la definición de la Producción identificando el sistema de producción. Fuente: <https://sites.google.com/site/aoitt16/unidad-1-sistemas-de-produccion>

### 3 MARKETING

La definición que identifica al Marketing es una palabra inglesa que significa en español mercadeo o mercadotecnia. Esta disciplina se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de los consumidores. Analiza la gestión comercial de las compañías con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a través de la satisfacción de sus deseos y necesidades.

**3.1 Branding:** Consiste en el proceso de hacer y construir una marca.

**3.2 Marketing Estratégico:** Corresponde al análisis y conocimiento del mercado, con el objetivo de detectar oportunidades que ayuden a la empresa a satisfacer las necesidades de los consumidores.

**3.3 Marca:** Señal que permite identificar o distinguir un bien o servicio. En otras palabras, corresponde a lo que identifica a algo que se ofrece en el mercado.



Figura 8: Ejemplos de Marcas. Fuente:

<http://yeux.com.mx/ColumnaUniversitaria/no-hay-valor-sin-marca-ni-marca-sin-valor/>

**3.4 Segmentación:** Dentro del Marketing corresponde al concepto de segmentar o dividir al mercado según características de homogeneidad o heterogeneidad.

**3.5 Mercado:** Lugar destinado al intercambio de productos y servicios entre compradores y vendedores.

**3.6 Canal:** Medio de transmisión en donde se comunica el emisor y el receptor.

**3.7 Arquitectura de la marca:** Consiste en un grupo de estrategias necesarias para construir y maximizar el beneficio de una marca exitosa.

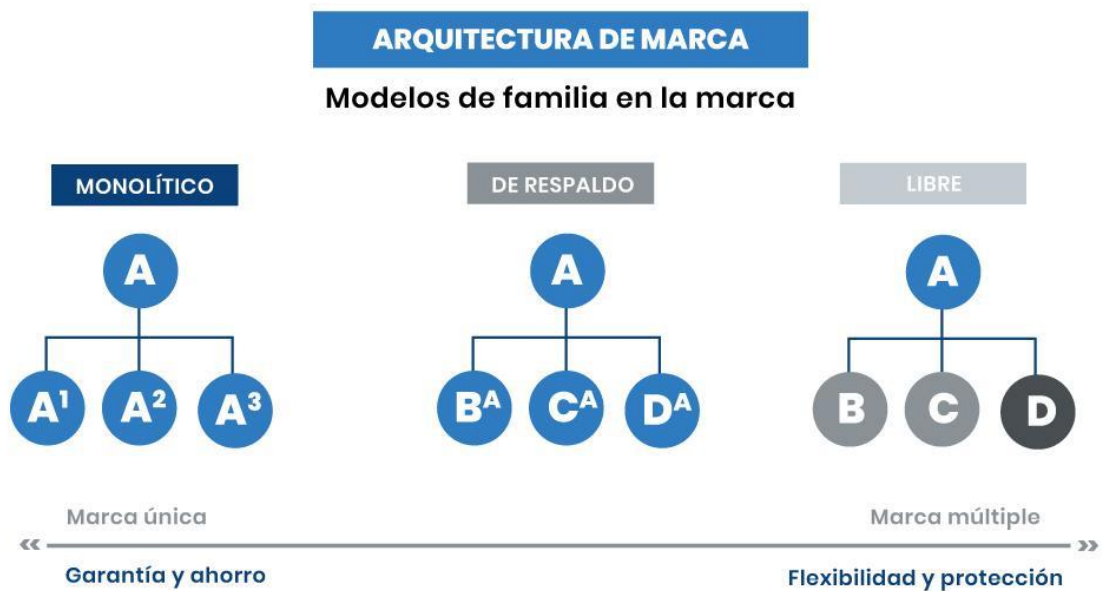


Figura 9: Ejemplo grafico de la Arquitectura de la Marca Fuente: <http://2bceo.com/haciendo-branding-que-es-la-arquitectura-de-marca-2/>

## **CONCLUSION**

Para concluir con este trabajo del ramo de Portafolio 1, cuyo propósito consiste en la elaboración de un Glosario, puedo describir que en resumen ha significado una herramienta fundamental que ofrece múltiples posibilidades de aprendizaje y reforzamiento constante a los conceptos adquiridos durante el primer módulo de estudios, constituyendo un formato de mejoras significativas y relevantes para la finalización satisfactoria de estos.

Como conclusión, este trabajo a significado una herramienta esencial para organizar los términos requeridos por la asignatura.

**Portafolio II**

A) Revisando el material disponible o sus apuntes de estudio, debe seleccionar 7 conceptos relevantes para cada una de siguientes áreas:

a. Economía

b. Administración

c. Marketing

B) Escriba una definición para cada uno de los conceptos, los que puede acompañar de ejemplos o gráficos que faciliten su comprensión.

## 4 Economía.

**4.1 Balanza de pagos:** Registro de transacciones de los residentes de un país con el resto del mundo. Se divide en 4 bloques: Cuenta corriente, Cuenta capital, activos de reserva y errores y omisiones. También se entiende como la relación de las operaciones económicas (cobros, pagos y préstamos) de un país con países extranjeros durante un periodo de tiempo, utilizado generalmente un año.

**4.2 Exportaciones:** Herramienta imprescindible de la contabilidad nacional la cual describe todo bien y/o servicio legítimo que el país productor (exportador) envía como mercancía a un tercero el cual compra para su utilización. Es la Aduana el órgano estatal encargado del trámite de este proceso económico el cual presenta un importante grado de dificultad a nivel fiscal y legal. Ej: China es un gran productor de tecnología, la cual es necesaria en el resto del mundo, por lo cual comercializa estos bienes y “exporta” a todo el mundo.

**4.3 Importaciones:** Conjunto de bienes y servicios adquiridos por un país en el extranjero con objetivo de utilización o consumo en territorio nacional. Suelen estar sujetas a restricciones económicas y reguladas por todos países para la entrada de productos, por lo que existen un sin número de convenios



entre países para acordar normativas entre quienes adscriben. Ej: Actualmente la producción nacional de legumbres no da abasto ante el creciente consumo local, por lo cual debe importar producción canadiense (lentejas, porotos, etc.) para satisfacer la totalidad de la demanda nacional.

**4.4 Ingresos Públicos:** Se entiende como el flujo de recursos obtenidos por el estado para el financiamiento de sus políticas públicas, los cuales pueden tener origen en impuestos, utilización de empresas del estado o endeudamiento. Ej: El cobro del IVA es actualmente la principal fuente de ingresos públicos en Chile, el cual se mantiene en el 19%.



**4.5 Efecto Desplazamiento:** Consecuencia que describe la caída del gasto privado a raíz de un aumento en el gasto público y que tiene lugar posterior a una política fiscal expansiva, haciendo que los tipos de interés aumenten, reduciendo el gasto privado (inversión) debido al alza en el valor del dinero. Este efecto también es conocido como “crowding out”.

**4.6 Tipo de Cambio:** Es el precio de las divisas en términos de moneda nacional. Si sube el tipo de cambio la moneda nacional se devalúa. Por el contrario, si baja el tipo de cambio la moneda nacional gana valor. Se utilizan conceptos como devaluación y depreciación, como también reevaluación y apreciación respectivamente. Ej: Si el dólar disminuye su valor de \$790/dólar a \$650/dólar, el peso chileno “gana valor” frente al dólar por que se utilizan menos pesos chilenos para adquirir la misma divisa.

**4.7 Inflación:** Aumento sostenido en el tiempo del nivel general de precios en la economía. Existe inflación cuando se presenta una tendencia general en los precios de bienes y servicios al alza. Puede traducirse también como la baja en el ingreso real de las personas que se expresa en la cantidad de bienes que un individuo puede adquirir con su ingreso monetario o nominal. Ej: Una persona que percibe un sueldo de \$320.500 en el 2019 optaba a comprar una canasta de 10 productos. Luego, en el 2020, al proyectarse una inflación del 3%, su canasta y número de productos disminuye ya que, con el mismo ingreso, el precio de los productos aumenta y su opción de compra también.

## 5 Administración.

**5.1 Información contable:** Base de la toma de decisiones financieras y de gestión en una organización. De estrecha relación con la contabilidad, departamento que nutre a la organización con datos precisos, oportunos y fidedignos.

