



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

Portafolio de Título

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

Docente portafolio: Francisco Gallardo Gonzalez

Estudiante (s):
Claudio Andre Barraza Silva

Santiago de Chile, 8 de Enero de 2021

Dedicatoria

A mi familia por el apoyo incondicional, a mis hijos por entregarme la motivación constante para seguir adelante con los desafíos profesionales, a mi señora por su amor incondicional. Los sueños son la extensión de nuestros anhelos personales, y se cumplen en la medida que tenemos la capacidad de enfrentar nuestros desafíos con constancia, responsabilidad y sacrificio con el fin de cumplir los objetivos que nos ponemos en la vida.

Para ellos gracias por su apoyo.

Agradecimientos

Mis agradecimientos a la universidad, por la posibilidad de continuar este camino del conocimiento y el perfeccionamiento profesional.

Índice / Tabla de Contenidos

Portafolio I Glosario 4

 Mapa conceptual portafolio I..... 7

Portafolio II Glosario..... 8

 Caso Portafolio II12

Portafolio III Glosario 15

 Caso Full Reciclaje Ltda 24

Portafolio IV Glosario 29

 Caso Aplicación 51

 “En Tiempos de estallido social una pandemia desata la crisis”

 Mapa Conceptual 52

 Reflexiones Finales 53

Portafolio N° 1

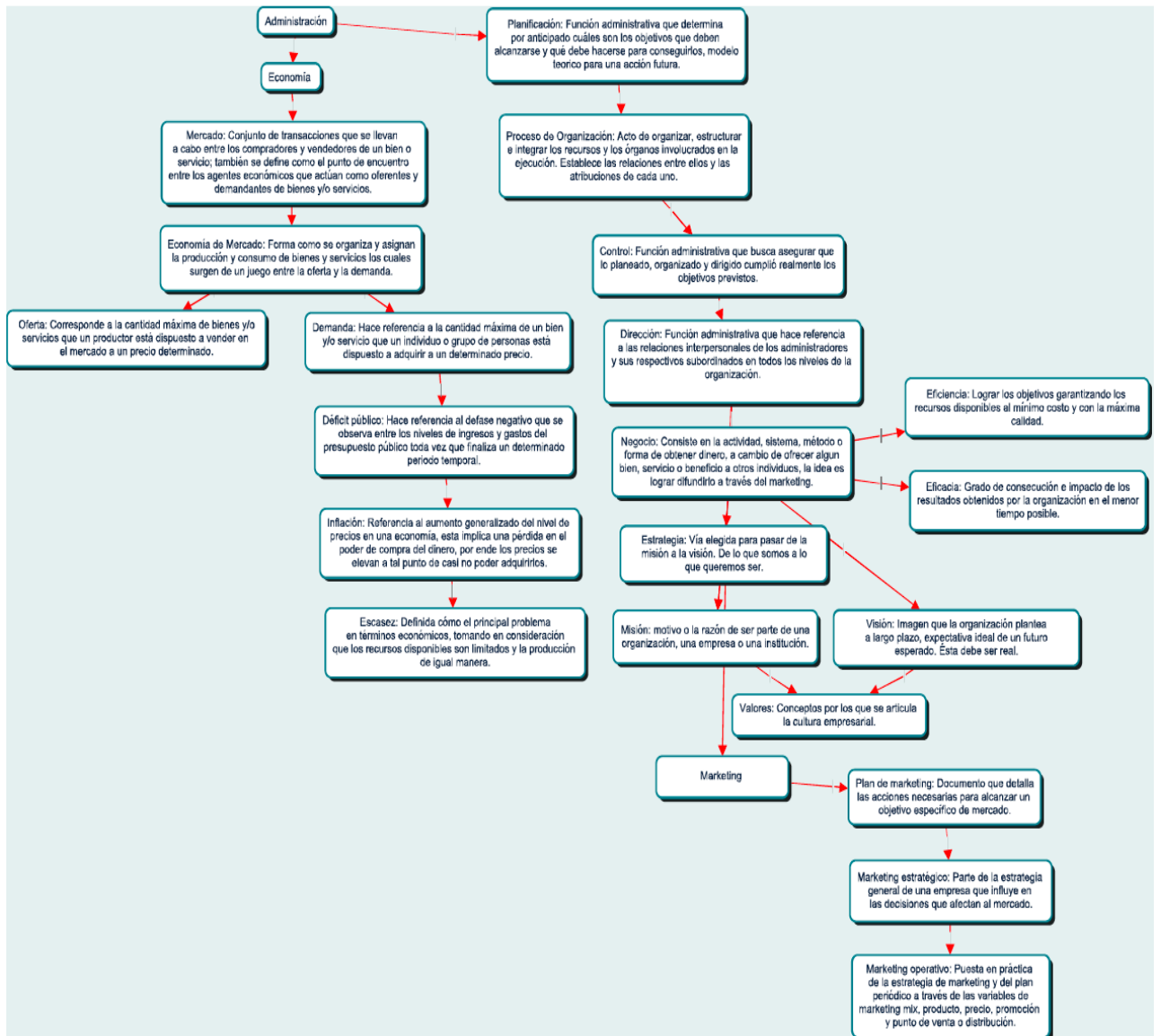
1- Glosario Portafolio 1

- 1.1- **Economía:** Ciencia que estudia los recursos, la creación de riqueza y la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, para satisfacer las necesidades humanas.
- Se define como la ciencia de la decisión, como consecuencia el problema económico básico de los escasos, que obliga a elegir el destino de los recursos limitados.
 - Estudia y analiza la forma en que los individuos, consumidores y las sociedades realizan sus elecciones económicas.
 - Analiza de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir la mayor cantidad de productos, para así lograr satisfacer la gran demanda de necesidades.
 - También hace referencia o un análisis de la conducta humana como una relación entre fines y medios que son escasos y susceptibles de usos alternativos.
 - La correcta y prudente administración de los recursos, ya que éstos son escasos.
 - Explicación del cómo logra el ser humano sus ingresos y de que manera los invierte.
 - Explica de que manera poder invertir ya sea en un periodo de corto o largo plazo, más bien haciendo un análisis de donde poder invertir de manera coherente, eficiente y correcta el dinero obtenido.
- 1.2- **Administración:** Es una acción de administrar, gobernar, organizar una perfecta economía, También se le conoce como conjunto de funciones que se realizan para administrar de una manera eficiente y eficaz tus recursos, ya sean propios o de la empresa.
- Ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano.

- Dirección eficaz de las actividades y la colaboración de otros individuos para obtener determinados resultados positivos.
 - Es la dirección de un organismo social y su efectividad en alcanzar sus objetivos, abocándose en las habilidades de conducir a sus propios integrantes.
 - Coordinación de todos los recursos a través del proceso de plantación, dirección y control, con el fin de lograr objetivos establecidos.
 - Método por el cuál un grupo de cooperadores dirige sus acciones hacia metas comunes y claras.
 - Método consciente de actuar sobre sistemas organizativos y demás elementos con vistas a obtener determinados resultados bajo ciertas condiciones y restricciones.
 - Departamento o proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una determinada empresa, para lograr un propósito dado.
- 1.3- **Marketing:** Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objetivo mejorar la comercialización de un producto o servicio.
- A la vez está encargado de masificar las redes sociales, ya sean Facebook, Twiter, Instagram, Páginas web, Etc. Para así poder facilitar el conocimiento de todos, dentro de las diferentes redes sociales
