



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

Digitalización comercial

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

Docente de Portafolio: Johanna Solange Godoy Cerda

Estudiante: Israel Andres Vásquez Brozález

Santiago de Chile, octubre de 2023



Agradecimientos

Sin duda, a mi familia que fue mi pilar para dar termino a este sueño. A mi esposa Carolina que me motivó a seguir cuando quise abandonar, por su apoyo incondicional, por entender, por su paciencia y amor, por hacerme creer.

La familia aporta una parte muy importante en todo este camino, por todos los días que no pude estar con ellos, por mi mal genio cuando estaba estresado, por darme el aliento necesario, por abrazarme en los momentos de angustia y celebrar mis logros, sin dudar, este título es mío y de mi familia, los amo.

A mi querido grupo de estudio Los pilas, que hicieron muy agradable este maravilloso proceso y ayudaron a sacar la tarea adelante; por esas noches de estudio hasta la madrugada, por las risas, por el aliento y por estar. Y a todos los que de alguna manera ayudaron a cumplir esta meta que se veía inalcanzable.

Gracias

Contenido

HITO 1	6
1.1 Objetivos del portafolio digital	6
1.2 Presentación del Estudiante	6
1.3 Narrativas Reflexivas	8
1.4 Narrativa Estadística y probabilidad	8
1.5 Problematización.....	8
1.6 Problematización.....	9
1.7 Reflexiva.....	9
1.8 Narrativa Finanzas.....	11
1.9 EVIDENCIAS Y DECLARACIONES CONTEXTUALIZADORAS	11
1.10 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	15
1.11 Actividad lúdica	16
1.12 Actividad lúdica N 2	17
HITO 2	19
2.1 Objetivos del portafolio digital	19
2.2 Presentación del Estudiante	19
2.3 Narrativas Reflexivas	21
2.4 Narrativa Estadística y probabilidad	21
2.5 Problematización:	21
2.6 Practica Reflexiva:	22



2.7 Resignificación:	22
2.8 Creación y Transformación:	22
2.9 Narrativa Costo y presupuesto	23
2.10 Narrativa Finanzas	25
2.11 EVIDENCIAS Y DECLARACIONES CONTEXTUALIZADORAS	28
2.12 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32
HITO 3	33
3.1 Objetivos del portafolio digital	33
3.2 Presentación del Estudiante	33
3.3 Narrativas Reflexivas	35
3.4 Narrativa Estadística y probabilidad	35
3.5 Narrativa Costo y presupuesto	37
3.6 Narrativa Finanzas	39
3.7 Narrativa Brand Management	42
3.8 EVIDENCIAS Y DECLARACIONES CONTEXTUALIZADORAS	43
3.9 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	48
3.10 Actividad Disciplinar Hito III	49
3.11 Árbol de problemas	50
3.12 Análisis de Alternativas	52
3.13 Análisis	52
3.14 Análisis FODA	53
3.15 Conclusión	54
3.16 Bibliografía	54
HITO 4	55



4.1 Objetivos del portafolio digital	55
4.2 Presentación del Estudiante:	55
4.3 Narrativas Reflexivas	57
4.4 Narrativa Estadística y probabilidad	57
4.5 Narrativa Costo y presupuesto	59
4.6 Narrativa Finanzas	61
4.7 Narrativa Branding	62
4.8 Narrativa Brand Management	64
4.9 Narrativa Taller de habilidades directivas.....	65
4.10 Narrativa Taller de gestión comercial	66
4.11 EVIDENCIAS Y DECLARACIONES CONTEXTUALIZADORAS	68
4.12 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	73
4.13 ACTIVIDAD DISCIPLINAR PORTAFOLIO IV.....	74
4.14 Desarrollo.....	77
4.15 Implementación	79
4.16 Seguimiento y evaluación de los resultados y logros	80
4.17 Mapa conceptual.....	83
4.18 Conclusión	84
4.19 Bibliografía	85

HITO 1

1.1 Objetivos del portafolio digital

El objetivo general de esta actividad será presentar un portafolio general de estas primeras semanas de clases sobre la base de los conceptos aprendidos durante las siete semanas que hemos estado en clases online y para ello será necesario recopilar una base de conceptos vistos en clases y proceder a explicar cada uno de ellos en este documento y así mejorar nuestro aprendizaje en estas materias que son diarias en nuestro quehacer, además de ampliar nuestro vocabulario técnico. En general, trataremos de explicar cómo ha sido la experiencia de volver a estudiar sobre la base de hacerlo en una edad más madura y con otros intereses personales, sabiendo que cada uno de nosotros quienes estamos en este programa de estudios ya estamos en una etapa de nuestras vidas en las que debemos hacer algo por nosotros mismos para poder mejorar nuestra labor profesional sentirnos mejor desde el punto de vista profesional implica hacer cosas nuevas aun cuando nos cueste hacerlo.

1.2 Presentación del Estudiante

Mi nombre es Israel Vásquez, estoy casado hace 19 años, tengo 4 hijos; Benjamín, un joven emprendedor de 23 años, Catalina, mi única niña, defensora y comprometida con todas las causas, de 18 años, Renato el niño más responsable del mundo, de 14 años y mi pequeño Santiago, que da vuelta mi mundo con sus locuras diarias, de 5 años. La vida me ha enseñado que ellos son lo más importante y son mi motivo para mejorar en todo aspecto. Hace un par de años que tengo menos tiempo del que quisiera, ya que debo repartirlo entre mi trabajo, los estudios, un nuevo emprendimiento y mi familia, pero, aunque me falta el tiempo, todo lo que hago me apasiona y llena mi vida. Antes de la pandemia disfrutaba en algún tiempo libre, jugar fútbol, otra de mis grandes pasiones, junto con la música, que he tenido que dejar de lado, por ahora, para priorizar mis nuevos proyectos.



Hace más de 17 años que mis trabajos están ligados a la venta, he emprendido, he fallado, he aprendido y he ganado. Todas las experiencias me han formado, valoro lo importante, el esfuerzo y siempre tratar de ser mejor y dar lo mejor. Por lo mismo, hace un par de años decidí volver a estudiar, idea que me asustaba mucho, ya que dejé los estudios hace muchos años, pensé que no sería capaz, pero lo he logrado gracias al apoyo incondicional de mi familia. Comencé con un título técnico, tuve muy buenos resultados y quise ir por más y aunque estudiar Ingeniería Comercial era un sueño lejano, aquí estoy, y me he dado cuenta de que, a pesar del agotamiento, puedo aprender, entender y aplicar esos conocimientos en mi trabajo actual, además puedo demostrarles a mis hijos que, con esfuerzo, no hay nada imposible.

Al obtener este título espero perfeccionar mi gestión comercial, mejorando mis habilidades financieras y económicas. Que todo esto me permita crecer como profesional y que se abran más puertas en el ámbito laboral.

1.3 Narrativas Reflexivas

Como relaté anteriormente, mi única cercanía con temas de ingeniería comercial, fueron mis trabajos en el ámbito de la venta desde hace muchos años, aunque ahora entiendo que no conocía sobre gestión comercial. Siempre me ha interesado aprender, no solo el proceso de las ventas, atención cliente, post venta, sino que además conocer sobre gestión de equipos y negocios, estrategias, administración, finanzas, la organización de la empresa, etc.

Ingeniería comercial es una carrera de mucho estudio matemático e investigación, desde el punto comercial muy estratégico. Desde el punto de la economía y presupuestos muy útil para la toma de decisiones, tanto para nuevos proyectos como para sustituir o detener procesos. El dinamismo de esta carrera nos da y forma nuestro criterio para la vida profesional.

1.4 Narrativa Estadística y probabilidad

Venta Puerta a Puerta: Conocimientos previos

Me desempeño hace siete años como supervisor de ventas de Parques Cementerio. En mi trabajo hay varios orígenes de ventas, uno de los más importantes es la venta en terreno (puerta a puerta), por muchos años pensé que las ventas en esta modalidad correspondían a una casualidad o la suerte que tuviera mi equipo ese día.

1.5 Problematización

La verdad es que mi base de matemáticas en general no fue buena, por lo que me costó bastante poder nivelarme con mis compañeros, al igual que en el trabajo para los informes requeridos mis conocimientos no eran suficientes y no entendía como expresar en los informes el día a día.

Pude comprender que esta “suerte” podía ser reflejada con números tangibles y no dejar nada al azar. Los conocimientos adquiridos cambiaron mi visión del trabajo diario y me permitieron tener un enfoque distinto en la metodología de trabajo

Con este conocimiento, aplicado a la experiencia, logré elaborar un informe sobre presupuesto de ventas basado en los orígenes, incluyendo venta en terreno, lo que antes era imposible por no poder llevarlo a cifras concretas. Ahora puedo expresar en porcentajes la cantidad de clientes o prospectos de mis ejecutivos, de esta forma proyectarlos en el tiempo.

1.6 Problematización

En la mayoría de los casos, las razones por las que fracasa una Pyme es la falta de conocimiento sobre las áreas financiera y contable.

Los dueños de negocio cometen el error de pensar que pueden manejar las empresas sin ningún tipo de ayuda o asesoría en temas administrativos, desconociendo que existen muchos elementos que intervienen en este proceso para lograr una distribución asertiva de los recursos.

1.7 Reflexiva

“La importancia de la contabilidad dentro de las pymes”, actualmente la relevancia e importancia de las pequeñas y medianas empresas en las economías del mundo es innegable ya que juegan un rol demasiado importante, generan empleo, crecimiento económico, beneficios económicos sociales entre muchas otras cosas más; pero a diferencia de las grandes empresas tiene muchos problemas de desarrollo, crecimiento y supervivencia.

Al aplicar paso a paso los presupuestos con sus debidos procesos, llegue a entender a través de los errores y comparándolos con la materia un satisfactorio semestre, cerrando una muy buena asignatura.

Ahora, con ese presupuesto de ventas puedo proyectarme como empresa en un período definido. En el proceso de formación de mi pyme, y gracias al ramo de costo y



presupuesto, pude darme cuenta de que el presupuesto de ventas es lo que se venderá con las distintas acciones, según el plan comercial que ideé. El orden y llevar los procesos paso a paso me ayudaron a estar más preparado para un futuro económico más sólido. Por lo general pensamos que el fracaso de un emprendimiento pasa por las malas acciones o por la mala suerte, sin entender que es la falta de preparación la que puede llevar al fracaso.

1.8 Narrativa Finanzas

Crédito Hipotecario:

Conocimientos Previos

Para ser honesto, mis conocimientos eran muy reducidos en este tema, aun cuando tomé un crédito hipotecario hace varios años. Pensaba que las cuotas solo dependían de las tasas de interés, independientes del plazo del crédito y los seguros asociados a este. Por esto no me preocupaba de cuanto terminaría pagando.

Problematización

Desde la enseñanza básica no tenemos la base en finanzas. Es un gran problema para muchos chilenos que en realidad no tienen ningún tipo de estudio o conocimiento financiero. La educación financiera en Chile es nula, y este es un problema que lleva al endeudamiento excesivo y al estrés por deudas impagas.

Reflexiva

Me vi enfrentado a la compra de un inmueble, pero esta vez y gracias al ramo de finanzas, comprendí que no solo la tasa afecta la cuota final, sino que también el plazo, el tipo de interés, valor de los seguros, meses de gracia. Aprendí que debo tomar en cuenta todos los factores al momento de tomar una decisión financiera responsable.

Conjugando estos factores, logré bajar el crédito total al estudiar de manera consciente distintas ofertas y alternativas bancarias, no dejándome llevar solo por la tasa más baja.

1.9 EVIDENCIAS Y DECLARACIONES CONTEXTUALIZADORAS

1. VENTA PUERTA A PUERTA:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/110xlnWKv1AYaYoQUi4BktZgFMEehYt4l/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=tru>

e



Este es un trabajo de estadística, donde logré comprender la probabilidad y llevarla a un número tangible, logrando obtener una gestión real del equipo de trabajo.

2. CREACIÓN DE PYME, PRESUPUESTO DE VENTAS:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1AMp64Zd0Ut65nNA93Czw6pAOS3b1efTR/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este es el examen final de finanzas, con este trabajo logré desarrollar un presupuesto de ventas, con egreso, gastos e impuestos, lo que me fue muy útil para desarrollar un presupuesto de venta real y proyectado del nuevo emprendimiento.

3. CRÉDITO HIPOTECARIO:

https://docs.google.com/document/d/1hns5Z_kSQozvn2wfy4l87IU49fWmkc70/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true

Este es el trabajo de la semana dos de finanzas donde aprendí la importancia del tipo de interés y qué factores influyen al momento de obtener un crédito

4. Actividad lúdica N2:

<https://docs.google.com/document/d/1g4Hf5za9QM3M0wllrtBaKBaveFq-SASZ/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este trabajo fue complicado para mí, porque me cuesta describirme, pero con esto entendí lo que me faltaba y que debía mejorar.