**5.2 Ventas:** Proceso en el cual se generan los flujos que la organización necesita para hacer frente a sus obligaciones y continuar con su operación normal. Regularmente son comparadas con niveles de ventas anteriores con el fin de anticiparse a ciclos de ventas, igualdad de condiciones económicas, etc., para detectar falencias en los procesos internos.

**5.3 Utilidades:** Fin último de la administración de una empresa. Asegura la permanencia y continuidad de operaciones. Son un gran indicador del estado financiero de una empresa y, ante cualquier variación en estas, deben ser analizadas y explicadas.

**5.4 Estado de resultado:** Muestra la utilidad o pérdida de un periodo contable, luego de la diferencia entre ingresos y costos más gastos. Tiene como principales componentes a las ventas, costos y gastos, costo de venta, gastos generales, otros ingresos y gastos, utilidad o pérdida antes de impuesto, impuesto a la utilidad y utilidad o pérdida neta.

Nombre de la empresa	
Estado de Resultados	
Periodo Contable	
<b>+ Ingresos</b> (Entrada de dinero por la venta de productos o servicios menos los descuentos o devoluciones sobre ventas)	\$ -
- Costo de ventas (Inventario inicial y final, compras menos los descuentos o devoluciones sobre compras y mano de obra)	\$ -
<b>= Utilidad bruta</b>	\$ -
- Gastos (Pueden ser administrativos como sueldos, renta, servicios o de ventas como los gastos por publicidad)	\$ -
- Financiamiento (Gastos relacionados con la solicitud de prestamos como el pago de intereses o seguros)	\$ -
<b>= Utilidad antes de impuestos</b>	\$ -
- Impuestos (Cantidad de dinero que debe pagarse al gobierno)	\$ -
<b>= Utilidad neta</b>	\$ -

**5.5 Ratios Financieros:** Es la relación entre dos variables obtenidas de los diferentes informes financieros, la cual permite obtener información sobre la situación financiera de la empresa, exponiendo una buena o mala gestión, lo que brinda la posibilidad de generar correcciones para que la organización obtenga los resultados anteriormente planteados.

**5.6 Caja:** Nombre de la cuenta activo por la que pasan las entradas y salidas de dinero de una empresa. Por su importancia, su manejo ineficiente podría perjudicar la gestión de la empresa al no poder rentabilizar los recursos financieros que posee, como también, la falta de caja puede poner en riesgo la capacidad de cumplir con las distintas obligaciones de la empresa.

**5.7 Planificación:** Plan general, metódicamente organizado, de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado. Es un elemento básico en el desarrollo y puesta en marcha de un proyecto, empresa, actividad u organización. Es utilizada por la administración para pensar con antelación los objetivos y acciones que se realizarán, con el propósito de no realizar acciones de forma improvisada.

## 6 Márketing.

**6.1 Marca:** Nombre o símbolo utilizado por las empresas para diferenciar sus productos de competidores, además de identificar el producto de un vendedor a otro, como también de proteger formal y legalmente su identificación.



**6.2 Imagen de Marca:** Percepción del exterior sobre lo que proyecta una marca concreta. Son aquellos significados capaces de hacer reaccionar a los espectadores de una marca, por sus actuaciones, expresiones y relaciones con la marca en cuestión.



*“Lo que piensan de nosotros.”*

**6.3 Identidad de Marca:** Elementos propios de una marca que la conforman en su conjunto, los cuales se pueden crear y gestionar por intermedio del Branding. Todo aquello que le brinda un valor único y hace que una marca se diferencie del resto del resto en el mercado donde compete.

*“Lo que somos realmente”*



**6.4 Diseño de Marca:** Proceso enmarcado principalmente en las características propias de la empresa, el producto, etc., que permita crear ideas para evocar o sugerir alguna cosa vinculada al objeto que queremos identificar, y que está directamente relacionado con la cantidad de información, acerca de la empresa y lo que quiere comunicar, con la cual se disponga. Preguntas como ¿Qué es? ¿Qué hace? ¿Cómo queremos ser percibidos? Corresponden a las primeras interrogantes a responder para delinear la estructura gráfica de un elemento que identifique a nuestra marca final.



**6.5 Arquitectura de Marca:** Herramienta con la cual un conjunto de marcas en común funciona como bloque con el objetivo de crear sinergia, claridad y apalancamiento. Responde a la necesidad de las empresas a abrir nuevos mercados y segmentos con nuevos productos disminuyendo costos y riesgos de crear marcas nuevas.

Existen 4 modelos de arquitectura de marca:

- Monolítica Ejemplo: Virgin
- Mixto o asimétrico Ejemplo: Nestle
- Marcas independientes Ejemplo: Inditex
- Apoyo de marcas Ejemplo: Unilever

**6.6 Branding:** Todo lo relacionado a la creación, gestión y creación de valor de la marca en cuestión, tanto para clientes como para la propia empresa. Ej: Coca-Cola. El valor de su marca está por sobre el producto en si, pasando a ser un símbolo de cultura, conocida a nivel mundial.



**6.7 R.S.E:** Si bien la Responsabilidad Social Empresarial puede tomarse como un elemento dentro de la administración de una empresa, actualmente también es un elemento del marketing, ya que, mediante el carácter de ser una empresa socialmente responsable y consiente con el entorno en el cual se desarrolla la actividad económica, esta brinda una ventaja competitiva dentro del mercado y frente a sus competidores, logrando un mejor posicionamiento de marca.

**Portafolio III**

A) Desafío de aprendizaje: “Construir un glosario de términos que contenga los conceptos más importantes tratados en las asignaturas del programa de las áreas de Finanzas, Marketing y Economía”

**Requisitos:**

- 1.- Debe contener un mínimo de 7 conceptos por área (Economía, Finanzas y Marketing)
- 2.- Cada concepto del glosario debe poseer una definición original del estudiante

## **7 ECONOMIA**

**7.1 Economía:** Ciencia que estudia como los agentes económicos administran los recursos que son limitados. Esta ciencia realiza estudios micro y macroeconómicos, en donde se analizan mercados y se establecen soluciones para afrontar ciertos eventos. Como por ejemplo debido a una disminución general en los salarios, a través de una política fiscal expansiva, se aumentó el gasto fiscal mediante transferencias para atenuar esta baja en los salarios.

**7.2 Macroeconomía:** Ciencia que estudia la economía de una manera global, es decir que estudia el comportamiento de los mercados en su conjunto, analizando la demanda agregada, las fluctuaciones del PIB, la inflación, entre otras variables macroeconómicas. Por ejemplo, debido a la actual crisis sanitaria, a través de un estudio macroeconómico se puede determinar un des aceleramiento económico debido a una disminución general en los salarios, que signífico una disminución en el consumo, por consiguiente, una disminución en el PIB.

**7.3 Microeconomía:** Ciencia de la economía que estudia la particularidad de los mercados, analizando por las variaciones de precios y como estos repercuten en la oferta y la demanda de un producto en un mercado determinado. Como por ejemplo en el mercado del vestuario, en la

temporada de verano los precios de la ropa de invierno bajan debido a un exceso de oferta por baja demanda.

**7.4 Oferta:** Este concepto económico hace referencia a la cantidad de bienes y servicios ofrecidos por los productores que están dispuestos a hacer transados a un determinado nivel de precios. Como por ejemplo actualmente debido a la contingencia sanitaria se ofrece una gran cantidad de insumos médicos debido a su alta demanda.

**7.5 Demanda:** Este concepto económico hace referencia a la cantidad de bienes y servicios que serán demandados por los consumidores a un determinado nivel de precios. Siguiendo con ejemplo anterior, debido a la contingencia sanitaria se demandan altas cantidades de insumos médicos y debido a esto los precios aumentan.

**7.6 Punto de equilibrio:** Es el punto medio entre la curva de oferta y demanda, el cual nos entrega la cantidad mínima que necesita vender una empresa para que no presente perdidas ni ganancias. Como, por ejemplo, una pastelería debe vender 20 pasteles diarios a \$500 para no tener perdidas ni ganancias en un mes.

**7.7 Inflación:** Este concepto hace referencia al aumento general y sostenido de precios en el mercado en un periodo prolongado. Por ejemplo, Sebastián González con su sueldo mínimo podía comprar 8 kilos de palta, sin embargo, producto a la inflación Juan Pérez, con el mismo sueldo mínimo ahora puede comprar 4 kilos de palta. Este evento sucede actualmente en Venezuela desde 2017. Los ciudadanos de Venezuela con su salario cada mes pueden comprar menos productos en los mercados.