- Marketing es el proceso de gestión responsable de identificar, anticipar y satisfacer las necesidades del cliente de forma rentable.
 - Es la actividad de un conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar, e intercambiar ofertas que tienen valor importante para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general.
 - Marketing es una disciplina que, como todas, es cambiante y evolutiva, la cuál debe adaptarse a los avances tecnológicos que están liderando el mercado.
 - El marketing está implementando tácticas de diversas industrias, en relación al comportamiento del consumidor.

- Marketing permite establecer posiciones potenciales entre los usuarios que sí estén interesados en los productos y/o servicios que ofrece la empresa.
- Marketing también se define como proceso social porque intervienen grupos de personas con necesidades, deseos y demandas.
- Marketing es uno de los departamentos más importantes de una empresa, tales como Finanzas, Recursos humanos Etc. Por ende, éstos se coordinan entre sí.

2- Mapa Conceptual Portafolio 1



Portafolio N° 2

3- Glosario Portafolio 2

3.1- BRANDING

- **Marca:**

Señal que nos permite identificar o distinguir algo para mostrar información alguna sobre nuestra empresa.

- **Community Manager:**

Profesional que construye, gestiona y administra de forma clara, precisa y efectiva una comunidad online alrededor de una marca en la internet, manteniendo al cliente al tanto de cambios, ofertas, fanspage.

- **Identidad de la Marca:**

Público, o cliente que se identifica con la marca, el recuerdo que el cliente tiene de nosotros en su día a día, más bien como nos compara en relación con la competencia.

- **Imagen de la marca**

Percepción que tienen los consumidores de una empresa.

- **Identidad Digital**

Tiene mucha relación con Community manager, ya que es todo lo que nos identifica en el entorno online, ya sean estas páginas Web, Facebook, Insta. Etc.

3.2- Ética y responsabilidad Social

- **Ética:**

Defino este concepto como disciplina que estudia el bien y el mal y sus relaciones con la moral y el comportamiento de un ser humano.

- **Moral:**

Defino este concepto como disciplina que estudia el comportamiento humano en cuanto al bien o el mal.

- **La Comunidad:**

Corresponde a un conjunto de personas que viven juntas bajo reglas o que tienen los mismos intereses.

- **La Responsabilidad Social Empresarial y el Medioambiente:**

Serie de acciones y esfuerzos que llevan a cabo las empresas para compatibilizar sus actividades comerciales y corporativas con la preservación del medio ambiente.

- **La Responsabilidad Social Empresarial:**

Integración voluntaria por parte de una empresa responsable de un estilo de gestión empresarial diferente, que persigue conciliar el crecimiento y la competitividad.

3.3- **Gestión Financiera Corporativa**

- **Ratios Financieros:**

Son también conocidos como indicadores financieros, son aquellos indicadores relativos de dos valores numéricos sacados de los estados financieros de una compañía o entidad, suelen usarse en contabilidad con el propósito de analizar la situación financiera global

- **Activo Corriente**

Es aquel activo de una empresa que puede hacerse líquido, más bien dicho convertirse en dinero, en menos de doce meses.

- **Costos**

Se entiende por costos todo lo que la empresa invierte, ya sea esto mensual, anual, existen tipos de costos, estos son los fijos, y los variables, donde entran, sueldos, gasto de luz, agua, insumos, materias primas Etc.

- **Gastos Generales**

Son todos los costos sobre el estado de resultado, con algunas excepciones del trabajo directo, materiales directos, y gastos directos, estos gastos generales incluyen, contabilidad, depreciación, seguros, impuestos Etc.