Nota: Me gustaría destacar y comentar. Ojalá fuera de evaluación.

Hace un par de semanas estuve muy estresado y emprobleado por los tiempos, la casa, hijos, trabajo, universidad. Me habían llevado a la decisión de congelar o parar los estudios de alguna manera.

Este comentario va por que, de alguna manera al empezar a reflexionar, salí de mi zona de confort y mirar desde otro punto, me hizo entender las cosas, porque estaba haciendo esto y como estaría después de terminarlo. Mis notas no son las más altas, pero creo que estoy mucho más preparado que hace 1 año, y que mi vida profesional va cada día en ascenso.

Quería comentarlo porque de alguna manera este ramo nos hace pensar no solo en números o en toma de decisiones, si no que, en la evaluación de nuestro aprendizaje completo y agradezco estas instancias de reflexión que para una carrera online es muy valiosa.



ÍNDICE DE EVIDENCIA

1 Trabajo semana 1, Estadística y probabilidad.

2 Examen final Finanzas, Costo y presupuesto.

3 Trabajo grupal de semana 2, Finanzas.

4 actividad Lúdica N2 Portafolio Digital



1.10 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Elaboración del presupuesto empresarial. Presupuesto maestro: (2015). Presupuestos del estado de resultados. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 5). Universidad UNIACC.

El sistema presupuestario (2015). Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 4). Universidad UNIACC.

Elaboración del presupuesto empresarial (2015). Presupuesto maestro: Presupuestos del estado de resultados. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 5). Universidad UNIACC.

Gallardo, F. (2020). Las estructuras de mercado. Apunte 1 de clase semana 6, Microeconomía. Universidad UNIACC.

Gallardo, F. (2020). Las Estructuras de Mercado. Apunte 2 de clase semana 6, Microeconomía. Universidad Uniacc.

Mochón. (2007). Cap.6 El mercado. En Economía y turismo (págs. 81-92). Madrid: McGraw-Hill.

UNIACC, U. (2015). El Sistema Presupuestario. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 4). Universidad UNIACC.

UNIACC, U. (2015). Elaboración del presupuesto empresarial. Presupuestos del balance. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 6).

Vicerrectoría Académica. (2019). El Portafolio Digital. Universidad UNIACC.

Vicerrectoría Académica Universidad UNIACC. (2019). El Ciclo de Aprendizaje: La Problematicación como estrategia para el logro de aprendizajes significativos. Apunte de clase., Portafolio Digital 1. Chile: Universidad Uniacc.



1.11 Actividad lúdica FORTALEZAS, OPORTUNIDADES Y FUTURO ACADÉMICO

FORTALEZAS

Mis fortalezas son, ser inspirador, con valores muy marcados, suelo motivar a mi equipo de trabajo a través del optimismo, el motor propio y el cumplimiento de sus metas y sueños.

Apasionado, soy de las personas que lucha por lo que quiere, transformando sueños en metas y estas en realidades. A pesar de estar en una empresa de ventas donde el número pesa más que la persona, trato de marcar la diferencia y creo que el ser humano es más que un número, me interesa la persona y su entorno.

OPORTUNIDADES

Debo mejorar mi estructura, tiendo a desordenarme y con esto bajo el rendimiento. Tengo que ser más paciente, al ser tan apasionado de vez en cuando hablo más de lo que escucho.

FUTURO ACADÉMICO

Mi futuro académico ha sido marcado por los logros que no pensé, punto uno terminar el técnico en administración y ahora estudiando ingeniería comercial, con esto pretendo fortalecer herramientas comerciales y de liderazgo, junto con un buen entendimiento de la economía. Deseo terminar mi carrera para luego especializarme en marketing. La idea es nunca terminar de estudiar, siempre estar especializándome en algo y aprendiendo cosas nuevas. Estoy reencantándome de los estudios.

1.12 Actividad lúdica N 2

Comenzando esta etapa del portafolio, debo decir que ha sido muy difícil encontrar debilidades o fortalezas, el autoevaluarse, por lo menos para mí, ha sido difícil, pero muy gratificante al encontrar puntos de mejora que no había visto o no había querido ver en realidad.

A través del análisis 360° logré profundizar y analizar mis actitudes, aptitudes y hábitos que, aunque se hacen mecánicamente, siempre es bueno detenerse y mirarlo desde otro punto.

Actitudes: Soy una persona positiva, optimista, enfocado en el liderazgo y el trabajo en equipo, trabajo actualmente liderando 2 equipos de aproximadamente 40 ejecutivos y creo que la actitud positiva es muy importante para llevar mis equipos en un ambiente laboral adecuado y armónico. El trabajo es muy estresante y sobre todo por esta pandemia que estamos viviendo, una actitud colaboradora es muy importante para mantener una buena interacción con los demás.

Aptitudes: En estos 5 años en el rubro de los cementerios he notado mis aptitudes de planificación y coordinación. Al ser un grupo grande de ejecutivos, debo organizar de forma correcta las tareas, siempre en pro de la orientación de objetivos y metas. Liderar equipos de venta es complicado cuando no se maneja de forma correcta la motivación, ya que la constante en mis vendedores es que por algún motivo siempre decaen.

Hábitos: Mis hábitos se dividen en dos etapas; antes de pandemia y después de pandemia. Antes, mis hábitos eran mucho más deportivos y de ejercicio, juntarme con amigos y salir con la familia. Actualmente trabajo desde casa, los ejercicios y el deporte ya no están en mis hábitos diarios y las juntas con amistades casi nada. Aún trato de mantener el salir con la familia dentro de lo posible, de esta manera manejar el estrés de los niños por estar todo el día en casa.

Hay un hábito que se ha mantenido, es el escuchar música, ese es uno de los pocos hábitos que no ha cambiado.

Futuro: En el futuro me veo logrando metas, concretando proyectos y terminando mi carrera. Me veo retomando mi vida normal, saliendo con la familia, valorando cosas que



antes eran cotidianas. Mirando el futuro con pie firme y esperanzado en que los planes familiares lleguen a buen puerto.

En el ámbito laboral, me veo cumpliendo metas y logros, tomando nuevos desafíos.

HITO 2

2.1 Objetivos del portafolio digital

Esta etapa final de portafolio digital tiene como objetivo realizar retroalimentación en la entrega formativa, evaluar mi desempeño global y objetivar mis elementos a mejorar o incorporar.

Las fortalezas que he adquirido durante este proceso de formación han sido habilidades de comunicación, trabajo en equipo, compañerismo, en cierta forma por experiencia y edad me considero un líder ya que se motivar a mis compañeros, soy una persona con integridad y honesta, positiva y perseverante, el gran compromiso adquirido para lograr mis objetivos y metas profesionales. Las herramientas digitales entregadas por la universidad han sido en gran parte de calidad para poder lograr la excelencia profesional pero el trabajo de investigar, auto complementar los saberes es vital en este tipo de modalidad académica.

2.2 Presentación del Estudiante

Mi nombre es Israel Vásquez, estoy casado hace 19 años, tengo 4 hijos; Benjamín, un joven emprendedor de 23 años, Catalina, mi única niña, defensora y comprometida con todas las causas, de 18 años, Renato el niño más responsable del mundo, de 14 años y mi pequeño Santiago, que da vuelta mi mundo con sus locuras diarias, de 5 años. La vida me ha enseñado que ellos son lo más importante y son mi motivo para mejorar en todo aspecto. Hace un par de años que tengo menos tiempo del que quisiera, ya que debo repartirlo entre mi trabajo, los estudios, un nuevo emprendimiento y mi familia, pero, aunque me falta el tiempo, todo lo que hago me apasiona y llena mi vida. Antes de la pandemia disfrutaba en algún tiempo libre, jugar fútbol, otra de mis grandes pasiones, junto con la música, que he tenido que dejar de lado, por ahora, para priorizar mis nuevos proyectos.

Hace más de 17 años que mis trabajos están ligados a la venta, he emprendido, he fallado, he aprendido y he ganado. Todas las experiencias me han formado, valoro lo



importante, el esfuerzo y siempre tratar de ser mejor y dar lo mejor. Por lo mismo, hace un par de años decidí volver a estudiar, idea que me asustaba mucho, ya que dejé los estudios hace muchos años, pensé que no sería capaz, pero lo he logrado gracias al apoyo incondicional de mi familia. Comencé con un título técnico, tuve muy buenos resultados y quise ir por más y aunque estudiar Ingeniería Comercial era un sueño lejano, aquí estoy, y me he dado cuenta de que, a pesar del agotamiento, puedo aprender, entender y aplicar esos conocimientos en mi trabajo actual, además puedo demostrarles a mis hijos que, con esfuerzo, no hay nada imposible.

Al obtener este título espero perfeccionar mi gestión comercial, mejorando mis habilidades financieras y económicas. Que todo esto me permita crecer como profesional y que se abran más puertas en el ámbito laboral.

2.3 Narrativas Reflexivas

Como relaté anteriormente, mi única cercanía con temas de ingeniería comercial, fueron mis trabajos en el ámbito de la venta desde hace muchos años, aunque ahora entiendo que no conocía sobre gestión comercial. Siempre me ha interesado aprender, no solo el proceso de las ventas, atención cliente, post venta, sino que además conocer sobre gestión de equipos y negocios, estrategias, administración, finanzas, la organización de la empresa, etc.

Ingeniería comercial es una carrera de mucho estudio matemático e investigación, desde el punto comercial muy estratégico. Desde el punto de la economía y presupuestos muy útil para la toma de decisiones, tanto para nuevos proyectos como para sustituir o detener procesos. El dinamismo de esta carrera nos da y forma nuestro criterio para la vida profesional.

2.4 Narrativa Estadística y probabilidad

Venta Puerta a Puerta:

Conocimientos previos:

Me desempeño hace siete años como supervisor de ventas de Parques Cementerio. En mi trabajo hay varios orígenes de ventas, uno de los más importantes es la venta en terreno (puerta a puerta), por muchos años pensé que las ventas en esta modalidad correspondían a una casualidad o la suerte que tuviera mi equipo ese día.

2.5 Problematización:

La verdad es que mi base de matemáticas en general no fue buena, por lo que me costó bastante poder nivelarme con mis compañeros, al igual que en el trabajo para los informes requeridos mis conocimientos no eran suficientes y no entendía como expresar en los informes el día a día. Sin saber cómo reflejar en números el trabajo del día a día, se hace complicado el demostrar que se está haciendo el trabajo.

2.6 Practica Reflexiva:

Con el ramo de Estadísticas y Probabilidad pude comprender que esta “suerte” podía ser reflejada con números tangibles y no dejar nada al azar. Los conocimientos adquiridos cambiaron mi visión del trabajo diario y me permitieron tener un enfoque distinto en la metodología de trabajo, calcular cada uno de los trabajos diarios con fórmulas y esto llevarlo a informes.

.

2.7 Resignificación:

Con este conocimiento, aplicado a la experiencia, logré elaborar un informe sobre presupuesto de ventas basado en los orígenes, incluyendo venta en terreno, lo que antes era imposible por no poder llevarlo a cifras concretas. Ahora puedo expresar en porcentajes la cantidad de clientes o prospectos de mis ejecutivos, de esta forma proyectarlos en el tiempo

2.8 Creación y Transformación:

Como resultado del estudio de la asignatura logre crear una plantilla para la medición de este origen casi al azar (Puerta a puerta), logrando establecerlo como una herramienta más de la compañía, ayudando a la gestión diaria de los supervisores de venta y reflejando de una manera más tangible el trabajo del vendedor en terreno que muchas veces solo es valorado al tener la venta en concreto y no el dato para su prospección.

2.9 Narrativa Costo y presupuesto

Creación de Pyme:

Conocimientos Previos:

Para mí un presupuesto de venta era lo que se había vendido, mis conocimientos eran en gran parte las experiencias vividas con los fracasos de poder emprender, hablo de fracaso porque no llegaron a buen puerto, por malas decisiones y desordenes financieras.

Problematización:

En la mayoría de los casos, las razones por las que fracasa una Pyme es la falta de conocimiento sobre las áreas financiera y contable.

Los dueños de negocio cometen el error de pensar que pueden manejar las empresas sin ningún tipo de ayuda o asesoría en temas administrativos, desconociendo que existen muchos elementos que intervienen en este proceso para lograr una distribución asertiva de los recursos.

Reflexiva:

“La importancia de la contabilidad dentro de las pymes”, actualmente la relevancia e importancia de las pequeñas y medianas empresas en las economías del mundo es innegable ya que juegan un rol demasiado importante, generan empleo, crecimiento económico, beneficios económicos sociales entre muchas otras cosas más; pero a diferencia de las grandes empresas tiene muchos problemas de desarrollo, crecimiento y supervivencia.