## **8 FINANZAS**

**8.1 Activos corrientes =** Son bienes, recursos y derechos controlados por una empresa que tienen la capacidad de generar beneficios económicos futuros y que la empresa espera liquidar dentro de un año. Estos se deben ordenar por orden de liquidez (capacidad de transformarse en dinero) en el estado de situación financiera. Un ejemplo es caja (es el activo más líquido) que es el dinero en efectivo que tiene la empresa por las ventas de sus productos o servicios.

**8.2 Activo no corriente =** Son bienes, recursos y derechos controlados por una empresa que tienen la capacidad de generar beneficios económicos futuros y que la empresa espera liquidar a largo plazo, es decir, a más de un año. Estos se deben ordenar por orden de liquidez en el estado de situación financiera. Por ejemplo, los activos fijos como las maquinarias que tienen la capacidad de generar beneficios futuros y pertenecen en la empresa más de un periodo.

**8.3 Pasivos corrientes** = Son deudas y obligaciones que tiene una empresa con terceros durante un tiempo definido, los cuales han suministrado recursos o servicios a esta. Y por los cuales la empresa deberá desprenderse de recursos para liquidarlos dentro de un año (corto plazo). Un ejemplo es la cuenta proveedores que es la empresa que te provee de materiales o productos para tu empresa y usualmente se les debe pagar dentro del año.

**8.4 Pasivos no corrientes** = Son deudas y obligaciones que tiene una empresa con terceros durante un tiempo definido, los cuales han suministrado recursos o servicios a esta. Y por los cuales la empresa deberá desprenderse de recursos para liquidarlos en más de un año (largo plazo). Un ejemplo es un préstamo bancario que frecuentemente son a largo plazo es decir a más de un año.

**8.5 Estado de situación financiera** = Muestra la situación financiera de una empresa, a una fecha determinada y mediante la cual nos entrega información para la toma de decisiones, este presenta los activos, pasivos y patrimonio de una entidad por orden de liquidez. Este estado de situación financiera nos permite calcular por ejemplo la liquidez general que sería los activos corrientes dividido por el pasivo corriente y otras ratios financieras.

**8.6 Acreedores** = Es una persona o entidad, la cual presta dinero o un servicio y tiene el derecho de exigir un pago en determinados términos al deudor. un ejemplo es un préstamo bancario, este caso el banco seria mi acreedor.

## **9 MARKETING**

**9.1 Marketing:** En palabras simples, el marketing es el conjunto de estrategias que ayudarán a la compañía a hacer crecer su marca, a alcanzar un mejor posicionamiento, a mejorar las ventas, a tener una mejor llegada con los clientes, etc. Por ejemplo, la campaña de marketing de la bebida Kem, te hace imaginar que al beber el refresco estas una playa de ensueño, rodeado de palmeras y con los pies en arena.

**9.2 Posicionamiento de la marca:** Es la imagen que ocupa nuestra marca en la mente de los consumidores, entra palabras, es como nos ven nuestros clientes. Como por ejemplo Apple, se ve como una empresa innovadora, con tecnología y con productos exclusivos.

**9.3 Necesidad y Satisfactor:** La necesidad es el factor de carencia que se busca satisfacer o suplir a través de la oferta de mercado. Las empresas están en una constante búsqueda de necesidades en los individuos con el propósito de crear productos o servicios que satisfagan dicha necesidad. Como por ejemplo Sebastián Gonzales tiene la necesidad de viajar de Santiago de Chile a Lima Perú en menos de 1 día, sin embargo, en auto se



demora 41 hrs app. Es por ello que esta necesidad se satisface con la creación de los aviones, ya que el viajar de Chile a Perú en avión, toma 3 horas, 45 minutos app.

**9.4 Marca:** Es la identificación comercial, es decir, el nombre de mi producto o servicio. La idea es que la marca cause gran impacto en el mercado, que sea fácil de recordar y que transmita la identidad de la empresa, como por ejemplo la marca Coca – Cola, que a través de su variedad en refrescos busca llegar a todo tipo de clientes.

**9.5 Canal:** Es el medio que se ocupara para llegar a los clientes, como por ejemplo las redes sociales. Si tengo un emprendimiento de venta de carcasas para celulares, un canal de venta pueden ser las redes sociales, en donde utilice Marck place de Facebook para publicar mis productos y hacer el match con el cliente.

**9.6 Nicho:** Es el grupo o segmento objetivo que mi marca busca satisfacer, como por ejemplo en el mercado automovilístico, BMW que busca suplir la misma necesidad de Toyota, está enfocada en un nicho del target group tipo A, es decir, se enfoca en un segmento con un alto poder adquisitivo, amante del lujo, en donde la necesidad no solo está en el transporte, sino que en cada detalle que nos entrega el automóvil, como por ejemplo sus motores, su arquitectura, su elegancia, entre otros.

**Portafolio IV**

**En la primera actividad usted tendrá que armar un glosario en el cual:**

1) Incorporará 21 nuevos conceptos siguiendo las mismas características de los glosarios anteriores, sin embargo, los conceptos nuevos deben considerar las siguientes asignaturas:

- Taller de habilidades directivas
- Conducta del consumidor
- Evaluación de proyecto
- Taller de gestión comercial

## **10 taller de Habilidades Directivas**

**10.1 Planificación:** Son las estrategias que se deben crear, para alcanzar una meta, en cuanto a las habilidades directivas este concepto nos indica, la manera en la cual determinaremos hacia dónde queremos dirigirnos, con que medios, que pasos deben seguirse y en cuanto tiempo.

Ejemplo: en la organización se busca obtener los máximos resultados en cuanto a la venta de un producto, para conseguir esto se planifica de qué manera los realizaremos, quienes, y el tiempo que durara, donde va el enfoque, etc.

**10.2 Dirección:** Es la capacidad de algún individuo para lograr conducir a alguna persona o un grupo de estas hacia la consecución de algún objetivo de la organización, en cuanto a la habilidad directiva dice relación con la motivación que puede ejercerse, el liderazgo y el manejo de conflicto de una empresa.

**10.3 Liderazgo:** Es la capacidad que tiene algún individuo en cuanto sepa motivar a las personas y a los equipos de trabajo el líder es el primero en hacer las cosas, y tiene además la capacidad para motivar al equipo hacia objetivos y metas comunes.

**10.4 Comunicación:** Es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas. Pero enfocando este concepto dentro de las habilidades directivas dice relación con la habilidad que debe tener un directivo dentro de una organización y mediante este poder transmitir de manera eficaz sus ideas, pensamientos o mensajes necesarios para para lograr la eficiencia en la organización.

Ejemplo: Las reuniones de personal, los memos que se envían a los trabajadores, los correos, las llamadas telefónicas, etc.

**10.5 Escucha Activa:** Es la habilidad que tiene un individuo de poder escuchar de manera completa a los miembros de la organización, específicamente sus pensamientos, ideas y/o emociones; ésta se logra a través de la demostración de interés por lo que el otro busca comunicar, evitando distracciones, siendo asertivo, observador y desarrollando la paciencia.

Esta habilidad debe estar presente en el ejercicio directivo, principalmente al momento de resolver algún conflicto al interior de la organización, así como es fundamental para mantener a los equipos de trabajo motivados y alineados a la consecución de los objetivos planteados.

Ejemplo: No distraerse con situaciones superfluas, sino que más bien atender a los motivos profundos que han llevado al colaborador a confiar y contarnos su dificultad. De esta manera, será más fácil lograr conectar con el otro y poder resolver la situación de la mejor manera posible.

**10.6 Conflicto:** Situación que se origina cuando una persona percibe que otra ha frustrado alguno de sus objetivos o intereses. Dentro de las organizaciones existen constantemente diversos tipos de conflictos, y dependerá de un liderazgo efectivo lograr una resolución exitosa en el menor tiempo posible a la dificultad suscitada y logrando ser lo más equitativo posible en relación a las partes en cuestión.

**10.7 Negociación:** Proceso mediante el cual dos partes presentan sus intereses comunes y/o divergentes para lograr llegar a un acuerdo en el que ambos queden conforme. Lo anterior, en relación a las habilidades directivas se traduce en la generación de estrategias de comunicación efectiva y asertiva que permitan la persuasión de ambas partes en conflicto, sin afectar a éstas, así como tampoco la consecución de los objetivos a fines.