- **Utilidades:**

Corresponde a la ganancia después del impuesto de cualquier venta de algún bien, producto o servicio, en palabras generales es lo que gana el comerciante o empresario de una venta

3.4- **Macroeconomía**

- **Macroeconomía:**

Corresponde a un estudio de mercados y participantes de ellos desde un punto de vista amplio (macro), identifica relaciones entre aquellos mercados, observa cuales son las diferentes partidas que relacionan un país con el resto del mundo, es fundamental entender estas variables para explicar cuál o cuáles son las causas del desarrollo a nivel país.

- **Balanza de Pago:**

Indicador macroeconómico que registra las transacciones de los residentes de un país con el resto del mundo.

- **La inflación:**

Corresponde al aumento de los consumos de primera necesidad, donde uno se encuentra en un punto donde percibe la misma cantidad de remuneración, pero los precios de bienes y/o servicios aumentan de tan manera que no se logra alcanzar a adquirir.

- **El Desempleo:**

Corresponde a una baja en las tasas porcentuales que se manejan con estadísticas a nivel país, donde por una recesión económica, o una baja en la economía puede afectar directamente a la tasa de desempleo.

- **Crecimiento Económico:**

Se entiende como una evolución positiva de los estándares de vida de un territorio, principalmente países, que son medidos en términos de capacidad productiva de su propia economía.

4- Caso Portafolio 2

En tiempos de estallido social una pandemia desata la crisis.

La salud como base de la economía

Después de los eventos sucedidos desde el 18 de octubre en adelante en Chile con el estallido social, la economía chilena sufrió uno de los impactos más fuertes de su historia. Efectos profundos en el desarrollo de un país pujante, que a ojos del mundo y de la región se posicionaba como uno de los más estables y fuertes económica y políticamente hablando de Sudamérica. Tras algunos meses de una estabilización lenta y frente a un nuevo escenario político que busca una nueva constitución y forma de llevar Chile un golpe más fuerte aun azota esta vez a Chile y al mundo.

A fines de 2019 hace eco mundial una noticia respecto a un virus que nace en China, más precisamente en la ciudad de Wuhan. Se denomina rápidamente COVID-19 por su ascendencia de la familia de los coronavirus. Los efectos en la salud son catastróficos, rápidamente se expande por el mundo y es decretado como pandemia a principios de 2020. Europa se ve fuertemente afectado, llegando a cifras de mortalidad y contagio nunca antes vistas. Chile se prepara para la inminente llegada del virus que sigue su camino hacia todos los rincones del mundo. En marzo de 2020 se da a conocer el primer caso en Chile y al igual que en el resto de los países del mundo la propagación posee indicadores asombrosos, porcentajes de contagio peligrosos que llevan a tomar medidas extremas.

Hoy en día y después de varias medidas de control extremo, las cifras superan las 10.000 personas contagiadas, y más de 200 muertos solo en Chile, cifras que se reflejan en un mapa mundial que ya posee más de 2 millones de contagiados y más de 200.000 muertos.

Interrogantes

¿Se debe privilegiar la salud por sobre la economía? - ¿Cómo afecta el virus a la economía chilena? – ¿es posible levantar un país después de esta catástrofe sanitaria? - ¿Cómo lo hacemos?

Las interrogantes surgen y se multiplican, una economía golpeada, miles y miles de industrias cerradas, comercios enteros propensos a la quiebra, cesantía, desaceleración económica, y un país que aun aprende a cómo enfrentar un reto sanitario sin precedentes.

La economía chilena se ve afectada después de un periodo de incertidumbre que afecta los mercados bursátiles de Chile y el mundo caídas históricas de las bolsas a nivel local y mundial arrojan cifras preocupantes solo comparadas con la crisis suprimida de 2008. Cierre y cese de trabajo que afectan a más de 700 mil pymes y empresas chilenas arrojan efectos negativos en el crecimiento económico, tasas de interés nunca antes vistas como medidas desesperadas tomadas por el banco central para controlar la inflación y permitir el crecimiento y la inversión, se contraponen con un aumento considerable del desempleo, que llega a 2 dígitos después de muchos años.

Las medidas son concretas, toque de queda, restricciones al comercio y a las grandes industrias que vislumbran un escenario sombrío y negativo para nuestra economía. Es en estos momentos cuando surgen todas estas interrogantes. ¿Cómo podemos levantar una economía golpeada y sanitariamente afectada?

Medidas

- Apalancamientos: Medidas económicas destinadas a controlar la desaceleración y aumentar la capacidad financiera de las empresas para la inversión.
- Rebaja de la tasa de interés: Las presiones inflacionarias de mediano plazo en conjunto con una desaceleración efectiva de la economía, produjeron que el Banco central llegara a una tasa histórica del 0,5%, lo que busca es incrementar el desarrollo y la inversión a través del endeudamiento conveniente.
- Política monetaria: Tan fuerte fue este choque al espíritu capitalista de la economía, que el gobierno central llegó a considerar una reestructuración completa de su política monetaria, con la finalidad de proteger el empleo y

las industrias funcionando. Es por ello que se establece como una medida expansiva por un periodo de tiempo considerable.

- Fortalecimiento de la moneda local: Ante una desvalorización progresiva del peso chileno frente al dólar, y la caída de las materias primas prevén medidas de protección local e incremento de la producción.
- Empleo: La protección del empleo a través de medidas como la suspensión temporal de la relación laboral de empleadores con sus trabajadores, buscan evitar el crecimiento exponencial de las tasas de desempleo, apuntando a reestablecer al corto plazo la normalidad de los comercios e industrias.