Al aplicar paso a paso los presupuestos con sus debidos procesos, llegue a entender a través de los errores y comparándolos con la materia un satisfactorio semestre, cerrando una muy buena asignatura.

**Resignificación:**

Ahora, con la ayuda de los estudios y el material entregado por la universidad logre crear un presupuesto de ventas, con este puedo proyectarme como empresa en un período definido. En el proceso de formación de mi pyme, y gracias al ramo de costo y presupuesto, pude darme cuenta de que el presupuesto de ventas es lo que se venderá con las distintas acciones, según el plan comercial que ideé. El orden y llevar los procesos paso a paso me ayudaron a estar más preparado para un futuro económico más sólido. Por lo general pensamos que el fracaso de un emprendimiento pasa por las malas acciones o por la mala suerte, sin entender que es la falta de preparación la que puede llevar al fracaso.

Creación y Transformación:

Como resultado del estudio de la asignatura puedo manifestar que parte de la creación y transformación está relacionada directamente con la actualidad, me ayuda analizar tomar decisiones importantes respecto de mi emprendimiento de venta de sangrías. (licor, vino, miel de esencias), puedo determinar los factores productivos de esta industria, los costos asociados a su producción, y las operaciones productivas.

2.10 Narrativa Finanzas

crédito Hipotecario:

Conocimientos Previos:

Para ser honesto, mis conocimientos eran muy reducidos en este tema, aun cuando tomé un crédito hipotecario hace varios años. Pensaba que las cuotas solo dependían de las tasas de interés, independientes del plazo del crédito y los seguros asociados a este. Por esto no me preocupaba de cuanto terminaría pagando

Problematización:

Desde la enseñanza básica no tenemos la base en finanzas. Es un gran problema para muchos chilenos que en realidad no tienen ningún tipo de estudio o conocimiento financiero. La educación financiera en Chile es nula, y este es un problema que lleva al endeudamiento excesivo y al estrés por deudas impagas. En lo personal con la compra de mi casa no me fije o no sabía de qué forma afectaría la tasa a el pago del dividendo y de la cuota final, comprando a una tasa del 6%.

.

Reflexiva:

Me vi enfrentado a la compra de un inmueble, (segunda vivienda), pero esta vez y gracias al ramo de finanzas, comprendí que no solo la tasa afecta la cuota final, sino que también el plazo, el tipo de interés, valor de los seguros, meses de gracia. Aprendí que debo tomar en cuenta todos los factores al momento de tomar una decisión financiera responsable.

Resignificación:

En cuanto a la anterior, adquirí los conocimientos para evaluar que tasa y plazo es el que más conviene según el tipo de vivienda, el ramo me enseñó a ser más prudente en la toma de decisiones y estas tomarlas a conciencia y sabiendo lo que terminare pagando a corto y largo plazo.

Creación y Transformación:

Como resultado de la compra de esta vivienda con un plazo y tasa adecuada, estoy comprado un departamento como inversión, tendré una vivienda donde vivió, la senda arrendada y el departamento para inversión. Me ha ayudado a ver un negocio que para mi era completamente desconocido.

Narrativa Branding

Conocimientos Previos:

En mi etapa de administrador de empresa, en el instituto obtuve conocimientos previos respecto de las 4p's del Marketing, como Precio, Plaza, Producto y Promoción. No obstante, el marketing es un proceso social mediante el cual individuos y/o grupos satisfacen sus necesidades, intercambiando productos de valor para otros. Por lo que, como conocimientos previos en Marketing, también puedo identificar como una serie de estrategias, técnicas y prácticas que tienen como principal objetivo vender algo a través de un proceso como la producción, logística, comercialización y post venta del producto/servicio.

Problematización:

El problema surgió al crear la marca y el logo de la Pyme que tengo, el que tenía no era para nada significativo y no describía a la empresa ni le daba valor. La verdad es que el logo que tenía "SED DE SANGRIA" no reflejaba para nada el producto que era.

**Reflexiva:**

En el transcurso de la primera semana de Branding, ya sabía que había cometido errores en la creación del logo. Con los conocimientos adquiridos pude establecer conceptos como la arquitectura de marca, modelo mixto, modelo monolítico. Con estos conocimientos se logró con mayor efectividad la creación de un logo para la empresa.

Si se piensa en cada marca como si fuera un jugador de fútbol, los planes de identidad y comunicación son herramientas o ejercicios que hacen que cada jugador juegue y se desempeñe mejor individualmente, aumentando la calidad del juego colectivo. La arquitectura de la marca asume el trabajo del entrenador de colocar a los jugadores en la mejor posición y hacerlos funcionar como equipo más que como una simple colección de jugadores.

David A. Aaker en su libro Liderazgo de marca (2006)

Resignificación:

Con lo anterior poder identificar el alcance de mi marca, con esto utilizar una única marca o logo para toda la gama de productos. Obteniendo una gran visibilidad y notoriedad.

Creación y Transformación:

Con este nuevo logo somos mucho más visibles ante los clientes, en RRSS y en los locales donde ahora estamos presentes, También y producto de esta nueva cara estamos en negociaciones para entrar a supermercados de Cencosud. De esta manera expandir nuestro producto en Santiago inicialmente y después en regiones.

2.11 EVIDENCIAS Y DECLARACIONES CONTEXTUALIZADORAS

5. VENTA PUERTA A PUERTA:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/110xlnWKv1AYaYoQUi4BktZgFMEehYt4l/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este es un trabajo de estadística, donde logré comprender la probabilidad y llevarla a un número tangible, logrando obtener una gestión real del equipo de trabajo.

6. CREACIÓN DE PYME, PRESUPUESTO DE VENTAS:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1AMp64Zd0Ut65nNA93Czw6pAOS3b1efTR/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este es el examen final de finanzas, con este trabajo logré desarrollar un presupuesto de ventas, con egreso, gastos e impuestos, lo que me fue muy útil para desarrollar un presupuesto de venta real y proyectado del nuevo emprendimiento.

7. CRÉDITO HIPOTECARIO:

https://docs.google.com/document/d/1hns5Z_kSQozvn2wfy4l87lU49fWmkc70/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true

Este es el trabajo de la semana dos de finanzas donde aprendí la importancia del tipo de interés y qué factores influyen al momento de obtener un crédito

8. Actividad lúdica N2:

<https://docs.google.com/document/d/1g4Hf5za9QM3M0wllrtBaKBaveFq-SASZ/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este trabajo fue complicado para mí, porque me cuesta describirme, pero con esto entendí lo que me faltaba y que debía mejorar.

9. Actividad lúdica N1:

<https://docs.google.com/document/d/1vnwWiml6bkhjSaHmUNstbeF8gHhoxL6f/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este trabajo fue muy entretenido y me sorprendió, pensé que no serviría y me ayudó mucho

Nota: *Me gustaría destacar y comentar. Ojalá fuera de evaluación.*

Hace un par de semanas estuve muy estresado y emproblemado por los tiempos, la casa, hijos, trabajo, universidad. Me habían llevado a la decisión de congelar o parar los estudios de alguna manera.

Este comentario va por que, de alguna manera al empezar a reflexionar, salid de mi zona de confort y mirar desde otro punto, me hizo entender las cosas, porque estaba haciendo esto y como estaría después de terminarlo. Mis notas no son las más altas, pero creo que estoy mucho más preparado que hace 1 año, y que mi vida profesional va cada día en ascenso.

Quería comentarlo porque de alguna manera este ramo nos hace pensar no solo en números o en toma de decisiones, si no que, en la evaluación de nuestro aprendizaje completo y agradezco estas instancias de reflexión que para una carrera online es muy valiosa.



ÍNDICE DE EVIDENCIA

- I. Trabajo semana 1, Estadística y probabilidad.

- II. Examen final Finanzas, Costo y presupuesto.

- III. Trabajo grupal de semana 2, Finanzas.

- IV. Actividad Lúdica N2 Portafolio Digital

- V. Actividad Lúdica N1 Portafolio Digital

- VI. Evidencia Portafolio Digital Hito I



2.12 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Elaboración del presupuesto empresarial. Presupuesto maestro: (2015). Presupuestos del estado de resultados. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 5). Universidad UNIACC.

El sistema presupuestario (2015). Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 4). Universidad UNIACC.

Elaboración del presupuesto empresarial (2015). Presupuesto maestro: Presupuestos del estado de resultados. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 5). Universidad UNIACC.

Gallardo, F. (2020). Las estructuras de mercado. Apunte 1 de clase semana 6, Microeconomía. Universidad UNIACC.

Gallardo, F. (2020). Las Estructuras de Mercado. Apunte 2 de clase semana 6, Microeconomía. Universidad Uniacc.

Mochón. (2007). Cap.6 El mercado. En Economía y turismo (págs. 81-92). Madrid: McGraw-Hill.

UNIACC, U. (2015). El Sistema Presupuestario. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 4). Universidad UNIACC.

UNIACC, U. (2015). Elaboración del presupuesto empresarial. Presupuestos del balance. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 6).

Vicerrectoría Académica. (2019). El Portafolio Digital. Universidad UNIACC.

Vicerrectoría Académica Universidad UNIACC. (2019). El Ciclo de Aprendizaje: La Problematicación como estrategia para el logro de aprendizajes significativos. Apunte de clase., Portafolio Digital 1. Chile: Universidad Uniacc.

HITO 3

3.1 Objetivos del portafolio digital

Esta etapa final de portafolio digital tiene como objetivo realizar retroalimentación en la entrega formativa, evaluar mi desempeño global y objetivar mis elementos a mejorar o incorporar.

Las fortalezas que he adquirido durante este proceso de formación han sido habilidades de comunicación, trabajo en equipo, compañerismo, en cierta forma por experiencia y edad me considero un líder ya que se motivar a mis compañeros, soy una persona con integridad y honesta, positiva y perseverante, el gran compromiso adquirido para lograr mis objetivos y metas profesionales.

Las herramientas digitales entregadas por la universidad han sido en gran parte de calidad para poder lograr la excelencia profesional pero el trabajo de investigar, auto complementar los saberes es vital en este tipo de modalidad académica.

3.2 Presentación del Estudiante

Mi nombre es Israel Vásquez, estoy casado hace 19 años, tengo 4 hijos; Benjamín, un joven emprendedor de 23 años, Catalina, mi única niña, defensora y comprometida con todas las causas, de 18 años, Renato el niño más responsable del mundo, de 14 años y mi pequeño Santiago, que da vuelta mi mundo con sus locuras diarias, de 5 años. La vida me ha enseñado que ellos son lo más importante y son mi motivo para mejorar en todo aspecto. Hace un par de años que tengo menos tiempo del que quisiera, ya que debo repartirlo entre mi trabajo, los estudios, un nuevo emprendimiento y mi familia, pero, aunque me falta el tiempo, todo lo que hago me apasiona y llena mi vida. Antes de la pandemia disfrutaba en algún tiempo libre, jugar fútbol, otra de mis grandes pasiones, junto



con la música, que he tenido que dejar de lado, por ahora, para priorizar mis nuevos proyectos.

Hace más de 17 años que mis trabajos están ligados a la venta, he emprendido, he fallado, he aprendido y he ganado. Todas las experiencias me han formado, valoro lo importante, el esfuerzo y siempre tratar de ser mejor y dar lo mejor. Por lo mismo, hace un par de años decidí volver a estudiar, idea que me asustaba mucho, ya que dejé los estudios hace muchos años, pensé que no sería capaz, pero lo he logrado gracias al apoyo incondicional de mi familia. Comencé con un título técnico, tuve muy buenos resultados y quise ir por más y aunque estudiar Ingeniería Comercial era un sueño lejano, aquí estoy, y me he dado cuenta de que, a pesar del agotamiento, puedo aprender, entender y aplicar esos conocimientos en mi trabajo actual, además puedo demostrarles a mis hijos que, con esfuerzo, no hay nada imposible.

Al obtener este título espero perfeccionar mi gestión comercial, mejorando mis habilidades financieras y económicas. Que todo esto me permita crecer como profesional y que se abran más puertas en el ámbito laboral.

3.3 Narrativas Reflexivas

Como relaté anteriormente, mi única cercanía con temas de ingeniería comercial, fueron mis trabajos en el ámbito de la venta desde hace muchos años, aunque ahora entiendo que no conocía sobre gestión comercial. Siempre me ha interesado aprender, no solo el proceso de las ventas, atención cliente, post venta, sino que además conocer sobre gestión de equipos y negocios, estrategias, administración, finanzas, la organización de la empresa, etc.