**10.8 Toma de decisiones:** Proceso que se lleva a cabo para realizar una elección entre diferentes opciones o alternativas posibles en una situación determinada. Orientado a las habilidades directivas, este concepto se enfoca en establecer una visión generalizada del problema con foco en las diversas alternativas y soluciones posibles, ya sea de manera jerárquica, estratégica, táctica, operativa, metodológica y/o según el número de individuos que se vean involucrados.

## **11 conductas del Consumidor**

**11.1 Comportamiento del Consumidor:** Proceso cognitivo y comportamental que presenta un consumidor al momento de evaluar, comprar, buscar o simplemente desechar un producto. La relevancia de este concepto radica en conocer los factores que influyen en la toma de decisiones de una persona al momento de realizar una compra y entre la elección de una alternativa y/u otra.

**11.2 Compra inconsciente:** Se relaciona con la acción que ejerce un individuo de manera inconsciente al comprar o adquirir algún producto o servicio, esto motivado por ciertos impulsos ligados a diversos motivos, ya sean asociados a su cultura, crianza y/o inducidos por estímulos proyectados conscientemente por el mercado.

**11.3 Neuromarketing:** Disciplina que plantea técnicas de neurociencia aplicadas al ámbito del marketing, analizando los procesos mentales tanto explícitos como implícitos que influyen en el comportamiento del consumidor. Es decir, estudia y predice los comportamientos y reacciones generadas ante las prácticas de la mercadotecnia.

**11.4 Investigación del Consumidor:** Estudio llevado a cabo para obtener información objetiva a través de una muestra estadística sobre el comportamiento de compra de un público objetivo, ya sea para incrementar ventas y rentabilidad, como también para crear nuevos productos que satisfagan las necesidades del consumidor y/o diseñar estrategias de marketing, campañas publicitarias, entre otras.

## **12 evaluación de Proyecto**

**12.1 Proyecto:** Conjunto de acciones relacionadas entre sí que se coordinan e interrelaciones para ir en logro de un objetivo común. Desde una perspectiva de la evaluación de proyecto, es el proceso de identificar, cuantificar y valorar los costos y beneficios que se puedan generar de éste, factibilidad económica y financiera en la ejecución de éste, así como el periodo de tiempo determinado de su ejecución. Siendo su objetivo principal, determinar si la ejecución del proyecto es conveniente para y/o factible de llevar a cabo.

**12.2 Estudio de Mercado:** Estrategia de Marketing que busca a través de la observación, análisis e investigación conocer la viabilidad comercial de una actividad económica en la que una determinada empresa quiere ingresar a dicho mercado, ya sea por medio de la producción de un bien o de la prestación de un servicio.

**12.3 Depreciación:** Mecanismo por el cual es posible reconocer el desgaste que sufre un bien (activo fijo) por el uso que se haga de él. Es decir, la pérdida del valor de la inversión, ya sea de un bien material o intangible.

Este concepto se relaciona con la contabilidad de un bien, dado que es muy importante dotar provisiones en una empresa para que sus gestores tengan en cuenta la pérdida que se produce año tras año del valor en libros de dicho activo, teniendo en consideración la valoración de los bienes de una empresa, tanto inmovilizado material como inmovilizado inmaterial u otro tipo de bienes.

**12.4 Capital de Trabajo:** Concepto relacionado con los recursos necesarios para operar un proyecto durante el ciclo comercial, el cual va desde la compra de insumos y materias primas, hasta la venta del producto. Es decir, la magnitud contable referida a aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con su actividad económica para poder operar.



## **13 taller de gestión comercial**

**13.1 Marketing Interno:** Es un conjunto de técnicas que se utilizan para vender la marca, a sus propios trabajadores, logrando influir en una motivación y su productividad. Desde la visión de la gestión comercial, es vender al cliente interno, el objetivo de la organización, una vez logrado, es proyectar esto hacia el cliente externo.

**13.2 Fidelización al cliente:** Es un proceso entre los clientes y la empresa, en el cual desarrollan una relación positiva, que beneficia para que regresen a adquirir los productos. Desde el punto de vista de la gestión comercial, apunta de la mirada estrategia, en los cuales se desarrollan distintos actos, atención al cliente, premiar su contante compromiso con la marca, responder a las quejas, pudiendo agregar valor a los productos o servicios que la organización este desarrollando.

**13.3 Contrato Psicológico:** esto constituye un conjunto de compromisos que el trabajador espera de su organización, es la parte implícita de la relación laboral, tiene que ver con las expectativas, creencias y percepciones que se adquieren al inicio de la relación laboral y mantenidas en el tiempo.

**13.4 Reclutamiento:** Es el proceso el cual la organización realiza un conjunto de acciones que busca el objetivo de atraer candidatos calificados para incorporarlos a la organización, desde el punto de vista de la gestión comercial, se ve desde la estrategia al seleccionar al personal apropiado para la empresa, considerando una ventaja en el mercado.

## Capítulo II

### desarrollo de casos

#### 14 caso Portafolio II

#### Principales impactos socio-económicos debido a la actual crisis sanitaria

#### 1) CONTEXTO GENERAL DE LA SITUACIÓN A PLANTEAR (ESCENARIOS, ACTORES INVOLUCRADOS, AÑOS EN QUE SE DESARROLLA, CIUDAD-PROVINCIA O LOCALIDAD DONDE SE EMPLAZÓ, ETC)

Debido a la actual crisis sanitaria vivida a nivel mundial, el país se ha visto afectado en diversos aspectos; entre los más importantes se encuentra una disminución del PIB, una reducción general de los salarios y un aumento en la tasa de desempleo, que a desencadenado en conflictos sociales por falta de ayuda por parte del gobierno.

*“-No califico para el bono-: las duras críticas al sistema de ayudas sociales en Chile para hacer frente a los efectos de la pandemia”. BBC News Mundo. (2021, 22 abril). Ingreso familiar de emergencia (IFE), bono a la clase media y prestamos solidarios, son las principales transferencias que ha realizado el gobierno, sin embargo, distintas estadísticas sociales han dejado en evidencia que estas transferencias no benefician a la totalidad de los ciudadanos. Ante esta falta de ayuda, se han aprobado a la fecha, tres retiros de un 10% en las AFP que benefician de manera universal a todas las personas que estén afiliados a alguna aseguradora de fondos de pensiones.*

Por otro lado, cabe mencionar que esta pandemia a frenado el crecimiento económico, afectando directamente a la balanza de pagos, la falta de ingreso en la economía ha provocado una disminución en la producción de bienes y servicios, y en las exportaciones netas, lo que provocado un aumento en el gasto fiscal a través de transferencias para atenuar estos eventos. Otro componente de la demanda agregada que se ha visto afectado es la inversión, ya que pese a una disminución en las tasas interés, no se ha podido estimular la inversión privada debido a la incertidumbre generada por esta pandemia.

## 2) **INTERROGANTES PARA FACILITAR EL ANÁLISIS Y LA REFLEXIÓN.**

- ¿Fue correcta la decisión de realizar retiros en las AFP?
- ¿Fue tardía la ayuda económica por parte del gobierno de Sebastián Piñera?
- ¿Qué políticas hubiesen ayudado a atenuar de mejor manera esta pandemia?

**3) CONCLUSIÓN DEL CASO (DEBE INCORPORAR UNA PROPOSICIÓN O UNA DECISIÓN FINAL, DONDE EN ELLA SE ARTICULEN LOS CONCEPTOS TRABAJADOS, DE FORMA DE PROPORCIONAR UNA CONCLUSIÓN SIMPLE, PERO INTEGRAL. OJO NO ES UNA TESIS)**

El realizar retiros de los fondos de pensiones más que una decisión correcta, fue necesaria económicamente para atenuar las consecuencias que ha dejado esta pandemia. Como se dice anteriormente, las transferencias realizadas por el gobierno de Sebastián Piñera no fueron suficientes, se focalizo cuando no se debía focalizar, aumentar aún más el gasto fiscal era necesario para evitar los retiros en la AFP, en el largo plazo estas lagunas en los fondos de pensiones efectivamente traerán repercusiones negativas, por lo tanto, el gobierno de turno tendrá la difícil misión de buscar una óptima solución administrando eficientemente los recursos que son limitados para devolver estos retiros. Una política fiscal expansiva, vía gasto público, estableciendo una renta universal por un periodo de 6 meses, le hubiese entregado certeza a la ciudadanía, lo que hubiese provocado un aumento la economía nacional. Si aumenta el nivel de ingreso de los ciudadanos, aumenta el consumo, por tanto, un aumento en la producción de bienes y servicios. Lo que provocaría finalmente en el corto plazo, una estabilización en la cuenta corriente. En conclusión, es importante destacar que la certeza ayuda significativamente a los mercados y a la economía.