Conclusiones

Albert Einstein indica en alguna de sus publicaciones “en medio de las dificultades residen las mejores oportunidades” (sic).

Nos hace eco razonablemente, una economía no se sustenta en base a una sociedad enferma, esto sanitaria y emocionalmente hablando, pero tampoco se sustenta en base al estancamiento. Es importante entender que ambos conceptos son complementarios y no se deben contraponer. Debemos cuidar nuestro país, entregando las condiciones reales para poder seguir en una llamada nueva realidad, la que nos desafía a replantearnos cuan importantes son nuestros valores como personas, pero a la vez como debemos superar los problemas de manera oportuna y eficiente.

Chile posee un desafío importante, pero es necesario entender que esta crisis es pasajera, lo importante es proveer las condiciones del mercado en el mediano plazo y como somos capaces de reinventar nuestras propias actividades de cara a un mundo que cambio definitivamente.

Portafolio N° 3

5- Glosario Portafolio 3**5.1- Desarrollo Económico****- Factores Productivos:**

Son los elementos que componen la función de producción. Por una parte, el capital (Empresas) y por otra parte el Trabajo. Ambos son los elementos básicos del desarrollo económico, los cuales determinan los niveles en que las empresas y las personas interactúan para desarrollar una actividad productiva. Ambos son variables independientes y así como podemos determinar en proporcionalidad como afectan a la función de producción. Existe la posibilidad de que ambos crezcan o disminuyan por si solos. Esa variable puede determinar la eficiencia en el uso de cada uno de ellos.

- PIB (Producto Interno Bruto):

El producto interno bruto es aquel indicador que mide las actividades productivas que se desarrollan en un país. Esta medición representa a la mayoría de los sectores productivos y demuestra la capacidad económica de una nación debido a sus recursos y como se explotan los mismos. Su determinación se estructura con la finalidad de generar un factor de evolución único, es por ello por lo que podemos medir el crecimiento por ejemplo de un país como Chile (que basa sus economías en la minería) con otro país como Argentina que basa su economía en sector agrícola y productivo.

- PIB Percapita:

Como ya señalamos en la definición anterior, el PIB permite determinar la capacidad económica de una nación. En base a la medición de sus actividades productivas. Pero existe un concepto que permite hilar mucho más fino respecto de como ese análisis se aterriza en la población y la gente común y corriente. Este concepto es el PIB Percapita, que no es más que la estimación del PIB por la cantidad de habitantes de un país, este indicador permite determinar cuan exacto es el ingreso por habitante en razón de la

productividad de un país. Y como estos recursos son distribuidos en relación con los ingresos por concepto de explotación de las diversas áreas productivas.

- **Externalidades**

En cualquier actividad económica que se desarrolle a nivel macro o micro existen factores que repercuten directamente en el medio en el que se desarrolla, es por ello por lo que a este efecto se le llama externalidad. Así lo indica (Stiglitz, 2000). Es así como las decisiones de consumo (personas) la producción (empresa) y la inversión (empresas o estado) son determinantes de generar un efecto directo en otras personas, empresas o el medio ambiente o social donde se desarrollan. Estas externalidades pueden ser positivas o negativas. En. Este escenario podemos ejemplificar que una industria forestal genera una externalidad negativa al afectar un ecosistema directamente y generar contaminación. Por otro lado, podemos representar como una externalidad positiva el desarrollo de un proyecto de energía sustentable como lo es un parque eólico.

- **Crecimiento Exógeno y Endógeno:**

El crecimiento económico es las funciones que permite determinar en base al desarrollo de actividades productivas la capacidad de un país de generar riquezas. En este sentido existen variables que intervienen en el crecimiento económico, estas variables pueden ser internar o externas y son denominadas.

Variables Exógenas: son aquellos factores que a través de una variable externa determinan un problema, explicación o solución de un determinado resultante en ello variables externas al mismo en este caso podríamos ejemplificar las subida o alzas de commodities como el petróleo. **Variables Endógenas:** a diferencia de las exógenas, las variables endógenas consideran al problema o la solución como parte del sistema en consecuencia se estima que estas variables son influencia desde dentro del

mismo. Es el caso por ejemplo del recurso trabajo (calificado) en una economía como la chilena.

- **Modelo sustitutivo SIS**

Este modelo económico desarrollado a fines de los años 60, e implementado principalmente en economías socialistas, busca en resumidas cuentas suplir el abastecimiento externo con un proceso de industrialización interno, donde el fomento productivo es la piedra angular de la producción de bienes y servicios en una economía. La implementación de estos sistemas contemplan la integración vertical de las industrias y en muchas ocasiones que el estado asuma el control y manejo de estas industrias. El resultado es razón de análisis ya que en muchas ocasiones se produce una ineficiencia en la gestión de los recursos ya sea por factores de capital o de trabajo calificado. Un ejemplo de esta implementación fue la reforma de los años 70 en el gobierno de Allende, o el modelo económico venezolano que podemos ver en nuestra época. Este análisis se puede ver en la publicación de (Cariola, 1982)