Ingeniería comercial es una carrera de mucho estudio matemático e investigación, desde el punto comercial muy estratégico. Desde el punto de la economía y presupuestos muy útil para la toma de decisiones, tanto para nuevos proyectos como para sustituir o detener procesos. El dinamismo de esta carrera nos da y forma nuestro criterio para la vida profesional.

3.4 Narrativa Estadística y probabilidad

Venta Puerta a Puerta:

Conocimientos previos:

Me desempeño hace siete años como supervisor de ventas de Parques Cementerio. En mi trabajo hay varios orígenes de ventas, uno de los más importantes es la venta en terreno (puerta a puerta), por muchos años pensé que las ventas en esta modalidad correspondían a una casualidad o la suerte que tuviera mi equipo ese día.

Problematización:

La verdad es que mi base de matemáticas en general no fue buena, por lo que me costó bastante poder nivelarme con mis compañeros, al igual que en el trabajo para los informes requeridos mis conocimientos no eran suficientes y no entendía como expresar en los informes el día a día. Sin saber cómo reflejar en números el trabajo del día a día, se hace complicado el demostrar que se está haciendo el trabajo.

Practica Reflexiva:

Con el ramo de Estadísticas y Probabilidad pude comprender que esta “suerte” podía ser reflejada con números tangibles y no dejar nada al azar. Los conocimientos adquiridos cambiaron mi visión del trabajo diario y me permitieron tener un enfoque distinto en la metodología de trabajo, calcular cada uno de los trabajos diarios con fórmulas y esto llevarlo a informes.

.

Resignificación:

Con este conocimiento, aplicado a la experiencia, logré elaborar un informe sobre presupuesto de ventas basado en los orígenes, incluyendo venta en terreno, lo que antes era imposible por no poder llevarlo a cifras concretas. Ahora puedo expresar en porcentajes la cantidad de clientes o prospectos de mis ejecutivos, de esta forma proyectarlos en el tiempo

Creación y Transformación:

Como resultado del estudio de la asignatura logre crear una plantilla para la medición de este origen casi al azar (Puerta a puerta), logrando establecerlo como una herramienta más de la compañía, ayudando a la gestión diaria de los supervisores de venta y reflejando de una manera más tangible el trabajo del vendedor en terreno que muchas veces solo es valorado al tener la venta en concreto y no el dato para su prospección.

3.5 Narrativa Costo y presupuesto

Creación de Pyme:

Conocimientos Previos:

Para mí un presupuesto de venta era lo que se había vendido, mis conocimientos eran en gran parte las experiencias vividas con los fracasos de poder emprender, hablo de fracaso porque no llegaron a buen puerto, por malas decisiones y desordenes financieras.

Problematización:

En la mayoría de los casos, las razones por las que fracasa una Pyme es la falta de conocimiento sobre las áreas financiera y contable.

Los dueños de negocio cometen el error de pensar que pueden manejar las empresas sin ningún tipo de ayuda o asesoría en temas administrativos, desconociendo que existen muchos elementos que intervienen en este proceso para lograr una distribución asertiva de los recursos.

Reflexiva:

“La importancia de la contabilidad dentro de las pymes”, actualmente la relevancia e importancia de las pequeñas y medianas empresas en las economías del mundo es innegable ya que juegan un rol demasiado importante, generan empleo, crecimiento económico, beneficios económicos sociales entre muchas otras cosas más; pero a diferencia de las grandes empresas tiene muchos problemas de desarrollo, crecimiento y supervivencia.

Al aplicar paso a paso los presupuestos con sus debidos procesos, llegue a entender a través de los errores y comparándolos con la materia un satisfactorio semestre, cerrando una muy buena asignatura.

Resignificación:

Ahora, con la ayuda de los estudios y el material entregado por la universidad logre crear un presupuesto de ventas, con este puedo proyectarme como empresa en un período definido. En el proceso de formación de mi pyme, y gracias al ramo de costo y presupuesto, pude darme cuenta de que el presupuesto de ventas es lo que se venderá con las distintas acciones, según el plan comercial que ideé. El orden y llevar los procesos paso a paso me ayudaron a estar más preparado para un futuro económico más sólido. Por lo general pensamos que el fracaso de un emprendimiento pasa por las malas acciones o por la mala suerte, sin entender que es la falta de preparación la que puede llevar al fracaso.

Creación y Transformación:

Como resultado del estudio de la asignatura puedo manifestar que parte de la creación y transformación está relacionada directamente con la actualidad, me ayuda analizar tomar decisiones importantes respecto de mi emprendimiento de venta de sangrías. (licor, vino, miel de esencias), puedo determinar los factores productivos de esta industria, los costos asociados a su producción, y las operaciones productivas.

3.6 Narrativa Finanzas

crédito Hipotecario:

Conocimientos Previos:

Para ser honesto, mis conocimientos eran muy reducidos en este tema, aun cuando tomé un crédito hipotecario hace varios años. Pensaba que las cuotas solo dependían de las tasas de interés, independientes del plazo del crédito y los seguros asociados a este. Por esto no me preocupaba de cuanto terminaría pagando

Problematización:

Desde la enseñanza básica no tenemos la base en finanzas. Es un gran problema para muchos chilenos que en realidad no tienen ningún tipo de estudio o conocimiento financiero. La educación financiera en Chile es nula, y este es un problema que lleva al endeudamiento excesivo y al estrés por deudas impagas. En lo personal con la compra de mi casa no me fije o no sabía de qué forma afectaría la tasa a el pago del dividendo y de la cuota final, comprando a una tasa del 6%.

.

Reflexiva:

Me vi enfrentado a la compra de un inmueble, (segunda vivienda), pero esta vez y gracias al ramo de finanzas, comprendí que no solo la tasa afecta la cuota final, sino que también el plazo, el tipo de interés, valor de los seguros, meses de gracia. Aprendí que debo tomar en cuenta todos los factores al momento de tomar una decisión financiera responsable.



Resignificación:

En cuanto a la anterior, adquirí los conocimientos para evaluar que tasa y plazo es el que más conviene según el tipo de vivienda, el ramo me enseñó a ser más prudente en la toma de decisiones y estas tomarlas a conciencia y sabiendo lo que terminare pagando a corto y largo plazo.

Creación y Transformación:

Como resultado de la compra de esta vivienda con un plazo y tasa adecuada, estoy comprado un departamento como inversión, tendré una vivienda donde vivió, la senda arrendada y el departamento para inversión. Me ha ayudado a ver un negocio que para mí era completamente desconocido.

Narrativa Branding

Conocimientos Previos:

En mi etapa de administrador de empresa, en el instituto obtuve conocimientos previos respecto de las 4p's del Marketing, como Precio, Plaza, Producto y Promoción. No obstante, el marketing es un proceso social mediante el cual individuos y/o grupos satisfacen sus necesidades, intercambiando productos de valor para otros. Por lo que, como conocimientos previos en Marketing, también puedo identificar como una serie de estrategias, técnicas y prácticas que tienen como principal objetivo vender algo a través de un proceso como la producción, logística, comercialización y post venta del producto/servicio.

Problematización:

El problema surgió al crear la marca y el logo de la Pyme que tengo, el que tenía no era para nada significativo y no describía a la empresa ni le daba valor. La verdad es que el logo que tenía "SED DE SANGRIA" no reflejaba para nada el producto que era.

**Reflexiva:**

En el transcurso de la primera semana de Branding, ya sabía que había cometido errores en la creación del logo. Con los conocimientos adquiridos pude establecer conceptos como la arquitectura de marca, modelo mixto, modelo monolítico. Con estos conocimientos se logró con mayor efectividad la creación de un logo para la empresa.

Si se piensa en cada marca como si fuera un jugador de fútbol, los planes de identidad y comunicación son herramientas o ejercicios que hacen que cada jugador juegue y se desempeñe mejor individualmente, aumentando la calidad del juego colectivo. La arquitectura de la marca asume el trabajo del entrenador de colocar a los jugadores en la mejor posición y hacerlos funcionar como equipo más que como una simple colección de jugadores.

David A. Aaker en su libro Liderazgo de marca (2006)

Resignificación:

Con lo anterior poder identificar el alcance de mi marca, con esto utilizar una única marca o logo para toda la gama de productos. Obteniendo una gran visibilidad y notoriedad.

Creación y Transformación:

Con este nuevo logo somos mucho más visibles ante los clientes, en RRSS y en los locales donde ahora estamos presentes, También y producto de esta nueva cara estamos en negociaciones para entrar a supermercados de Cencosud. De esta manera expandir nuestro producto en Santiago inicialmente y después en regiones.

3.7 Narrativa Brand Management

Conocimientos Previos:

En el transcurso de los años he aprendido la importancia de un producto con valor en el mercado, El crear estrategias de marketing. La importancia de las finanzas en una empresa al igual que la contabilidad. Esto fue adquirido durante los 2 años cursados en UNIACC.

Problematización:

El problema fue con el mismo producto, pero con otra marca. El producto SANGRIA, se le cambio el nombre a sangría LEON, por separación de socios y escases de ventas. Al crear esta nueva marca ubo que crear también un plan de marketing y un plan de medios, por las bajas ventas y por la poca visibilidad del producto.

Reflexiva:

Al empezar el ramo **Brand Management** supe que aprendería lo necesario para poder potenciar esta nueva marca, de manera profesional y con los procesos adecuados. Tales como Plan de medios, Medio troncal, Medio de apoyo, objetivo de medios y el plan de negocio.

Sin duda que tendría las armas suficientes para construir una marca solida y consistente en el tiempo. Con los canales de comunicación adecuados para difundir a dar a conocer este producto.

Son los medios o soportes por los cuales una empresa (marca) u organización se comunica con sus clientes, es importante que se reconozca que no todos los soportes son útiles para las marcas, depende el target al cual se dirige la acción comercial y el objetivo propuesto. Recuerda, una mala elección de soporte puede desperfilar a la marca Caro, L (2022)



Resignificación:

Con lo anterior pude dar a conocer mi marca, haciéndola mucho más visible. Creando un plan de comunicaciones sólido y robusto, obteniendo una visibilidad inmensa y por ende muchas más ventas que el producto anterior, ¡Dándole una personalidad a SANGRÍA LEÓN!

Creación y Transformación:

Con este nuevo plan, ya somos el doble de visibles que la marca anterior en la mitad de tiempo, logrando tener más de 5.000 visualizaciones de nuestras publicaciones y logrando posesionar nuestra marca en restaurantes y supermercados regionales. Las ventas ya están por sobre lo esperado generando utilidades significativas para reinvertir y mantener el plan en marcha.

3.8 EVIDENCIAS Y DECLARACIONES CONTEXTUALIZADORAS

10. VENTA PUERTA A PUERTA:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/110xlnWKv1AYaYoQUi4BktZgFMEehYt4I/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este es un trabajo de estadística, donde logré comprender la probabilidad y llevarla a un número tangible, logrando obtener una gestión real del equipo de trabajo.

11. CREACIÓN DE PYME, PRESUPUESTO DE VENTAS:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1AMp64Zd0Ut65nNA93Czw6pAOS3b1efTR/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este es el examen final de finanzas, con este trabajo logré desarrollar un presupuesto de ventas, con egreso, gastos e impuestos, lo que me fue muy útil para desarrollar un presupuesto de venta real y proyectado del nuevo emprendimiento.

12. CRÉDITO HIPOTECARIO:

https://docs.google.com/document/d/1hns5Z_kSQozvn2wfy4l87IU49fWmkc70/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true

Este es el trabajo de la semana dos de finanzas donde aprendí la importancia del tipo de interés y qué factores influyen al momento de obtener un crédito

13. Actividad lúdica N2:

<https://docs.google.com/document/d/1g4Hf5za9QM3M0wllrtBaKBaveFq-SASZ/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este trabajo fue complicado para mí, porque me cuesta describirme, pero con esto entendí lo que me faltaba y que debía mejorar.

14. Actividad lúdica N1:



<https://docs.google.com/document/d/1vnmWiml6bkhjSaHmUNstbeF8gHhoxL6f/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este trabajo fue muy entretenido y me sorprendió, pensé que no serviría y me ayudó mucho

15. Actividad lúdica N1 Hito 3

https://docs.google.com/document/d/1Lle543q1txvISxTSi4rV0xaJpS_FAvGK/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true

Trabajo de mucha utilidad, muy valiosa información

16. Trabajo de Brand Management SANGRIA LEON

<https://docs.google.com/document/d/1-6pU9K9YpQsEzrdJMHIN81WUgGfHsNxm/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este trabajo cambio la forma de implementar marcas nuevas, me ayudo de manera increíble al plan que implemente para mi producto.

Nota: Me gustaría destacar y comentar. Ojalá fuera de evaluación.