**15 caso: Portafolio III****Full reciclajes Ltda.****Introducción**

En este portafolio III se trata de identificar algunos conceptos relevantes de las asignaturas las tratadas las cuales serán aplicadas para analizar y poner exponer el siguiente caso identificando problemas y aplicando aquellos cursos de acción para el buen funcionamiento de la empresa que se entregó para analizar.

## **Instrucciones**

El alumno deberá analizar un caso de estudio que entregará el docente online para su respuesta y aplicación. El caso estará referido a las asignaturas que componen el Portafolio III.

Este análisis, deberá contener:

- Breve diagnóstico de la situación o problemática
- Identificar los cursos de acción
- Evaluar los cursos de acción
- Escoger el mejor curso de acción dado los antecedentes del punto anterior.
- Elaborar dos conclusiones relevantes para el caso

### **“CASO A ANALIZAR: Full reciclajes Ltda”**

Analizando el caso presentado de Full reciclaje Ltda. Podemos identificar los siguientes problemas que se pueden estar presentado en ella como, por ejemplo:

- A raíz del sistema de trabajo, que se ha implementado en el área de producción el cual está obsoleto.
- El encargado de administración tiene varias funciones a su cargo el cual hace muy difícil tener un funcionamiento adecuado.
- El área de gerencia del área comercial, no tiene una publicidad adecuada para poder captar nuevos clientes.
- Los activos fijos no se han modernizadas para los procesos de producción.
- En las ventas de productos es muy poca la salida lo que produce un inventario acumulado.
- El área de finanzas no tiene una planificación adecuada para el cobro de los clientes que se encuentran en cartera vencida.
- En el área de operaciones, la falta de capacitación para implementar mejoras en el área.

Se deben generar las soluciones para poder implementar en la empresa y son las siguientes:

En el área de operaciones se debe implementar los cambios en forma radical desde la gerencia hasta los operarios, de la siguiente manera:

- Capacitar al gerente de operaciones para mejorar la producción implementando nuevas tecnologías, se toma en consideración el poder contratar o capacitar a otro trabajador, con el incentivo de ascenso.

Al gerente de operaciones se debería trasladar estratégicamente al área de RRHH, con su experiencia y trayectoria conoce a todos los trabajadores y eso permite dar soluciones en el área el cual se encuentra.

- Adquisición de activos fijos para el proceso productivo para maximizar la producción.
- Capacitar al operario con las tecnologías adquiridas sobre el Mejoramiento en el sistema de trabajo en el área de operaciones.
- Buscar asesorías en el área del reciclaje, con nuevas ideas y visiones del trabajo.



**El área de marketing debiese realizar mejoras ya que se encuentra débil para atracción de nuevos clientes, los cuales podrían ser las siguientes:**

- Crear plan de estrategia publicitaria, que sea atractiva para atraer nuevos clientes.
- Realizar un análisis respecto a la imagen de la empresa, y si es necesario cambiar o mejorar el logo de presentación.
- Para los nuevos clientes y antiguos realizar una planificación en el área de promociones.
- Utilizar las redes sociales creando una buena publicidad.
- Para poder aumentar las ventas y disminuir inventarios, se puede crear un equipo de venta y capacitar al área de operaciones.

**En el área de finanzas se deben implementar planes de acción, debido al poco retorno de dinero sobre las deudas incobrables en este caso serían los siguientes:**

- Adquirir un software para mantener un listado actualizado de los clientes diferenciando de mayor a menor.
- Crear el departamento de cobranza o externalizar las cobranzas, para poder recuperar las deudas incobrables.
- Planes de pago para los clientes que mantienen altas deudas con la empresa.

**En el área de la administración la cual el gerente tiene demasiadas funciones las siguientes mejoras serian:**

- Compartir funciones del área de RRHH con la gerencia de operaciones en caso que no fuera capacitado o bien capacitar alguien más para que realice estas funciones como apoyo al área de administración, y solo sería supervisar funciones.
- Compartir funciones de área de contabilidad con la gerencia comercial así está enterado de los retornos de los deudores, y tener el incentivo de buscar nuevos clientes y ampliar su proyección de visión sobre de la necesidad de la empresa.

Analizando el flujo de caja de la empresa se entiende claramente la deficiencia de las áreas que se analizaron y se dieron los cursos de acción de las mejoras planteadas tal vez se puede enteren que la empresa está pasando por una crisis, pero si nos fijamos la empresa invirtió y sus activos se incrementaron.

En base a lo dicho anteriormente son las mejoras que se le harían a la empresa tomando en consideración que el gerente general Don Alberto toma en consideración la confianza lo cual sería un obstáculo para poder contratar personal nuevo para la empresa, mediante esto mejor capacitación y oportunidades de asensos internos en la empresa debido a que es una empresa familiar la idea es capacitación y no despidos.

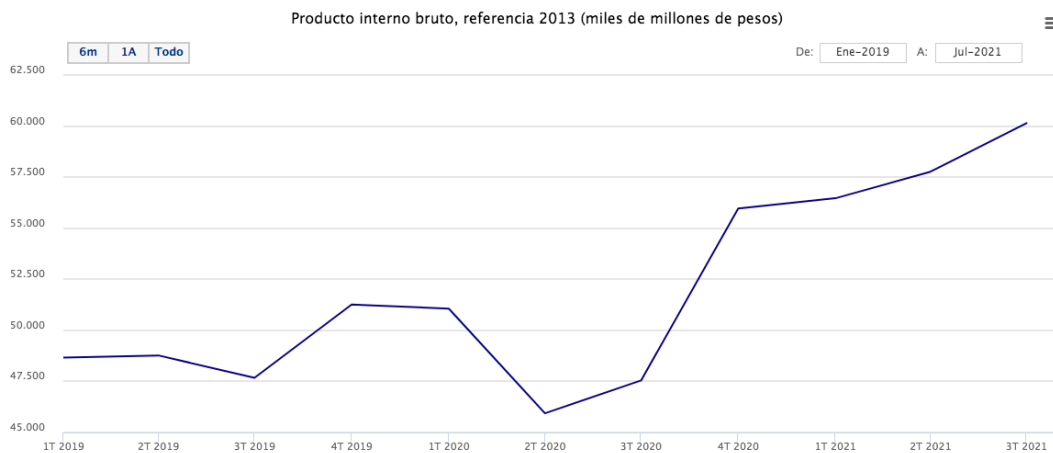
## **16 caso Portafolio IV**

### **Principales impactos socio-económicos debido a la actual crisis sanitaria**

#### **Desarrollo**

#### **CONTEXTO GENERAL DE LA SITUACIÓN A PLANTEAR (ESCENARIOS, ACTORES INVOLUCRADOS, AÑOS EN QUE SE DESARROLLA, CIUDAD-PROVINCIA O LOCALIDAD DONDE SE EMPLAZÓ, ETC)**

Es importante partir señalando que el presente informe contempla los hechos ocurridos por la pandemia del COVID-19 desde el primer trimestre de 2020 hasta el cuarto trimestre de 2021. Dicho esto, producto a la emergencia sanitaria mencionada, el impacto socioeconómico en el país es sido categóricamente negativo, pudiendo reflejar a través de evidencia emperica consecuencias macroeconómicas relevantes, tales como: Una disminución en el PIB hasta segundo trimestre de 2020, llegando a \$45.941,42 (miles de millones de pesos).