- **Neoliberalismo**

Es un modelo económico que busca el desarrollo en base a la comprensión del estado, donde este toma un rol mínimo en la economía de un país, en consecuencia, su intervención debiese ser mínima, dando paso a que los ajustes y desarrollo de los mercados sean manejados en su mayoría por la oferta y la demanda. Una de las características de este sistema es la eliminación de trabas que impida el desarrollo libre de cualquier actividad. Es así como podemos encontrar ejemplos de economías neoliberales en base al capitalismo como Estados Unidos

5.2- **E-Marketing**

- **Marketing Digital:**

El Marketing como ciencia, se ha encargado durante años a crear valor a las organizaciones que generan bienes o servicios, y que buscan la satisfacción

de las necesidades de los compradores. Bajo esa lógica el Marketing digital nace al alero de la revolución tecnológica, donde transforma su forma, pero no su objetivo final que es la generación de lucro. Este cambio se refleja en la forma como se realiza el proceso de mercadeo, ya que incorpora cualquier medio electrónico o tecnológico para el cumplimiento de este objetivo, considerando para ello herramientas como e-mail, redes sociales, plataformas web, y en general todo lo que pueda desarrollarse en la web. La principal característica del E-Marketing es su nivel de personalización y la retroalimentación que entrega en su implementación.

- **B2C:**

Corresponde a un sistema de negocio que comercializa a través de internet la llamada Business to Consumer, o más bien la venta entre empresa y consumidor. Es la forma de venta más común en las plataformas electrónicas ya que involucra a las empresas como dadores de bienes y servicios y a los consumidores como usuarios finales de los mismos. Esta estructura es la más básica en el relacionamiento comercial entre un vendedor y un consumidor.

- **E-Commerce :**

Es la figura de negocios que utilizan las plataformas de ventas por internet que son intermediarios entre el productor y el comprador final, en ella podemos enmarcar agencias de viajes, plataformas de ventas de entradas a eventos, seguros, y en su gran mayoría productos o bienes de consumo final. Bajo este último ítem podemos considerar las plataformas de los grandes retailers, o supermercados que prestan su soporte para la comercialización de productos.

- **Estrategia EXITO**

Una de las tendencias que más fuerza ha tomado en el E-marketing ha sido la llamada estrategia E-X-I-T-O. cuya finalidad es determinar los pasos a

seguir para el cumplimiento de los objetivos de una campaña, basados en los planteamientos de su postulante (Kutchera, 2013).

La conceptualización de la estrategia es la siguiente:

_E- Escucha a tu audiencia: Y hace relación directa a la que las empresas deben considerar a sus clientes y prospectos para un buen desarrollo de las estrategias, esta retroalimentación viene de la mano con el surgimiento de redes sociales, y medios de comunicación masiva que permiten una interacción constante con los consumidores.

_X- eXperimente como usuario mediante perfiles: no es mas que la representación mediante perfiles o segmentación de ellos con la información obtenida de los usuarios.

_I- integre los canales de comunicación: crear los medios donde personas y empresas se relacionarán (chat online, foros, encuestas web)

_T- Transforme a su audiencia en comunidades: una de las herramientas mas fuertes de esta estrategia, ya que considera que los usuarios pasen a ser comunidades, representadas por la marca, con intereses en común y donde se crea el valor de marca mayor.

_O- Optimice: la premisa de este concepto es “Lo que no se mide no existe” el calculo del efecto, y efectividad de las campañas es fundamental para determinar el éxito y los costos asociados de esta, por ello este factor es uno de los principales en esta estrategia. Una de sus mejore y mayores ventajas. (Fuentes, 2010).

- **Arquitectura de información:**

Es el conjunto de habilidades y conceptos que se ponen en practica para lograr un diseño efectivo de una estrategia de Marketing. Es un conjunto de técnicas que implementa los especialistas de medios, para el desarrollo de las estructuras que soportaran la campaña. Es en otras palabras el marco estructural de los contenidos de la web.

De los aspectos mas relevantes de los que se encarga la (AI) encontramos:

_Diseño de información digital

_Diseño de las interfaces web

_Usabilidad

- **Posicionamiento de Marca**

este concepto hace referencia al lugar que ocupa nuestra marca en la mente del consumidor frente a la competencia. De acuerdo con la asociación que genera frente a los competidores podemos determinar que posición tenemos en el consumidor.

Esta asociación mental referenciará directamente el lugar que ocupa la marca, ya sea por asociatividad o por los atributos que el cliente identifica en su mente al momento de pensar en nuestra marca. Es sumamente importante también este concepto ya que puede determinar una decisión directa del consumidor ya sea para acceder o no a comprar nuestros productos. Esta asociación puede ser positiva o negativa por ejemplo como una marca puede representar felicidad o en su defecto lo contrario.

- **Marketing Móvil**

Esta arista del Marketing se refiere a la plataforma móvil en la que se desarrolla, básicamente corresponde a las estrategias que se implementan en Smartphone, tablets, y dispositivos móviles en general.

Según (Cañabate, 2009), esta plataforma posee múltiples características que la convierten en una herramienta práctica y efectiva para el desarrollo de campañas con altos porcentajes de efectividad. Este tipo de Marketing permiten sobre todo movilidad y personalización de las campañas, son totalmente medibles y aplicables en gran escala.

5.3- **Gestión Financiera**

- **Macroeconomía:**

Corresponde a un estudio de mercados y participantes de ellos desde un punto de vista amplio (macro), identifica relaciones entre aquellos mercados, observa cuáles son las diferentes partidas que relacionan un país con el resto

del mundo, es fundamental entender estas variables para explicar cuál o cuáles son las causas del desarrollo a nivel país.