Hace un par de semanas estuve muy estresado y emproblemado por los tiempos, la casa, hijos, trabajo, universidad. Me habían llevado a la decisión de congelar o parar los estudios de alguna manera.

Este comentario va por que, de alguna manera al empezar a reflexionar, salir de mi zona de confort y mirar desde otro punto, me hizo entender las cosas, porque estaba haciendo esto y como estaría después de terminarlo. Mis notas no son las más altas, pero creo que estoy mucho más preparado que hace 1 año, y que mi vida profesional va cada día en ascenso.

Quería comentarlo porque de alguna manera este ramo nos hace pensar no solo en números o en toma de decisiones, si no que, en la evaluación de nuestro aprendizaje completo y agradezco estas instancias de reflexión que para una carrera online es muy valiosa.



ÍNDICE DE EVIDENCIA

- VII. Trabajo semana 1, Estadística y probabilidad.

- VIII. Examen final Finanzas, Costo y presupuesto.

- IX. Trabajo grupal de semana 2, Finanzas.

- X. Actividad Lúdica N2 Portafolio Digital

- XI. Actividad Lúdica N1 Portafolio Digital

- XII. Evidencia Portafolio Digital Hito I

- XIII. Actividad lúdica N1 Hito 3

- XIV. Trabajo de Brand Management SANGRIA LEON



3.9 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Elaboración del presupuesto empresarial. Presupuesto maestro: (2015). Presupuestos del estado de resultados. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 5). Universidad UNIACC.

El sistema presupuestario (2015). Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 4). Universidad UNIACC.

Elaboración del presupuesto empresarial (2015). Presupuesto maestro: Presupuestos del estado de resultados. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 5). Universidad UNIACC.

Gallardo, F. (2020). Las estructuras de mercado. Apunte 1 de clase semana 6, Microeconomía. Universidad UNIACC.

Gallardo, F. (2020). Las Estructuras de Mercado. Apunte 2 de clase semana 6, Microeconomía. Universidad Uniacc.

Mochón. (2007). Cap.6 El mercado. En Economía y turismo (págs. 81-92). Madrid: McGraw-Hill.

UNIACC, U. (2015). El Sistema Presupuestario. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 4). Universidad UNIACC.

UNIACC, U. (2015). Elaboración del presupuesto empresarial. Presupuestos del balance. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 6).

Vicerrectoría Académica. (2019). El Portafolio Digital. Universidad UNIACC.

Vicerrectoría Académica Universidad UNIACC. (2019). El Ciclo de Aprendizaje: La Problematicación como estrategia para el logro de aprendizajes significativos. Apunte de clase., Portafolio Digital 1. Chile: Universidad Uniacc.

3.10 Actividad Disciplinar Hito III

BRAND MANAGEMENT

Introducción


En la siguiente actividad trabajaremos sobre la problemática que está sucediendo actualmente en mi lugar de trabajo, GNP, la que afecta directamente a la productividad de la venta a través del canal web. Con la herramienta el árbol de problemas, abriremos la problemática para hacerla más visible y lograr llegar a la solución. Esto enfocado al ramo BRAND MANAGEMENT.

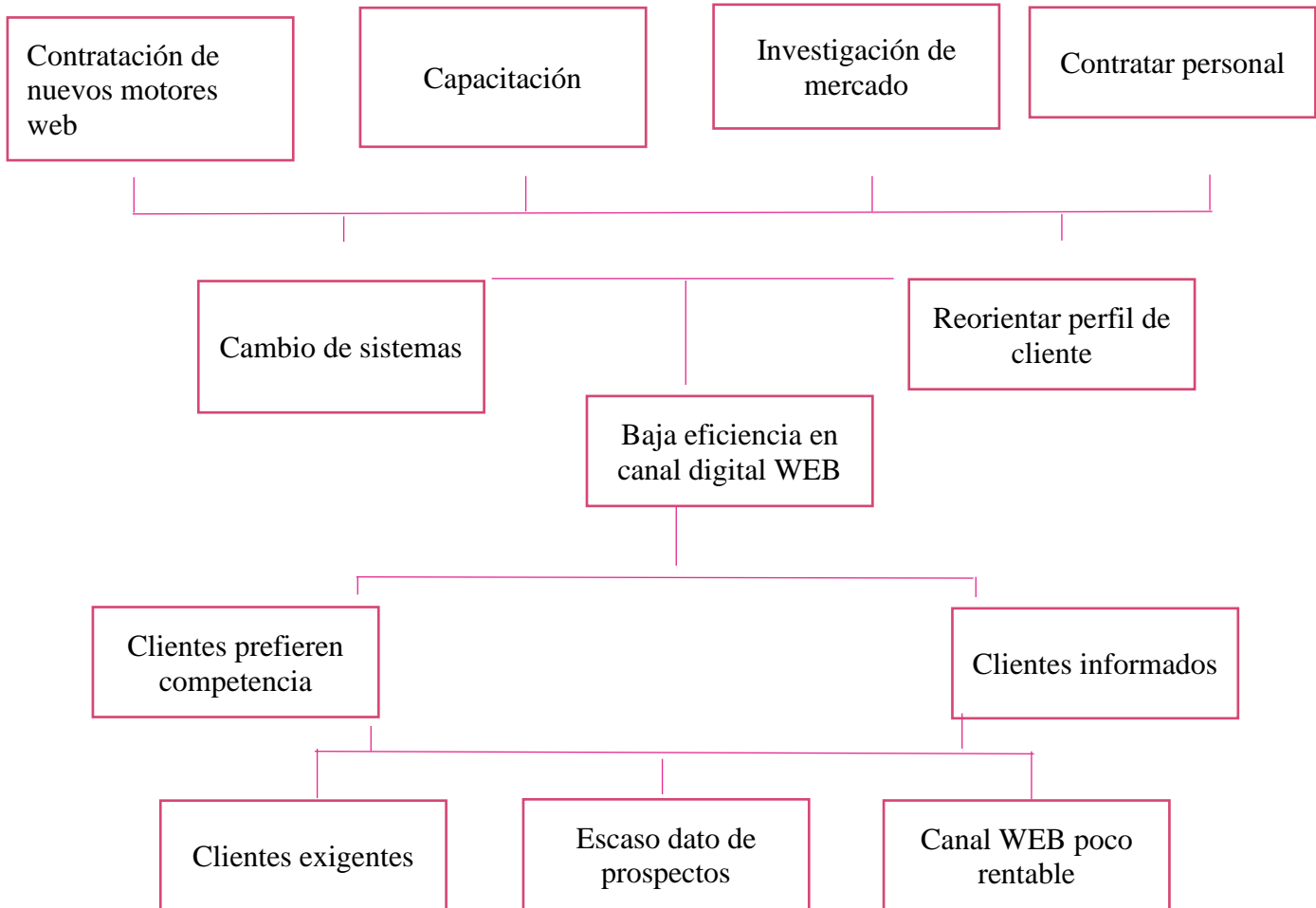
Problemática

En la actualidad las empresas digitalizan toda la información y sus ventas junto con sus transacciones se hacen a través del canal web, lo que para GNP, (la empresa donde trabajo), ha sido muy difícil de llevar a cabo por el modelo de negocio que aún no está claro y los recursos inyectados al proyecto no han sido suficientes.

Esto nos trae el problema de la baja productividad de la venta, con esto no llegar a presupuesto.

3.11 Árbol de problemas

	<p>Contratacion de nuevos motores WEB Capacitacion Investigacion de mercado</p>
	<p>Baja eficiencia en el canal digital de datos WEB.</p>
	<p>Cientes prefieren competencia Clinetes informados Clinetes mas exigentes Poca llegada a prospectos</p>



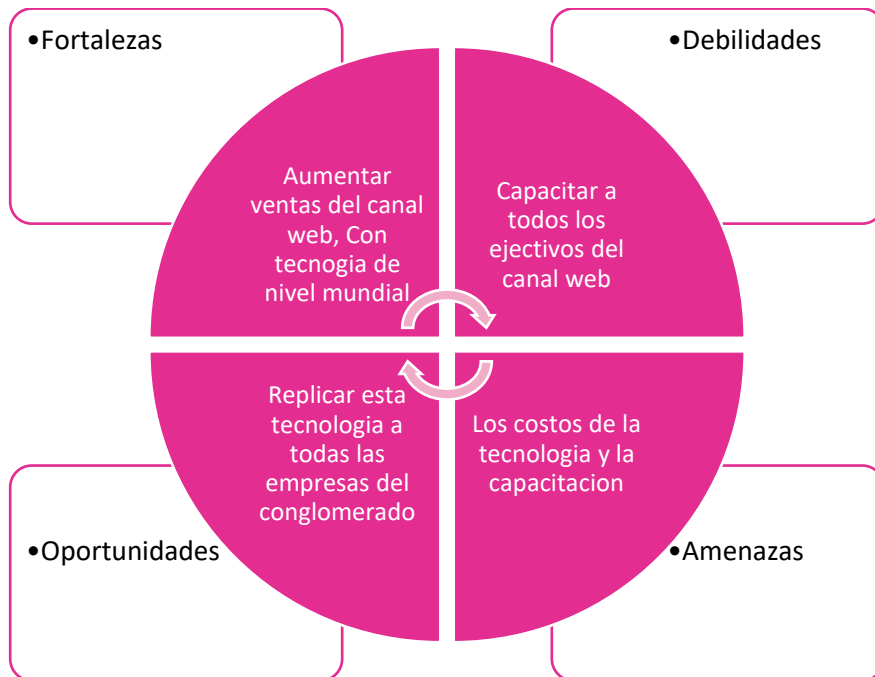
3.12 Análisis de Alternativas

Columna1	Opciones	Consecuencia	Factibilidad	Soluciona Problema Rai
Estrategia 1	Esperar que funcione el modelo	Costo de recurso innecesario	Poco probable	No
Estrategia 2	Cambio de motor WEB (proveedor)	Nueva tecnología y datos	Probable	si
Estrategia 3	Cerrar departaento web	Perdida de ventas, pérdida total de datos web	Poco probable	no
Estrategia 4	Externalizar datos web	Ganancia de datos web, pérdida del control de este	Poco probable	no

3.13 Análisis

Con estas distintas estrategias logré determinar la causa probable, claramente fue necesario utilizar el árbol de problemas para poder visibilizar el problema de una manera más clara y abierta. La estrategia más factible fue la numero 2, esta habla del cambio de motor web, el que habla de la compra de nueva tecnología la que dará vida al departamento web, el costo será el mismo que actualmente se hace en publicidad, sin ninguna ganancia.

3.14 Análisis FODA



3.15 Conclusión

Los recursos de la compañía forman un parámetro fundamental en el momento de analizar cualquier proyecto. Hay muchas variables que pueden disminuir este parámetro o generar recursos desde otros puntos.

Al analizar a través del árbol de problemas, el análisis de alternativas y el FODA, puede llegar a una alternativa viable y factible, lo que puede resultar en una alternativa que solucioné un gran problema. Como profesionales tenemos la responsabilidad de analizar y encontrar la alternativa más viable.

La problemática utilizada en este informe es real y la solución también puede llegar a serla.

3.16 Bibliografía

UNIACC (2016). La naturaleza cambiante de los recursos humanos: las personas y las organizaciones. Gestión del Talento I. Lea esto primero (Semana 1).

UNIACC (2016). Subsistemas de Recursos Humanos: Reclutamiento y Selección. Gestión del Talento I. Lea esto primero (Semana 2).

UNIACC (2016). Subsistemas de recursos humanos: Capacitación. Gestión del Talento I. Lea esto primero (Semana 3).

UNIACC (2016). Subsistemas de recursos humanos: evaluación del desempeño. Gestión del Talento I. Lea esto primero (Semana 4).

UNIACC (2016). Habilidades directivas. Gestión del Talento I. Lea esto primero (Semana 5).

HITO 4

4.1 Objetivos del portafolio digital

Esta etapa final de portafolio digital tiene como objetivo realizar retroalimentación en la entrega formativa, evaluar mi desempeño global y objetivar mis elementos a mejorar o incorporar.

Las fortalezas que he adquirido durante este proceso de formación han sido habilidades de comunicación, trabajo en equipo, compañerismo, en cierta forma por experiencia y edad me considero un líder ya que se motivar a mis compañeros, soy una persona con integridad y honesta, positiva y perseverante, el gran compromiso adquirido para lograr mis objetivos y metas profesionales. Las herramientas digitales entregadas por la universidad han sido en gran parte de calidad para poder lograr la excelencia profesional pero el trabajo de investigar, auto complementar los saberes es vital en este tipo de modalidad académica.

Espero de este portafolio final, adquirir las habilidades en forma global y completa. Cerrar el ciclo de la forma correcta con lo aprendido este año que ha sido de mucho trabajo y estudio.