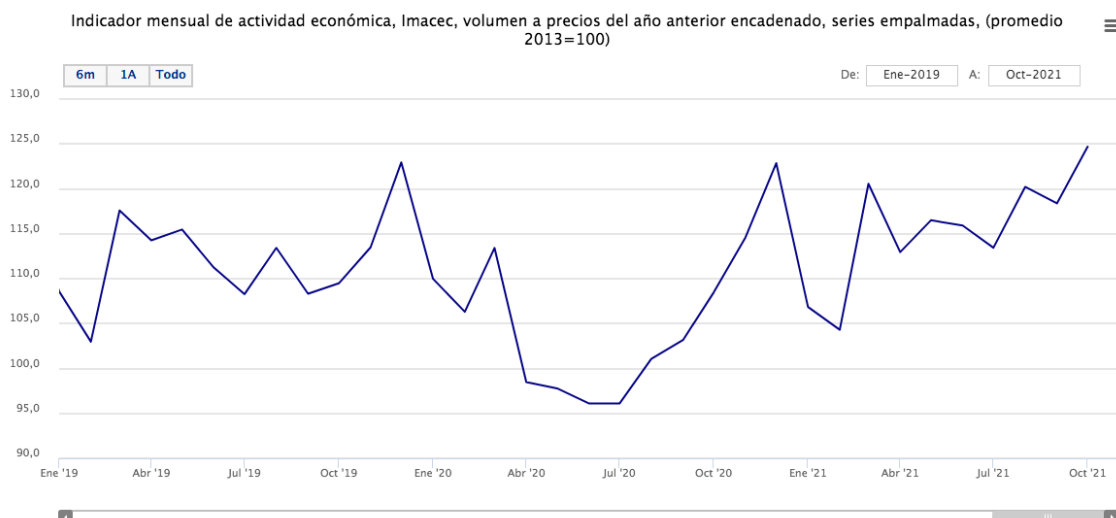
*Fuente: Banco central. Variaciones del PIB periodo 2019-2021*

Asimismo, se puede mencionar un aumento en la tasa de desempleo y una disminución en el nivel de ingreso en la economía hasta mediados de 2020. Lo que ha desencadenado en conflictos sociales por la falta de ayuda gubernamental en el comienzo de la pandemia y por el manejo de esta misma.

*“-No califico para el bono-: las duras críticas al sistema de ayudas sociales en Chile para hacer frente a los efectos de la pandemia”.* BBC News Mundo. (2021, 22 abril) Ingreso familiar de emergencia (IFE) focalizado, bono a la clase media y prestamos solidarios, son las principales transferencias que ha realizado el gobierno central en el comienzo de la pandemia, sin embargo, distintas estadísticas han dejado en evidencia que estas transferencias no benefician al universo de la población, lo que afecta directamente en el bienestar social en Chile. Ante esta falta de ayuda, se han aprobado a la fecha, tres retiros de un 10% en las AFP que benefician de manera universal a todas las personas que estén afiliadas a una aseguradora de fondos de

pensiones. En esta misma línea, es importante destacar, que a la fecha se discute el retiro del cuarto y la totalidad de los fondos pensiones mencionados.

Por otro lado, otro factor importante a destacar es que la crisis sanitaria ha frenado el crecimiento económico del país, logrando una recesión a comienzos del año 2020 y reactivándose a fines de ese mismo año gracias a políticas públicas que se implementaron, tales como: El IFE universal, IFE laboral, Fogape, Bono Covid, entre otros y además producto de las libertades que comenzaban en el presente año. Un buen indicador para verificar esta aseveración es el IMACEC, donde se puede apreciar una caída de 26,85 puntos porcentuales del cuarto trimestre de 2019 hasta el tercer trimestre de 2020. Sin embargo, gracias a las políticas fiscales mencionadas por el gobierno central, han logrado una reactivación progresiva de 28,6 puntos porcentuales del segundo trimestre de 2020, hasta el cuarto trimestre de 2021. Esto se produjo principalmente por el IFE universal y al contexto internacional que se vive en la actualidad. Cabe destacar y precisar en este punto, que Chile es un país abierto a la región para comercializar libremente sus productos y recursos naturales, por lo que queda expuesto a problemas económicos y políticos ocurridos en el exterior.



*Fuente: Banco central. Variación IMACEC, periodo Ene. 2019 – Oct. 2021*

A comienzos de la pandemia, la falta de ingreso en la economía traía en consecuencia una disminución en el consumo, en la producción de bienes y servicios, y una disminución en las exportaciones netas, lo que ha provocado un aumento en el gasto fiscal a través de transferencias directas e indirectas para atenuar estos efectos negativos. Otro componente de la demanda agregada que se ha visto afectado es la inversión, ya que, producto del aumento sostenido del gasto público y al contexto internacional, han provocado a la fecha, que exista un aumento en la inflación equivalente a 6,7% (INE, noviembre 2021). Por consiguiente, existe un aumento significativo en las tasas de interés para mitigar esta alza sostenida en los precios, lo que afecta principalmente a la clase media y media baja del país.



*Fuente banco central. Variación TPM, periodo Ene. 2020 – DIC. 2021*

Con relación al gráfico anterior, se puede resumir, que durante gran parte de 2020 el banco central mantuvo la TPM en su mínimo técnico, equivalente a 0,5%, sin embargo, producto a las presiones inflacionarias, según el último Ipm, el banco central ha tomado la decisión de aumentar significativamente la tasa de interés a 4% a diciembre de 2021.

### **INTERROGANTES PARA FACILITAR EL ANÁLISIS Y LA REFLEXIÓN.**

- ¿Fue tardía la ayuda económica por parte del gobierno de Sebastián Piñera?
- ¿Fue correcta la decisión de realizar retiros en las AFP?
- ¿Qué políticas hubiesen ayudado a atenuar de mejor manera esta pandemia?

**CONCLUSIÓN DEL CASO (DEBE INCORPORAR UNA PROPOSICIÓN O UNA DECISIÓN FINAL, DONDE EN ELLA SE ARTICULEN LOS CONCEPTOS TRABAJADOS, DE FORMA DE PROPORCIONAR UNA CONCLUSIÓN SIMPLE, PERO INTEGRAL. OJO NO ES UNA TESIS)**

Realizar retiros de los fondos de pensiones más que una decisión correcta, fue necesaria para atenuar las consecuencias económicas iniciales que había dejado la emergencia sanitaria. Como se mencionó al comienzo del presente informe, las transferencias realizadas por el gobierno de Sebastián Piñera no fueron suficientes, se focalizo cuando no se debía focalizar y aumentar progresivamente el gasto fiscal era necesario para evitar los retiros previsionales en la AFP.

En esta misma línea, en el largo plazo estás lagunas correspondientes a los fondos de pensiones traerán repercusiones negativas, por lo tanto, el gobierno central tendrá la difícil misión de buscar una óptima solución administrando eficientemente los recursos, con el propósito de devolver dichos fondos, o, por el contrario, tendrán que evaluar nuevas alternativas de ahorro obligatorio-voluntario y/o crear un nuevo sistema de pensiones.

Una política fiscal expansiva, vía gasto público, estableciendo una renta universal por un periodo controlado y con una cláusula de continuidad, le hubiese entregado mayor certeza a la ciudadanía, provocando de esta manera, una reactivación económica muchísima más eficiente, aumentando el PIB y por consiguiente la DA.



Dicho de otra forma, Si aumenta el nivel de ingreso de los ciudadanos, aumenta el consumo, por tanto, aumentan los niveles de producción de bienes y servicios, y disminuye gradualmente la tasa de desempleo. Sin embargo, un exceso de liquidez en el mercado provoca presiones inflacionarias y sumado al contexto internacional se puede llegar a un sobrecalentamiento económico. Es por ello la importancia de la autonomía del banco central y de la planificación y toma de decisiones que esta tenga.

Debido a lo anterior, considero que eliminar el IFE universal y seguir con el IFE laboral en el año 2022, puede ser una excelente herramienta para controlar el exceso de liquidez en la economía e incentivar a la fuerza de trabajo. Asimismo, a través de una reforma tributaria creada con asesores económicos que midan detalladamente el impacto micro-macroeconómico, ayudaría a recaudar más recursos y volver paulatinamente a los niveles de ahorro que Chile tenía y de esta manera ir bajando la TPM y re-incentivar la inversión extranjera.

En conclusión, entregar certeza a la ciudadanía y a los inversionistas ayuda significativamente a los mercados y a la economía doméstica, sin embargo, como se ha mencionado en reiteradas ocasiones, es importante mantener un control de la liquidez y que la autonomía del banco central prevalezca.