- **Balanza de Pago:**

Indicador macroeconómico que registra las transacciones de los residentes de un país con el resto del mundo durante un periodo de tiempo determinado, que permite determinar las transacciones de bienes y servicios. Esta estructura contable se subdivide en:

- _Balanza de bienes: compra y venta de mercaderías

- _Balanza de servicios: registra las transacciones de servicios, viajes, comunicaciones, transporte, etc.

- _Balanza de rentas: ingresos de capital y trabajo.

- _Balanza de Transferencias: registra transferencias corrientes entre residentes y no residentes.

- **El Desempleo:**

Corresponde a una baja en las tasas porcentuales que se manejan con estadísticas a nivel país, donde por una recesión económica, o una baja en la economía puede afectar directamente a la tasa de desempleo. Este concepto de medición es relevante para determinar el crecimiento y la estabilidad económica de un país, ya que es el indicador que posee la mejor sensibilidad a la hora de determinar la condición de una economía en un periodo determinado.

- **La inflación:**

Corresponde a un proceso económico que sufre desajustes en el equilibrio de la economía provocado por la interacción de la oferta y la demanda, para el cual su mayor característica es el alza sostenida de los precios de los bienes y servicios y la desvalorización sistemática de la moneda.

Es uno de los principales factores que se miden cuando una economía entra en recesión y estancamiento económico. Como medida de apalancamiento

se establecen políticas económicas por parte de los Bancos centrales como por ejemplo el aumento de las tasas de interés.

- **IPC:**

El índice de precio al consumidor es un indicador económico que valora los precios estimados en conjunto de ciertos bienes y servicios. Sirve para generar los ajustes y reajuste necesario para actualizar estos valores entre un periodo y otro. En Chile este indicador es sumamente usado para determinar valores como por ejemplo de la canasta básica y reajustar el costo futuro de los bienes y servicios. El IPC se utiliza también como indicador de la inflación, estimador de los costos de vida y como indicador permanente para los reajustes de contratos laborales y comerciales.

- **Tasa de interés:**

Este concepto hace referencia al porcentaje que se genera al utilizar el dinero de un tercero o poner a disposición de un tercero nuestros propios recursos. Se usa generalmente cuando se realizan préstamos y está identificado como un porcentaje aplicado al capital transado. En macroeconomía las tasas de interés son determinadas por el banco central quien es el encargado de regular el consumo y el ahorro a través de este factor. A nivel microeconómico las tasas de intereses son aplicables por bancos, financieras, créditos personales interpersonales que generan transacciones de dinero con el objetivo último de ser devueltos en un periodo de tiempo por el beneficiario.

- **Pasivo circulante**

A diferencia del activo corriente, el pasivo es aquel compromiso, deuda o acreencia que la empresa posee y que está determinada o exigible en el corto plazo. Estos pasivos son parte del flujo mensual de la caja y sus principales utilidades son para el cumplimiento de pagos para con:

_ Proveedores

_ Acreedores comerciales

_Impuestos

_Seguridad o leyes sociales

Es una herramienta que puede medir los compromisos de la empresa y la capacidad que esta requiere en la generación de activos para el pago de los mismos.

6- Caso Portafolio 3

Caso Full Reciclajes Ltda.

Diagnostico

Podemos comenzar analizando a Full Reciclaje como una de las tantas empresas promedio en Chile, que posee años en el mercado, que en su minuto apostó por un nuevo negocio, funcionó, creció, pero no maduró la operación del mismo en base a la modernización no solo de sus operaciones sino de su administración y gestión.

Para adecuarnos a un marco de revisión más claro separaremos nuestro análisis en varias áreas diferentes pero que convergen al mismo resultado, la búsqueda de la mejora en razón de un modelo de gestión más eficiente que le permita a Don Alberto, su dueño mejorar su control y sus expectativas frente al negocio.

- **Análisis de Mercado:** Cuando Full reciclaje invirtió para entrar al rubro del reciclaje el caucho, y compró un terreno por un valor comercial muy considerable y con un endeudamiento a 5 años (considerado corto plazo), no considero ningún estudio de mercado, salvo lo que sus colegas del rubro le comentaron, por cuanto no realizó ningún estudio de mercado que le permitiera desarrollar una estrategia eficiente de inversión y proyección del negocio.
- La estructura organizacional de Full reciclaje, posee una notoria falta de calificación técnica y profesional, donde sus principales puestos están ocupados por personal, que tal vez, no posea una preparación para llevar a cabo una gestión eficiente. Sino por gente de “confianza” de don Alberto. Al poseer una estructura tan plana las responsabilidades de cada gerente son muy amplias y no están definidos cargos estratégicos que permitan mejorar la gestión laboral.
- La gerencia de operaciones posee la misma precariedad, la falta de objetividad del mismo Gerente de hace 20 años, demuestra porque los procesos siguen siendo los mismos, evidentemente ineficientes, con costos operacionales muy altos que provocan desviaciones operacionales y

financieras evidentes. No existe modernización de maquinarias y sistemas automatizados mas aun cuando el reciclaje de neumáticos es muy diferente al rubro en el que se desarrollaba,

- La gerencia comercial no evidencia una gestión eficiente de atención y captación de clientes, la implementación de tecnología e investigación de los potenciales clientes y proveedores demuestran una gestión deficiente de igual manera que los otros departamentos.
- Por ultimo el gerente general y dueño no posee la necesidad inmediata de modernizar su estructura organizacional, es en este punto donde hay que poner el primer llamado de emergencia, ya que por necesidad de la organización se requiere que Alberto genere un cambio drástico en su manera de liderar y dirigir su organización.