4.2 Presentación del Estudiante:

Mi nombre es Israel Vásquez, estoy casado hace 19 años, tengo 4 hijos; Benjamín, un joven emprendedor de 23 años, Catalina, mi única niña, defensora y comprometida con todas las causas, de 18 años, Renato el niño más responsable del mundo, de 14 años y mi pequeño Santiago, que da vuelta mi mundo con sus locuras diarias, de 5 años. La vida me ha enseñado que ellos son lo más importante y son mi motivo para mejorar en todo aspecto. Hace un par de años que tengo menos tiempo del que quisiera, ya que debo repartirlo entre mi trabajo, los estudios, un nuevo emprendimiento y mi familia, pero, aunque me falta el tiempo, todo lo que hago me apasiona y llena mi vida. Antes de la pandemia



disfrutaba en algún tiempo libre, jugar fútbol, otra de mis grandes pasiones, junto con la música, que he tenido que dejar de lado, por ahora, para priorizar mis nuevos proyectos.

Hace más de 17 años que mis trabajos están ligados a la venta, he emprendido, he fallado, he aprendido y he ganado. Todas las experiencias me han formado, valoro lo importante, el esfuerzo y siempre tratar de ser mejor y dar lo mejor. Por lo mismo, hace un par de años decidí volver a estudiar, idea que me asustaba mucho, ya que dejé los estudios hace muchos años, pensé que no sería capaz, pero lo he logrado gracias al apoyo incondicional de mi familia. Comencé con un título técnico, tuve muy buenos resultados y quise ir por más y aunque estudiar Ingeniería Comercial era un sueño lejano, aquí estoy, y me he dado cuenta de que, a pesar del agotamiento, puedo aprender, entender y aplicar esos conocimientos en mi trabajo actual, además puedo demostrarles a mis hijos que, con esfuerzo, no hay nada imposible.

Con la obtención de este título espero perfeccionar mi gestión comercial, mejorando mis habilidades financieras y económicas, creciendo profesionalmente para cumplir mis metas laborales de la mejor manera.

4.3 Narrativas Reflexivas

Como relaté anteriormente, mi única cercanía con temas de ingeniería comercial, fueron mis trabajos en el ámbito de la venta desde hace muchos años, aunque ahora entiendo que no conocía sobre gestión comercial. Siempre me ha interesado aprender, no solo el proceso de las ventas, atención cliente, post venta, sino que además conocer sobre gestión de equipos y negocios, estrategias, administración, finanzas, la organización de la empresa, etc.

Ingeniería comercial es una carrera de mucho estudio matemático e investigación, desde el punto comercial muy estratégico. Desde el punto de la economía y presupuestos muy útil para la toma de decisiones, tanto para nuevos proyectos como para sustituir o detener procesos. El dinamismo de esta carrera nos da y forma nuestro criterio para la vida profesional.

4.4 Narrativa Estadística y probabilidad

Venta Puerta a Puerta:

Conocimientos previos:

Me desempeño hace siete años como supervisor de ventas de Parques Cementerio. En mi trabajo hay varios orígenes de ventas, uno de los más importantes es la venta en terreno (puerta a puerta), por muchos años pensé que las ventas en esta modalidad correspondían a una casualidad o la suerte que tuviera mi equipo ese día.

Problematización:

La verdad es que mi base de matemáticas en general no fue buena, por lo que me costó bastante poder nivelarme con mis compañeros, al igual que en el trabajo para los informes requeridos mis conocimientos no eran suficientes y no entendía como expresar en los informes el día a día. Sin saber cómo reflejar en números el trabajo del día a día, se hace complicado el demostrar que se está haciendo el trabajo.

Practica Reflexiva:

Con el ramo de Estadísticas y Probabilidad pude comprender que esta “suerte” podía ser reflejada con números tangibles y no dejar nada al azar. Los conocimientos adquiridos cambiaron mi visión del trabajo diario y me permitieron tener un enfoque distinto en la metodología de trabajo, calcular cada uno de los trabajos diarios con fórmulas y esto llevarlo a informes.

.

Resignificación:

Con este conocimiento, aplicado a la experiencia, logré elaborar un informe sobre presupuesto de ventas basado en los orígenes, incluyendo venta en terreno, lo que antes era imposible por no poder llevarlo a cifras concretas. Ahora puedo expresar en porcentajes la cantidad de clientes o prospectos de mis ejecutivos, de esta forma proyectarlos en el tiempo

Creación y Transformación:

Como resultado del estudio de la asignatura logre crear una plantilla para la medición de este origen casi al azar (Puerta a puerta), logrando establecerlo como una herramienta más de la compañía, ayudando a la gestión diaria de los supervisores de venta y reflejando de una manera más tangible el trabajo del vendedor en terreno que muchas veces solo es valorado al tener la venta en concreto y no el dato para su prospección.

4.5 Narrativa Costo y presupuesto

Creación de Pyme:

Conocimientos Previos:

Para mí un presupuesto de venta era lo que se había vendido, mis conocimientos eran en gran parte las experiencias vividas con los fracasos de poder emprender, hablo de fracaso porque no llegaron a buen puerto, por malas decisiones y desordenes financieras.

Problematización:

En la mayoría de los casos, las razones por las que fracasa una Pyme es la falta de conocimiento sobre las áreas financiera y contable.

Los dueños de negocio cometen el error de pensar que pueden manejar las empresas sin ningún tipo de ayuda o asesoría en temas administrativos, desconociendo que existen muchos elementos que intervienen en este proceso para lograr una distribución asertiva de los recursos.

Reflexiva:

“La importancia de la contabilidad dentro de las pymes”, actualmente la relevancia e importancia de las pequeñas y medianas empresas en las economías del mundo es innegable ya que juegan un rol demasiado importante, generan empleo, crecimiento económico, beneficios económicos sociales entre muchas otras cosas más; pero a diferencia de las grandes empresas tiene muchos problemas de desarrollo, crecimiento y supervivencia.

Al aplicar paso a paso los presupuestos con sus debidos procesos, llegue a entender a través de los errores y comparándolos con la materia un satisfactorio semestre, cerrando una muy buena asignatura.

Resignificación:

Ahora, con la ayuda de los estudios y el material entregado por la universidad logre crear un presupuesto de ventas, con este puedo proyectarme como empresa en un período definido. En el proceso de formación de mi pyme, y gracias al ramo de costo y presupuesto, pude darme cuenta de que el presupuesto de ventas es lo que se venderá con las distintas acciones, según el plan comercial que ideé. El orden y llevar los procesos paso a paso me ayudaron a estar mas preparado para un futuro económico más sólido. Por lo general pensamos que el fracaso de un emprendimiento pasa por las malas acciones o por la mala suerte, sin entender que es la falta de preparación la que puede llevar al fracaso.

Creación y Transformación:

Como resultado del estudio de la asignatura puedo manifestar que parte de la creación y transformación está relacionada directamente con la actualidad, me ayuda analizar tomar decisiones importantes respecto de mi emprendimiento de venta de sangrías. (licor, vino, miel de esencias), puedo determinar los factores productivos de esta industria, los costos asociados a su producción, y las operaciones productivas.

4.6 Narrativa Finanzas

crédito Hipotecario:

Conocimientos Previos:

Para ser honesto, mis conocimientos eran muy reducidos en este tema, aun cuando tomé un crédito hipotecario hace varios años. Pensaba que las cuotas solo dependían de las tasas de interés, independientes del plazo del crédito y los seguros asociados a este. Por esto no me preocupaba de cuanto terminaría pagando

Problematización:

Desde la enseñanza básica no tenemos la base en finanzas. Es un gran problema para muchos chilenos que en realidad no tienen ningún tipo de estudio o conocimiento financiero. La educación financiera en Chile es nula, y este es un problema que lleva al endeudamiento excesivo y al estrés por deudas impagas. En lo personal con la compra de mi casa no me fije o no sabía de qué forma afectaría la tasa a el pago del dividendo y de la cuota final, comprando a una tasa del 6%.

.

Reflexiva:

Me vi enfrentado a la compra de un inmueble, (segunda vivienda), pero esta vez y gracias al ramo de finanzas, comprendí que no solo la tasa afecta la cuota final, sino que también el plazo, el tipo de interés, valor de los seguros, meses de gracia. Aprendí que debo tomar en cuenta todos los factores al momento de tomar una decisión financiera responsable.

**Resignificación:**

En cuanto a la anterior, adquirí los conocimientos para evaluar que tasa y plazo es el que más conviene según el tipo de vivienda, el ramo me enseñó a ser más prudente en la toma de decisiones y estas tomarlas a conciencia y sabiendo lo que terminare pagando a corto y largo plazo.

Creación y Transformación:

Como resultado de la compra de esta vivienda con un plazo y tasa adecuada, estoy comprado un departamento como inversión, tendré una vivienda donde vivió, la senda arrendada y el departamento para inversión. Me ha ayudado a ver un negocio que para mí era completamente desconocido.

4.7 Narrativa Branding

Conocimientos Previos:

En mi etapa de administrador de empresa, en el instituto obtuve conocimientos previos respecto de las 4p's del Marketing, como Precio, Plaza, Producto y Promoción. No obstante, el marketing es un proceso social mediante el cual individuos y/o grupos satisfacen sus necesidades, intercambiando productos de valor para otros. Por lo que, como conocimientos previos en Marketing, también puedo identificar como una serie de estrategias, técnicas y prácticas que tienen como principal objetivo vender algo a través de un proceso como la producción, logística, comercialización y post venta del producto/servicio.

Problematización:

El problema surgió al crear la marca y el logo de la Pyme que tengo, el que tenía no era para nada significativo y no describía a la empresa ni le daba valor. La verdad es que el logo que tenía "SED DE SANGRIA" no reflejaba para nada el producto que era.

**Reflexiva:**

En el transcurso de la primera semana de Branding, ya sabía que había cometido errores en la creación del logo. Con los conocimientos adquiridos pude establecer conceptos como la arquitectura de marca, modelo mixto, modelo monolítico. Con estos conocimientos se logró con mayor efectividad la creación de un logo para la empresa.

Si se piensa en cada marca como si fuera un jugador de fútbol, los planes de identidad y comunicación son herramientas o ejercicios que hacen que cada jugador juegue y se desempeñe mejor individualmente, aumentando la calidad del juego colectivo. La arquitectura de la marca asume el trabajo del entrenador de colocar a los jugadores en la mejor posición y hacerlos funcionar como equipo más que como una simple colección de jugadores.

David A. Aaker en su libro Liderazgo de marca (2006)

Resignificación:

Con lo anterior poder identificar el alcance de mi marca, con esto utilizar una única marca o logo para toda la gama de productos. Obteniendo una gran visibilidad y notoriedad.

Creación y Transformación:

Con este nuevo logo somos mucho más visibles ante los clientes, en RRSS y en los locales donde ahora estamos presentes, También y producto de esta nueva cara estamos en negociaciones para entrar a supermercados de Cencosud. De esta manera expandir nuestro producto en Santiago inicialmente y después en regiones.

4.8 Narrativa Brand Management

Conocimientos Previos:

En el transcurso de los años he aprendido la importancia de un producto con valor en el mercado, El crear estrategias de marketing. La importancia de las finanzas en una empresa al igual que la contabilidad. Esto fue adquirido durante los 2 años cursados en UNIACC.

Problematización:

El problema fue con el mismo producto, pero con otra marca. El producto SANGRIA, se le cambio el nombre a sangría LEON, por separación de socios y escasas de ventas. Al crear esta nueva marca ubo que crear también un plan de marketing y un plan de medios, por las bajas ventas y por la poca visibilidad del producto.

Reflexiva:

Al empezar el ramo **Brand Management** supe que aprendería lo necesario para poder potenciar esta nueva marca, de manera profesional y con los procesos adecuados. Tales como Plan de medios, Medio troncal, Medio de apoyo, objetivo de medios y el plan de negocio.

Sin duda que tendría las armas suficientes para construir una marca sólida y consistente en el tiempo. Con los canales de comunicación adecuados para difundir a dar a conocer este producto.

Son los medios o soportes por los cuales una empresa (marca) u organización se comunica con sus clientes, es importante que se reconozca que no todos los soportes son útiles para las marcas, depende el target al cual se dirige la acción comercial y el objetivo propuesto. Recuerda, una mala elección de soporte puede desperfilar a la marca Caro, L (2022)

Resignificación:

Con lo anterior pude dar a conocer mi marca, haciéndola mucho más visible. Creando un plan de comunicaciones sólido y robusto, obteniendo una visibilidad



inmensa y por ende muchas más ventas que el producto anterior, ¡Dándole una personalidad a SANGRIA LEON!