## ANALISIS FODA

### **FORTALEZAS:**

Entre las principales fortalezas que se pueden mencionar en el presente informe, cabe destacar en primer lugar, la excelente planificación y toma de decisión de las entidades sanitarias encargadas de frenar el contagio masivo del Covid-19 en Chile. El plan de vacunación ha sido complemente eficiente para controlar progresivamente la propagación de este virus. Asimismo, posteriormente y gracias a lo ya mencionado, el comercio ha podido tener reactivación económica paulatina, y sumado a las políticas públicas implementadas en el país, han podido aumentar el consumo agregado y por consiguiente los motores de producción de bienes y servicios, además del comercio exterior.

Otra fortaleza importante de mencionar, es el nivel de deuda que mantenía el país antes de la pandemia, ya que, al ser bajo, tenía buena capacidad crediticia para endeudarse y asignar mayores recursos para atenuar los efectos negativos que estaba causando la crisis sanitaria. Finalmente, otro punto relevante a destacar es la autonomía del banco central de Chile, ya que, a través de políticas monetarias expansivas o contractivas pueden controlar la masa monetaria sin tener ningún conflicto de interés con el gobierno central y manejar dentro de las circunstancias una inflación controlada.

**OPORTUNIDADES:**

En primer lugar, fortalecer el plan y tratamiento de salud mental en diferentes instituciones médicas. Evidentemente esta pandemia a reflejado las falencias en el sistema de salud mental que existe en la actualidad. las cuarentenas provocadas por la emergencia sanitaria del Covid-19, han causado que las personas vivan reiteradas situaciones de alto estrés y angustia en este último tiempo, por lo que, un tratamiento oportuno con profesionales capacitados en diferentes centros a lo largo del país y con un plan de contingencia, ayudaría significativamente a mitigar estas enfermedades de manera progresiva.

Por otro lado, cabe destacar, el aceleramiento digital y tecnológico, en donde, por ejemplo: Exista la oportunidad de buscar nuevas formas de trabajo en diferentes rubros, como el teletrabajo o trabajo a distancia, metodología que ha tomado un rol fundamental en tiempos de cuarentenas.

**DEBILIDADES:**

En cuanto a las debilidades, se puede mencionar principalmente la falta de inversión de Chile en investigación y desarrollo o I+D, lo que refleja un índice bastante deficiente, no solo a comparación de otros países, sino también muestra deficiencias en los procesos industriales y comerciales que perjudican directamente a las microempresas que no poseen recursos necesarios para adquirir esas tecnologías ni tampoco tienen acceso a la información investigativa que se produce en el país. Dicho esto, es importante que las empresas independientes de su tamaño, posean de

digitalización e innovación para atenuar los efectos negativos en términos de solvencia que provocado la emergencia sanitaria.

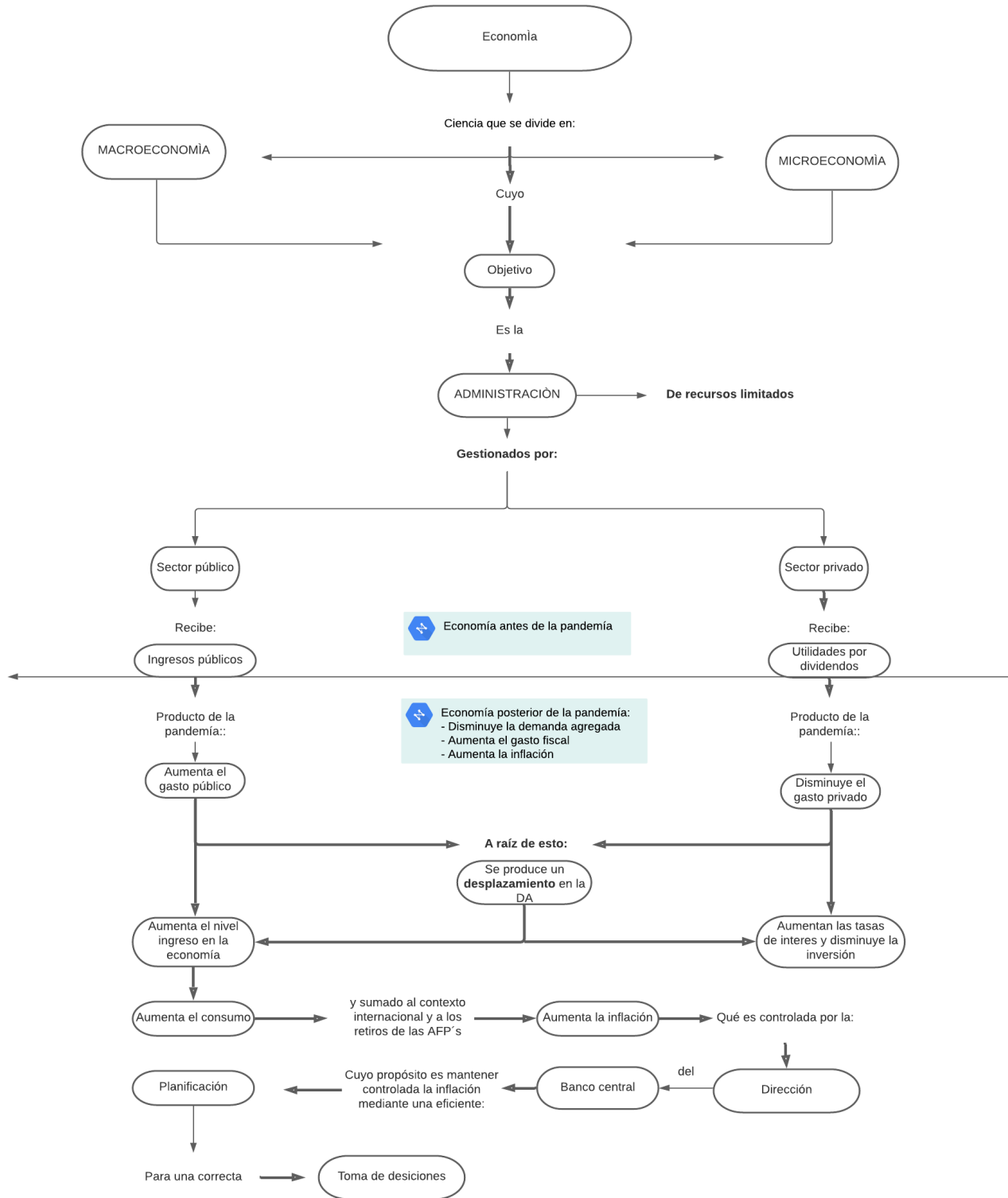
Cabe destacar, que en el área de investigación y desarrollo el dinero invertido se ve destinado a las siguientes actividades: Investigación, desarrollo, innovación, emprendimiento, adquisición de equipos o inversión para innovación y formación de capital humano avanzado, el cuál para el año 2018 presentaba una inversión nacional del 0,36% del PIB (Banco Mundial, 2021), el cuál a la actualidad no ha presentado mayores variaciones, sin embargo, se ha visto una tendencia a la disminución de presupuesto en el área, de hecho, según la OCDE, Chile es uno de los países que menos invierte en I+D.

### **AMENAZAS:**

Entre las principales amenazas, claramente el principal riesgo se encuentra en el rebrote masivo de nuevas variantes del Covid-19, lo que trae incertidumbre económica y un alto riesgo para mercados emergentes. Además, este rebrote puede provocar repercusiones negativas afectando directamente al bienestar social.

Con relación a lo anterior, este efecto rebrote puede provocar en consecuencia una inflación descontrolada, aumento significativo en la TPM, fuga de capitales, déficit en la cuenta corriente, aumento en la tasa de desempleo, entre otras.

# MAPA CONCEPTUAL



## **GLOSARIO DE CONCEPTOS UTILIZADOS**

**Economía:** Es la ciencia que ha debido estudiar a los agentes económicos debido a que los recursos son limitados. Se realizan estudios micro y macroeconómicos, en donde se analizan mercados y se establecen soluciones para afrontar ciertos eventos.

**Macroeconomía:** Se ha estudiado de manera global, estudiando el comportamiento de los mercados en su conjunto, analizando la demanda agregada, las fluctuaciones del PIB, la inflación, entre otras variables macroeconómicas.

**Microeconomía:** Se han estudiado la particularidad de los mercados, analizando por las variaciones de precios y como estos repercuten en la oferta y la demanda de un producto en un mercado determinado.