Desarrollo de mejoras e implementaciones de Gestiones

Cuando comenzamos a entregar lineamientos efectivos de mejoras en una organización de este tipo (como ya mencionamos muy similar a muchas en nuestro país), debemos considerar los estados de Resultados y balances financieros de las misma, la cuantificación de los daños causados por una mala gestión es la primera etapa de implementación de mejoras considerables.

En este caso full reciclaje Ltda posee un registro bastante evidente:

- Aumento considerable de inventario acumulado (demuestra falta de gestión de ventas
- Gestión de cobro deficiente, evidencia alto monto en cuentas por cobrar.
- El aumento en activo circulante y acreedores evidencia en endeudamiento con el banco, un indicador positivo ya que puede enfrentarse con una buena gestión esta deuda.
- La utilidad y la rentabilidad vienen de la mano por la falta de gestión de venta y nuevos clientes, evidencia la urgencia de una mejora en la gestión.

Gerencia General:

Se necesita el desarrollo de una estrategia corporativa macro, en base a la modernización del sistema de gestión de procesos, ventas y RRHH. La

profesionalización de la estructura organizacional es fundamental, para ello se requiere que Alberto, dueño de la empresa pueda acceder a la implementación. La adaptabilidad es fundamental para adecuarse a los nuevos métodos de producir, vender y gestionar los recursos de la organización.

- Entrega de los recursos para implementación de sistema de gestión ERP
- Capacitación de personal
- Desarrollo de estrategia empresarial (visión, misión, objetivos, políticas)

Gerencia de Administración y Finanzas:

Esta gerencia requiere de una reestructuración completa, comenzando por la implementación de un gerente calificado que pueda desarrollar:

- descripción e implementación de perfiles de cargo para medición de desempeño.
- Implementación de un sistema de ERP, para control y optimización de RRHH, partiendo por la estructuración de métricas cuantitativas de metas y objetivos. La adaptación de modelos de cargos y sueldos afines al mercado, con incorporación de bonos por producción y metas.
- Desarrollo de gestión administrativa basada en calificación, se requiere implementación de modelo de capacitación efectiva.
- Implementación de modelo de gestión integrado que cruce la información con las demás gerencias de la empresa y permita la mejor toma de decisiones.

Gerencia de Operaciones:

La gerencia de operaciones necesita una reestructuración completa que permita optimizar los procesos de producción y a la vez haga mas eficiente el uso de recursos:

- Modernización de sistema operativo, maquinas, equipos, tecnología al servicio de la producción, es importantes a este nivel la eficiencia de recursos, energía y procesos.
- Capacitación de los operarios, mejoramiento del sistema operacional mediante implementación de mejoras en condiciones de trabajo, ergonomía, layout de instalaciones.

- Desarrollo de gestión para implementación de procesos ad hoc, a la industria del caucho, se requiere una asesoría externa que facilite el proceso de implementación de nuevo sistema de producción.

Área Comercial y Marketing:

Esta área es la especializada en vender nuestro producto y buscar clientes potenciales y general fidelización de los clientes existentes, requiere:

- Desarrollo y estudio de mercado para identificar los clientes potenciales, capacidad de compra, perfiles de consumo, y ubicación de nuestros prospectos.
- Estructuración de un sistema de venta efectivo, análisis de capacidad financiera de nuestros clientes para determinar condiciones de crédito mitigando el riesgo de incobrabilidad.
- Desarrollo de imagen corporativa, es importante la implementación de un cambio de imagen hacia nuestros clientes. Debemos reflejar nuestra especialidad en el rubro a través de nuestros procesos, es importante que el área ventas maneje al detalle los procesos productivos de la compañía y genere un feedback con los clientes para el desarrollo de mejoras a implementar.
- Gestión de ventas, se requiere de un Gerente proactivo, asertivo y sobre todo ejecutivo que se de terreno. Debe desarrollar un plan mensual de visitas a clientes activos y potenciales, con el fin de mostrar nuestro producto. El mercado al cual se enfoca es de especialización media, por cuanto los clientes potenciales saben lo que necesitan, por cuanto necesitamos un Gerente afín a ese requerimiento.
- Desarrollo de base de datos con historia del cliente, requerimientos, cuantificación de ventas, avisos de quiebre de stock, y perfil completo para seguimiento post venta.

Conclusiones:

El desarrollo de una actividad comercial requiere constante adaptación; a las necesidades del cliente, a los procesos productivos, pero principalmente al desarrollo de tecnología, que busca mejorar considerablemente los procesos, nuestra forma de hacer las cosas y sobre todo de hacer mas eficiente nuestros recursos.

Muchas veces el miedo al cambio no nos permite identificar las ventajas de este, por ello es importante que nuestra disposición sea nuestro primer paso. El trabajo en una empresa familiar nos sesga la capacidad de identificar estos cambios, los cuales deben ser pro-mejora de nuestra organización, es por ello que la capacitación y disposición al cambio deben ser nuestro objetivo principal cuando enfrentamos estos procesos.

Como pudimos identificar en la Empresa de Alberto, el potencial de su negocio es importante, pero para ello requiere adaptación, capacitación, mejora en procesos, implementación de tecnología y disposición al cambio.