Creación y Transformación:

Con este nuevo plan, ya somos el doble de visibles que la marca anterior en la mitad de tiempo, logrando tener más de 5.000 visualizaciones de nuestras publicaciones y logrando posesionar nuestra marca en restaurantes y supermercados regionales. Las ventas ya están por sobre lo esperado generando utilidades significativas para reinvertir y mantener el plan en marcha.

4.9 Narrativa Taller de habilidades directivas

Conocimientos Previos:

Con el tiempo trabajando en la supervisión de ejecutivos, ya sea en crédito como fue en la empresa CMR Falabella, donde supervisaba a 90 ejecutivos o en ventas tangibles como fue en Reebok y en la actualidad 9 años en parques cementerios. He logrado aprender a solucionar conflictos sin provocar quiebres en mis equipos de trabajo, pero ninguna de estas técnicas para solucionarlos tenía nombre hasta ahora.

Problematización:

En los últimos tiempos y por cambios en las jefaturas, he tenido muchos problemas con mi equipo de trabajo que, si bien se solucionan parcialmente, no logro llegar al punto en donde quede completamente solucionado.

Reflexiva:

Cuando comencé a leer la semana 4 de taller de habilidades me sentí completamente identificado con muchos de los ejemplos y pude ponerle nombre a cada una de las técnicas para la solución de problemas que estaba teniendo.

Entendí que por fin tendría las herramientas para poder solucionar los problemas o conflictos, con un base consistente.

Resignificación:

Con lo anterior pude solucionar problemas que solo tenían un resultado parcial, con las herramientas entregadas como las fases de la resolución de conflictos, pude tener y entender con mucho mas orden y estructura los problemas y dar una solución definitiva.

Creación y Transformación

Con esta nueva herramienta cree un protocolo para los conflictos y la solución de estos. El equipo de trabajo está mucho más tranquilo y motivado y por ende, mucho más productivo.

4.10 Narrativa Taller de gestión comercial

Conocimientos Previos:

Con el tiempo ya trabajado en la supervisión de equipo de ventas, he logrado establecer y aprender distintos tipos de medición de productividad, eficiencia y aporte. Estas claramente varían de acuerdo con cada tipo de venta, ya sea en venta de intangibles, tangibles, presencial, online y call center. En estos tiempos donde las ventas están tan inestables y cambiantes, también deben actualizarse este tipo de mediciones.

Problematización:

En estos últimos años trabajando como supervisor de venta en parque cementerio, he notado que la venta se ha comportado de manera muy cambiante, con esto las mediciones para los ejecutivos también. Los dos años anteriores al 2022 fueron muy prósperos en ventas, ya sea por la sensibilización de la pandemia o por la urgencia. En la actualidad las ventas bajaron notablemente, y las mediciones



anteriores bajaron notablemente y ya no es un factor de medición real. Se necesita un índice de medición que identifique esta situación actual.

Reflexiva:

Con el material entregado en la semana seis de Taller de gestión comercial pude entender que no era cambiar las mediciones que estaban, ni tampoco modificarlas, si no que sumar nuevos indicadores que midan otros factores que ayuden al ejecutivo a no desmotivarse y borrar esa sensación de que el trabajo está siendo en vano.

Resignificación:

Con lo anterior se solucionó un problema que al no tenerlo claro podía desmotivar notablemente la gestión de los ejecutivos, y posteriormente su continuidad en la compañía.

Creación y Transformación

Se crea un nuevo indicador llamado Prospector, este lleva el conteo de los posibles clientes de cada ejecutivo, su seguimiento y posteriores ventas. Con esto se soluciona el factor de mucho trabajo y no venta, teniendo en consideración el trabajo de los ejecutivos como un factor de medición, más allá de que se venda a ese cliente o no.

4.11 EVIDENCIAS Y DECLARACIONES CONTEXTUALIZADORAS

17. VENTA PUERTA A PUERTA:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/110xlnWKv1AYaYoQUi4BktZgFMEehYt4l/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este es un trabajo de estadística, donde logré comprender la probabilidad y llevarla a un número tangible, logrando obtener una gestión real del equipo de trabajo.

18. CREACIÓN DE PYME, PRESUPUESTO DE VENTAS:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1AMp64Zd0Ut65nNA93Czw6pAOS3b1efTR/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este es el examen final de finanzas, con este trabajo logré desarrollar un presupuesto de ventas, con egreso, gastos e impuestos, lo que me fue muy útil para desarrollar un presupuesto de venta real y proyectado del nuevo emprendimiento.

19. CRÉDITO HIPOTECARIO:

https://docs.google.com/document/d/1hns5Z_kSQozvn2wfy4l87IU49fWmkc70/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true

Este es el trabajo de la semana dos de finanzas donde aprendí la importancia del tipo de interés y qué factores influyen al momento de obtener un crédito

20. Actividad lúdica N2:

<https://docs.google.com/document/d/1g4Hf5za9QM3M0wllrtBaKBaveFq-SASZ/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este trabajo fue complicado para mí, porque me cuesta describirme, pero con esto entendí lo que me faltaba y que debía mejorar.

21. Actividad lúdica N1:

<https://docs.google.com/document/d/1vnmWiml6bkhjSaHmUNstbeF8gHhoxL6f/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este trabajo fue muy entretenido y me sorprendió, pensé que no serviría y me ayudó mucho

22. Actividad lúdica N1 Hito 3

https://docs.google.com/document/d/1Lle543q1txvISxTSi4rV0xaJpS_FAvGK/edit?usp=sha

Trabajo de mucha utilidad, muy valiosa informacion

23. Trabajo de Brand Management SANGRIA LEON

<https://docs.google.com/document/d/1-6pU9K9YpQsEzrdJMHIN81WUgGfHsNxm/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este trabajo cambio la forma de implementar marcas nuevas, me ayudo de manera increíble al plan que implemente para mi producto.

8. Trabajo de Taller de habilidades directivas

<https://docs.google.com/document/d/1-6pU9K9YpQsEzrdJMHIN81WUgGfHsNxm/edit?usp=sharing&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true>

Este trabajo me ayudo a crear un protocolo para la resolución de problemas

9. Trabajo grupal Taller de gestión Comercial

https://docs.google.com/document/d/1xsu6hZVjfPcHO0PgsulwhLC6KZw0p0dk/edit?usp=share_link&oid=111397785098914648751&rtpof=true&sd=true

Con este trabajo logre identificar que indicador era el adecuado para mi equipo de trabajo.

Nota: *Me gustaría destacar y comentar. Ojalá fuera de evaluación.*

Hace un par de semanas estuve muy estresado y emproblemado por los tiempos, la casa, hijos, trabajo, universidad. Me habían llevado a la decisión de congelar o parar los estudios de alguna manera.

Este comentario va por que, de alguna manera al empezar a reflexionar, salir de mi zona de confort y mirar desde otro punto, me hizo entender las cosas, porque estaba haciendo esto y como estaría después de terminarlo. Mis notas no son las más altas, pero creo que estoy mucho más preparado que hace 1 año, y que mi vida profesional va cada día en ascenso.

Quería comentarlo porque de alguna manera este ramo nos hace pensar no solo en números o en toma de decisiones, si no que, en la evaluación de nuestro aprendizaje completo y agradezco estas instancias de reflexión que para una carrera online es muy valiosa.

ÍNDICE DE EVIDENCIA

XV. Trabajo semana 1, Estadística y probabilidad.

XVI. Examen final Finanzas, Costo y presupuesto.

XVII. Trabajo grupal de semana 2, Finanzas.

XVIII. Actividad Lúdica N2 Portafolio Digital

XIX. Actividad Lúdica N1 Portafolio Digital

XX. Evidencia Portafolio Digital Hito I

XXI. Actividad lúdica N1 Hito 3

XXII. Trabajo de Brand Management SANGRIA LEON

XXIII. Trabajo de Taller de Habilidades Directivas

XXIV. Trabajo Taller de gestión comercial



4.12 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Elaboración del presupuesto empresarial. Presupuesto maestro: (2015). Presupuestos del estado de resultados. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 5). Universidad UNIACC.

El sistema presupuestario (2015). Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 4). Universidad UNIACC.

Elaboración del presupuesto empresarial (2015). Presupuesto maestro: Presupuestos del estado de resultados. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 5). Universidad UNIACC.

Gallardo, F. (2020). Las estructuras de mercado. Apunte 1 de clase semana 6, Microeconomía. Universidad UNIACC.

Gallardo, F. (2020). Las Estructuras de Mercado. Apunte 2 de clase semana 6, Microeconomía. Universidad Uniacc.

Mochón. (2007). Cap.6 El mercado. En Economía y turismo (págs. 81-92). Madrid: McGraw-Hill.

UNIACC, U. (2015). El Sistema Presupuestario. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 4). Universidad UNIACC.

UNIACC, U. (2015). Elaboración del presupuesto empresarial. Presupuestos del balance. Costos y presupuestos. Lea esto primero (Semana 6).

Vicerrectoría Académica. (2019). El Portafolio Digital. Universidad UNIACC.

Vicerrectoría Académica Universidad UNIACC. (2019). El Ciclo de Aprendizaje: La Problematicación como estrategia para el logro de aprendizajes significativos. Apunte de clase., Portafolio Digital 1. Chile: Universidad Uniacc.

4.13 ACTIVIDAD DISCIPLINAR PORTAFOLIO IV
**GRUPO NUESTROS PARQUE
CEMENTERIOS**

Introducción

El presente informe, está relacionado a la asignatura Portafolio Digital Hito 4, en donde debemos proponer e implementar metodologías que aborden una solución para un problema planteado como objetivo general, basándonos en alguna de las asignaturas cursadas en el último ciclo: Taller de Habilidades Directivas, Taller de Gestión Comercial, Evaluación de Proyectos o Conducta del Consumidor.

Las metodologías para solución de problemas son planteamientos en base al aprendizaje de la asignatura Portafolio Digital, relacionando sus Hitos uno, dos y tres, de acuerdo con el desarrollo de las actividades disciplinares que contienen.

Para el hito 4, se trabajará basado en el ramo conductas del consumidor.

El objetivo General: Dado las bajas en las ventas, se debe estudiar este fenómeno que afecta a la empresa desde diciembre del 2021. Investigar el por qué se produce esta baja de ventas, fuera de los factores del entorno que afectan actualmente a esta compra, se pide buscar mejoras que suplan de una u otra manera esta baja de ventas por estos factores externos que pudiesen mermar la producción.

Muchos factores pueden afectar la actividad de compra y entre ellos se encuentran los antecedentes del consumidor (por ejemplo, su estado de ánimo, las presiones de tiempo o la disposición hacía la compra). El tiempo es un recurso importante que con frecuencia determina la cantidad de esfuerzo y de búsqueda que se invertirá en una decisión. El

estado de ánimo puede alterarse por el grado de placer y excitación presente en el ambiente de una tienda (Solomon, 2000).

Antecedentes: Basados en la reunión de cierre de mes en agosto del 2022, donde y debido a las bajas ventas que afectaron ese mes y en mes anterior, se recomienda estudiar este fenómeno. La curva de ventas está en baja y se deben generar cambios para subir estos números.

Objetivos específicos:

- 1- Generar estudios que nos den cifras de tendencias
- 2- Crear grupos de trabajos para estudios y análisis
- 3- Identificar puntos bajos en los orígenes
- 4- Implementar posibles mejoras
- 5- Dar seguimiento y estudiar nuevos procesos implementados

La recolección de información depende del tipo de estudio seleccionado. En todos los casos estamos hablando de investigación primaria, es decir, de información obtenida mediante procedimientos diseñados para la investigación en curso, porque los datos no existen y es necesario indagarlos (Coolican, 2000).

Se retoman los prospectos de los últimos meses, que no compraron, pero si se interesaron en la compra de sepultura, con un cuestionario simple, con preguntas cerradas o con alternativas, que permitan rápidamente la organización de los datos. Se tomará una cantidad determinada de prospectos, con ello se desea saber en qué parte del proceso de compra los clientes desisten, también se desea observar que tan expedito es para ellos este proceso. Se crearon cuatro preguntas (esta encuesta debe ser corta, dado que estas personas no son clientes), ¿Tiene sepultura?, ¿Qué factores cree usted

que influyen en esta compra?, ¿cómo fue su última experiencia con nosotros? Y ¿volvería a cotizar con nosotros?

Se tomo también la información adquirida en la última actividad Dicipinar Hito III donde se habla de la problemática que tenemos al no estar completamente digitalizados.

Al concluir este estudio del consumidor, se tomará esta información, se analizará y se crearan los informes pertinentes de acuerdo con el proceso.

Se espera encontrar y reflejar lo engorroso que puede llegar a ser para un cliente la compra tradicional con llenado de contratos Manual (en papel).