**Ingresos Públicos:** Se entiende como el flujo de recursos obtenidos por el estado para el financiamiento de sus políticas públicas, los cuales pueden tener origen en impuestos, utilización de empresas del estado o endeudamiento. Ej: El cobro del IVA es actualmente la principal fuente de ingresos públicos en Chile, el cual se mantiene en el 19%.

**Desplazamiento:** Consecuencia que describe la caída del gasto privado a raíz de un aumento en el gasto público y que tiene lugar posterior a una política fiscal expansiva, haciendo que los tipos de interés aumenten, reduciendo el gasto privado (inversión) debido al alza en el valor del dinero. Este efecto también es conocido como “crowding out”.

**Inflación:** Aumento sostenido en el tiempo del nivel general de precios en la economía. Existe inflación cuando se presenta una tendencia general en los precios de bienes y servicios al alza. Puede traducirse también como la baja en el ingreso real de las personas que se expresa en la cantidad de bienes que un individuo puede adquirir con su ingreso monetario o nominal. Ej: Una persona que percibe un sueldo de \$337.000 en el 2020 optaba a comprar una canasta de 10 productos. Luego, en el 2021, al proyectarse una inflación del 3%, su canasta y número de productos disminuye ya que, con el mismo ingreso, el precio de los productos aumenta y su opción de compra también.

**Administración:** Es la ciencia que se utiliza para el proceso de planificación, organización, dirección y control del trabajo en una organización determinada.

**Planificación:** Son las estrategias que se deben crear, para alcanzar una meta, en cuanto a las habilidades directivas este concepto nos indica, la manera en la cual determinaremos hacia dónde queremos dirigirnos, con que medios, que pasos deben seguirse y en cuanto tiempo.

**Ejemplo:** en la organización se busca obtener los máximos resultados, para conseguir esto se planifica de qué manera los realizaremos, quienes, y el tiempo que durara, donde va el enfoque, etc.

**Dirección:** Es la capacidad de algún individuo para lograr conducir a la organización hacia la consecución de algún objetivo de la organización, en cuanto a la habilidad directiva dice relación con la motivación que puede ejercerse, el liderazgo y el manejo de conflicto de una organización.

**Control:** Función administrativa que consiste en medir el desempeño dentro de una organización.

**Objetivos:** Consiste en la meta a alcanzar por la organización. En otras palabras, corresponde al impulso que realizan los individuos para tomar decisiones o perseguir sus propias aspiraciones.

**Toma de decisiones:** Proceso que se lleva a cabo para realizar una elección entre diferentes opciones o alternativas posibles en una situación determinada. Este concepto se enfoca en establecer una visión generalizada del problema con foco en las diversas alternativas y soluciones posibles, ya sea de manera jerárquica, estratégica, táctica, operativa, metodológica y/o según el número de individuos que se vean involucrados.



## **CONCLUSIONES RESPECTO AL MAPA CONCEPTUAL**

1. Primero que todo, es importante partir señalando que la economía es una ciencia que se divide en la microeconomía y macroeconomía, en donde se estudian los mercados en particular y a los indicadores globales de esta misma. Asimismo, los países tienen el objetivo de administrar eficientemente los recursos que son limitados y que provee cada país. Con relación a esto mismo, se puede señalar que la política comercial de Chile es librecambista, es decir, que es un país abierto a la región con aranceles preferenciales para incentivar el comercio exterior y comercializar libremente sus productos y recursos naturales a través de diferentes acuerdos bilaterales y multilaterales.
2. Cabe destacar, que a pesar del crecimiento económico que ha tenido Chile desde las últimas décadas, la política comercial librecambista de igual manera trae sus desventajas, en donde se destaca un desincentivo a la producción nacional y una alta dependencia con los socios comerciales. Dicho esto, es importante concluir que Chile al basar su economía al comercio exterior, carece de industrialización, debido principalmente a la baja inversión en I+D, por lo que, producir bienes que entren a la competencia con productos importados no es viable debido a su costo elevado.

3. Siguiendo con el análisis del mapa conceptual, la administración de los recursos es gestionados por el sector público y privado, y debido a la administración de estos mismos, reciben ingresos públicos y dividendos por utilidades respectivamente. Asimismo, debido a la Pandemia del Covid-19, los ingresos mencionados aumentaron y bajaron, ya que, a través de políticas públicas para atenuar los efectos negativos que dejaba la emergencia sanitaria, se aumentó progresivamente el gasto público, por el contrario, en el sector privado, debido a la incertidumbre generada por la crisis sanitaria, se incentiva el ahorro y se disminuye el gasto privado.
  
4. Con relación a lo anterior, se contrae la DA, ya que disminuye la inversión, el consumo y las exportaciones netas. Para mitigar los efectos mencionados, a través del aumento del gasto público se inyecta liquidez en la economía con el propósito de reactivarla y aumentar progresivamente los niveles de consumo en la población, sin embargo, debido a la política fiscal expansiva implementada por el gobierno central, el banco central decide a través de una política monetaria contractiva aumentar la TPM, con la finalidad de incentivar el ahorro y reducir la liquidez en la economía y controlar la inflación.
  
5. Finalmente, debido las presiones inflacionarias causadas principalmente por las transferencias del estado, los retiros de las AFPs y al contexto internacional, aumenta la inflación a 6,7% a la fecha (INE, noviembre 2021). En esta misma línea, la dirección del banco central tiene la obligación de mantener controlada el alza sostenida en los precios mediante una eficiente

planificación para una correcta toma de decisiones, sin embargo, se puede mencionar, que a pesar de los esfuerzos del banco central y del aumento significativo de la TPM (actualmente en 4%), no se ha podido frenar el aumento de la inflación.

## BIBLIOGRAFÍA

- *BBC News Mundo. (2021, abril 22). «No califico para el bono»: las duras críticas al sistema de ayudas sociales en Chile para hacer frente a los efectos de la pandemia. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-56817148>*
- *[https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP\\_CCNN/MN\\_CCNN76/CCNN2013\\_P0\\_V2/CCNN2013\\_P0\\_V2?cbFechaInicio=2019&cbFechaTermino=2021&cbFrecuencia=QUARTERLY&cbCalculo=NONE&cbFechaBase=](https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_CCNN/MN_CCNN76/CCNN2013_P0_V2/CCNN2013_P0_V2?cbFechaInicio=2019&cbFechaTermino=2021&cbFrecuencia=QUARTERLY&cbCalculo=NONE&cbFechaBase=)*
- *[https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP\\_CCNN/MN\\_CCNN76/CCNN2013\\_IMACEC\\_01/CCNN2013\\_IMACEC\\_01?cbFechaInicio=2019&cbFechaTermino=2021&cbFrecuencia=MONTHLY&cbCalculo=NONE&cbFechaBase=](https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_CCNN/MN_CCNN76/CCNN2013_IMACEC_01/CCNN2013_IMACEC_01?cbFechaInicio=2019&cbFechaTermino=2021&cbFrecuencia=MONTHLY&cbCalculo=NONE&cbFechaBase=)*
- *[https://www.ine.cl/docs/default-source/%C3%ADndice-de-precios-al-consumidor/boletines/2021/bolet%C3%ADn-%C3%ADndice-de-precios-al-consumidor-\(ipc\)-noviembre-2021.pdf?sfvrsn=d195c632\\_5](https://www.ine.cl/docs/default-source/%C3%ADndice-de-precios-al-consumidor/boletines/2021/bolet%C3%ADn-%C3%ADndice-de-precios-al-consumidor-(ipc)-noviembre-2021.pdf?sfvrsn=d195c632_5)*
- *[https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP\\_TASA\\_INTERES/MN\\_TASA\\_INTERES\\_09/TPM\\_C1?cbFechaInicio=2020&cbFechaTermino=2021&cbFrecuencia=MONTHLY&cbCalculo=NONE&cbFechaBase=](https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_TASA_INTERES/MN_TASA_INTERES_09/TPM_C1?cbFechaInicio=2020&cbFechaTermino=2021&cbFrecuencia=MONTHLY&cbCalculo=NONE&cbFechaBase=)*

- *Banco Mundial. (2021, 01, 01). Gasto en investigación y desarrollo (% del PIB) | Data. Banco Mundial. Retrieved November 24, 2021, from <https://datos.bancomundial.org/indicador/GB.XPD.RSDV.GD.ZS>*
- <https://www.latercera.com/pulso/noticia/id-lo-no-se-mide-no-se-gestiona/1004162/>