El factor tiempo es preponderante. El llenado de contratos en este punto es nuestro problema. Se analiza la información y se buscan mejoras facilitando la toma de decisiones.

Ya sabiendo el problema, se desarrollará un sistema de compra donde el proceso sea expedito y no se entorpezca con llenado de contratos que en algunas ocasiones se deben completar más de 2 veces por error en números o letras. Bajar el tiempo de este proceso al menos a la mitad.

Muchos factores pueden afectar la actividad de compra, y entre ellos se encuentran los antecedentes del consumidor (por ejemplo, su estado de ánimo, las presiones de tiempo o la disposición hacia la compra). El tiempo es un recurso importante que con frecuencia determina la cantidad de esfuerzo y de búsqueda que se invertirá en una decisión. El estado de ánimo puede alterarse por el grado de placer y excitación presente en el ambiente de una tienda **(Solomon, 2000). UNIACC (2016).**

4.14 Desarrollo

Paso 1. Diseña la intervención, esto significa programar las acciones, roles, recursos, decisiones, plazos, instrumentos, métodos, para llevar a cabo el proceso de mejora.

A continuación, se muestra el diseño de la intervención, que incluye plazos, metodología, instrumentos y responsables, que permitirá cumplir con el objetivo general de la intervención y lograr establecer un proceso más expedito para la compra de sepulturas.

	¿Qué es necesario hacer?	¿Cómo se puede llevar a cabo?
	Objetivos	Técnicas – Heurística
Acciones, Plazos y Recursos	Reunión de la plana mayor de la empresa, para modificar proceso de venta.	Reunión entre Gerencia General y Gerencia Comercial
	Formación de equipo de investigación al consumidor.	Comercial debe guiar la formación de este equipo, con un líder.
	Reunión de comercial con los encargados de la base de datos.	Ideas para recuperar datos de posibles clientes
	Desarrollo de estudio al consumidor 4 preguntas y alternativas	Se deberá definir la encuesta a trabajar, sus preguntas y posibles respuestas
	Proceso de análisis de datos obtenidos del estudio. (cuestionario).	Creación de informes con los datos obtenidos en el cuestionario
	Desarrollo de un nuevo proceso de venta digital.	Si se considera que el proceso de llenado de contratos afecta directamente en la compra y que

		uno de los factores preponderante es el tiempo.
Dividir el trabajo en roles y delegar responsabilidades	Reunión entre Gerencia General y Gerencia Comercial	Gerencia Comercial, es la encargada de detectar oportunidades de mejora en las ventas y se encargará de coordinar reuniones con Gerencia General.
	Definición de equipo de trabajo para nuevo proyecto.	Comercial en conjunto con RRHH, deben reclutar al personal idealmente interno para este nuevo proyecto.
	Discusión de alternativas y selección de las dos mejores alternativas.	El equipo de Trabajo formado para el área Comercial evaluará las alternativas de recopilación de datos en conjunto.
	Se definirá la forma de relacionarse con clientes en el proceso de información, así como los datos que recopilarán para conseguir los objetivos de la intervención.	Un equipo se encargará de la relación directa con el cliente. Antes, durante y después.
	Si se toma la decisión de modificar los procesos de compra, se trabajará en estos nuevos procesos y en que formato y forma.	Gerencia General en conjunto con Gerencia Comercial, tomarán la decisión o no de desarrollar un nuevo proceso.

4.15 Implementación

Paso 2. Desarrolla la intervención, esto significa la implementación. En este punto se debe considerar aspectos fundamentales, como la gestión, factibilidad instrumental de la estrategia, disponibilidad de recursos para su realización.

El desarrollo de la intervención permite finalizar los objetivos específicos, que tiene relación con las actividades que se desarrollarán para conseguir la información que permita tomar la decisión.

	¿Qué es necesario hacer?	¿Cómo se puede llevar a cabo?
	Objetivos	Herramientas - Heurística
Poner en marcha el programa	Crear un equipo especializado en la investigación del consumidor, esto será por encuestas telefónicas	Formulación de Carta Gantt con el programa de todo el desarrollo de las actividades de recopilación de datos y toma de decisión.
	Se realizarán las encuestas y las escuchas pertinentes para el control del proceso.	Aplicación de encuestas y recopilación de datos por escucha.
	Se generarán los informes correspondientes para su posterior presentación a Gerencia General.	Generación de informe de las actividades, que recopila los datos y da sugerencias sobre la toma de decisión.
	Toma de decisiones, revisión de factibilidad y apruebo.	En una reunión técnica, se tomará la decisión de cambiar o no este proceso, considerando su factibilidad.
	Tomada la decisión de cambio, se abordará el plan, con las áreas	reuniones y trabajo del área comercial, específicamente, de diseño de este nuevo proceso y se

	encargadas y se comenzará el trabajo en los nuevos procesos.	estudiara la factibilidad con departamento de TI.
	Se tomará la decisión de este nuevo proceso y se reunirá con los departamentos de Internet (TI) y Comercial.	El área Comercial, se encargará de tomar la decisión y formar el diseño de este proceso.
	Generación de informe de las actividades, que recopila los datos y da sugerencias sobre la toma de decisión.	Entrega de informes para alinear ideas y definir procesos
	El área Comercial en conjunto con el área de desarrollo web se reúnen a afinar los últimos detalles	Con esta reunión se definen las factibilidades del proyecto (técnicas y comerciales).

4.16 Seguimiento y evaluación de los resultados y logros

Paso 3. Realiza el seguimiento y evaluación de los resultados y logros, esto significa extraer lecciones aprendidas, revelar hallazgos, formular recomendaciones. Las evaluaciones de resultados refuerzan el seguimiento de resultados. Para ello realiza un enfoque cuantitativo y cualitativo.

- a) Se presenta como primera métrica, la Carta Gantt para el desarrollo de las actividades de intervención para consecución de los objetivos.

Se recomienda hacer seguimiento semanal de las actividades.

Fecha de Inicio 01-10-2022

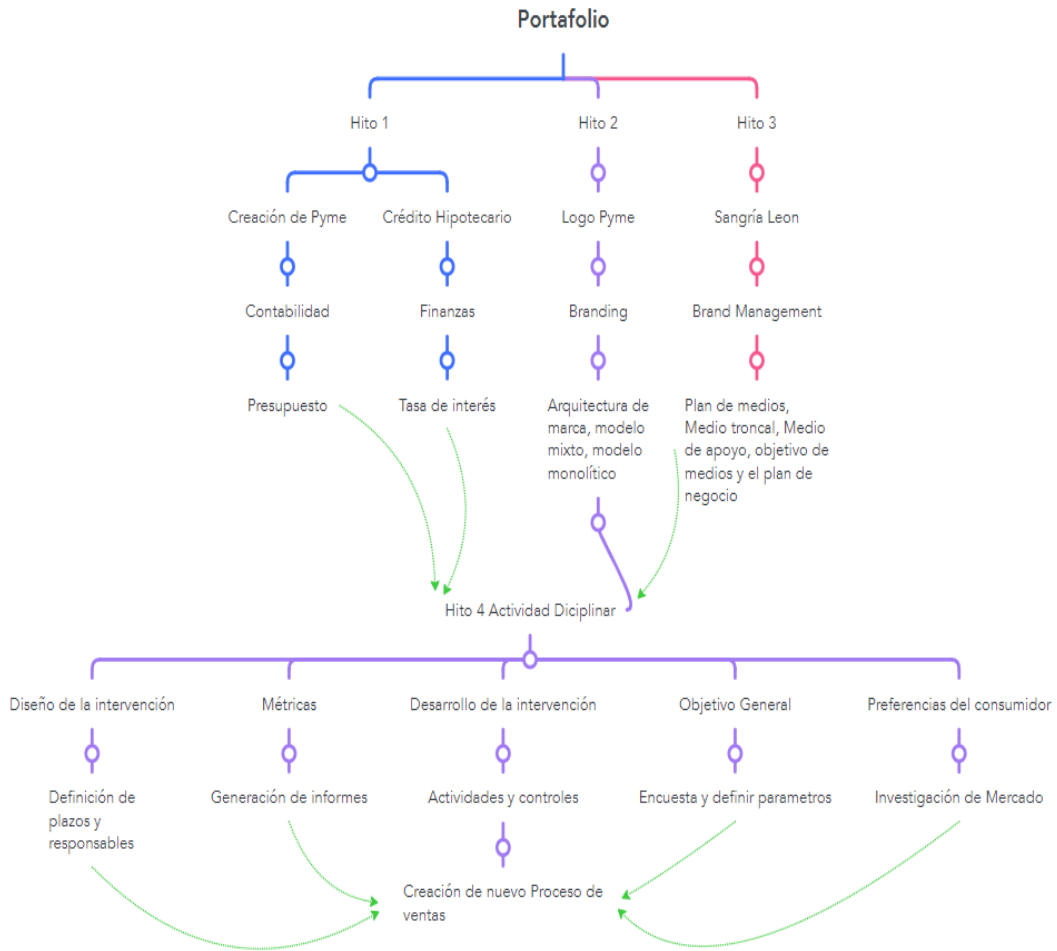
			Día Corriente 01-10-2022																									
#	TAREA	INICIO	FIN	01-10-2022	02-10-2022	03-10-2022	04-10-2022	05-10-2022	06-10-2022	07-10-2022	08-10-2022	09-10-2022	10-10-2022	11-10-2022	12-10-2022	13-10-2022	14-10-2022	15-10-2022	16-10-2022	17-10-2022	18-10-2022	19-10-2022	20-10-2022	21-10-2022	22-10-2022	23-10-2022	24-10-2022	
1	REUNION G COMERCIAL Y GENERAL	01-10-2022	01-10-2022																									
2	FORMACION DE EQUIPOS	02-10-2022	02-10-2022																									
3	DISEÑO DATOS	03-10-2022	10-10-2022																									
4	ENCUESTA	05-10-2022	12-10-2022																									
5	INFORMES Y RECOPIACION DATOS	13-10-2022	16-10-2022																									
6	DESARROLLO DE NUEVO PROCESO	16-10-2022	23-10-2022																									
7	REUNION GC Y GG	23-10-2022	23-10-2022																									
8	DEFINICION DE ROLES Y PUESTA EN MARCHA	23-10-2022	24-10-2022																									

b) Se supervisarán los plazos de acuerdo con lo estipulado en la carta y se hará seguimiento a los procesos a través del líder designado por la Gerencia General.

B,1) Cabe destacar que la implementación del proyecto tiene un tiempo estimado de 2 meses y se creará nueva carta Gantt para el seguimiento y control de los procesos.

4.17 Mapa conceptual

d) Paso 4. Desarrolla un mapa conceptual que integre los aspectos más relevantes de tu caso vistos en los 4 hitos.



4.18 Conclusión

A través del desarrollo de este trabajo, se logra evidenciar el aprendizaje en la asignatura Conducta del Consumidor. Mostrando, de una forma breve, que para la problemática Grupo Nuestros Parques, relacionada a la venta en papel, dando énfasis en la lentitud de este proceso y lo engorroso que puede llegar a ser para los clientes. Se opta por un proceso mucho más rápido y limpio, como es la venta digital, con este nuevo mecanismo se desea rescatar a prospectos que por este motivo desistieran de comprar con nosotros.

En este informe puedo decir que utilicé herramientas como la encuesta, la observación, manejo de datos y formulación de informes. Dentro de este ramo Portafolio digital, puedo comentar que me ayudó a ordenar las ideas y llevar a la práctica los ramos, de forma teórica y práctica.

Las evidencias y el aprendizaje fueron fundamental para concretar el ciclo de estudio. Los conocimientos quedan en manifiesto en cada uno de los Hitos del portafolio.

Para concluir puedo definir que los factores externos afectan a la venta de sepultura y debemos enfocarnos en entenderlos para satisfacer las necesidades del consumidor, incluso por sobre el precio. En la búsqueda de un producto adecuado nos olvidamos del proceso y de dar valor a cada paso, la preferencia del consumidor es por un todo, no solo por el producto final.

4.19 Bibliografía

UNIACC. (2016). Comportamiento del consumidor. Conducta del consumidor. Apunte de la clase semana 1.

UNIACC. (2016). Determinantes en el comportamiento de la conducta del consumidor. Conducta del Consumidor. Apunte de clase semana 2.

UNIACC. (2016). Metodología de la Investigación del Consumidor. Conducta del Consumidor (Semana 6).

Vicerrectoría Académica, Universidad UNIACC. (2019). El Ciclo de Aprendizaje: La Problematización como estrategia para el logro de aprendizajes significativos. Apunte de clase., Portafolio Digital 1, Vicerrectoría Académica, Universidad UNIACC.: UNIACC.