Portafolio N° 4

7- Glosario Portafolio 4**7.1- Gestión Financiera****- Proyecto:**

Es la búsqueda de una solución inteligente a un planteamiento de un problema que debe ser resuelto. Como concepto un proyecto nace de la necesidad de una solución mediante una idea a un problema generado, donde se utilizan recursos; monetarios, mano de obra, bienes de capital, materias primas, etc. Que actúan conjuntamente e interdependientes que se orientan a un objetivo específico y que poseen un tiempo definido. Esto en razón de la complejidad del mismo se diseñan distintas alternativas de mejorar y en razón de la evaluación de las mismas se elige la mejor. Los proyectos suelen ser enfocados en una problemática previamente analizada y que requiere de identificar aspectos relevantes, económicos, financieros, sociales, medioambientales, seguridad, técnico.

- Evaluación Económica / Financiera

La evaluación económica es aquella que centra su análisis en la idea en si, estudiando la viabilidad económica de desarrollar un proyecto, en resumidas cuentas estudia y analiza el proyecto puro. Su análisis centra el concepto de que los recursos utilizados son propios.

La evaluación financiera por su parte, no se contra pone con la económica, sino analiza la parte relacionada con la disponibilidad de los recursos y su propiedad. Desde el punto de vista del financista, y quien pone los recursos para financiar el proyecto, ya que considera todas las fuentes de financiamiento involucradas, distinguiendo entre capital propio y prestado (ajeno)

- **Flujo de caja:**

Es un reporte financiero que sirve para diferencia ingresos de egresos, de plata en un periodo de tiempo determinado. Puede ser nominal o real, y su diferencia radica en el tipo de moneda que se utilizada para su análisis y su base de calculo de un periodo. Los flujos de caja permiten analizar el comportamiento financiero de un proyecto y entregar la información real sobre los resultados de este. Positivos (ganancias) negativos (perdidas). El flujo de caja permite mediante ratios financieros además determinar proyecciones a futuro del comportamiento del proyecto.

- **Tasa de interés / Tasa de Descuento**

Dentro de las herramientas para trabajar los flujos de caja se consideran la **tasa de interés**; que se refiere al costo porcentual de un préstamo. Considerado también como costo de la deuda (considerada en base a la solicitud de dinero a un tercero para un uso x), estas tasas de interés permiten determinar el valor que el prestamista impone al monto de dinero que presta a un tercero. Varía en razón de la institución, criticidad del proyecto, y riesgos crediticios. Por su parte la **Tasa de Descuento**, es aquella que se utiliza para calcular el valor presente de flujos futuros de un proyecto, es considerada la tasa de rentabilidad que se le debe exigir al proyecto, y su función es actualizar los flujos de caja futuro a momento cero.

- **Depreciación:**

La depreciación se considera como la disminución periódica, constante y paulatina del valor de un bien material o inmaterial. Se produce por el desgaste debido al uso, por el paso del tiempo, o por la obsolescencia del mismo. Dentro de la evaluación de proyecto la depreciación permite reconocer el costo del desgaste que se produce por la utilización de un activo. No obstante, la depreciación no se considera como una salida real de dinero en el flujo sino que provisiona en un asiento contable que permite tributariamente obtener beneficio de rebaja de impuestos. por cuanto su grabación se realiza de manera real en el balance tributaria en el periodo en

que se efectúa. Se puede presentar de varias maneras, aun cuando las mas utilizadas son;

Lineal

Acelerada

- **Activos Fijos**

Los Activos fijos se consideran todos aquellos bienes tangibles, que se utilizan y adquieren para el proceso de transformación o apoyo a la operación de un proyecto. Su premisa es que no varían en el ciclo de explotación de un proyecto. Los activos pueden ser depreciables y no depreciables, en este ítem los terrenos cumplen la premisa de no sufrir depreciación en el tiempo, por su parte los activos fijos depreciables pueden ser:

Obras físicas

Equipamientos de proceso

Herramientas

Vehículos

Infraestructura de servicios

Sistemas de comunicación

Mobiliario

- **Capital de Trabajo (Kt)**

El capital de trabajo se considera como los recursos necesarios para la operación normal de un proyecto. Dentro de la fase comercial del proyecto, constituye todos aquellos recursos que se requieren para comprar insumos y materias primas hasta la venta del producto terminado y los recursos requerido y considerados como costo de venta. El capital de trabajo es el elemento clave que debe ser garantizado por la inversión con la finalidad de tener los recursos necesarios para la operación.

7.2- Conducta del consumidor

- **Pirámide de Necesidades de Maslow:**

Es considerada como la teoría básica que determina la conducta humana sobre la satisfacción de las necesidades. Se basa en la idea de su autor, que indica que las necesidades se poseen jerarquía universal, y determina cinco

niveles básicos de las necesidades en base a su importancia. La teoría indica que los individuos tratan de satisfacer sus necesidades en orden ascendente tomando para ello como el mas bajo nivel las biológicas y al mas alto las necesidades de autorrealización esto conforme a medida que estas se presenten. Los cinco niveles de las necesidades de Maslow son:

- Necesidades Fisiológicas
- Necesidades de Seguridad
- Necesidades Sociales
- Necesidades de Estima
- Necesidades de Autorrealización.

- **Comportamiento del consumidor:**

Desde el punto de vista comercial este se define como el comportamiento del consumidor frente al proceso de búsqueda, compra, utilización, evaluación, y desecho de los productos que entienden satisfacen sus necesidades. Este proceso contempla un análisis acabado, y completo de como el consumidor enfrenta cada proceso de decisión y a la vez su reacción a los incentivos y estímulos que recibe de su entorno en conformidad a lo que el estima como una necesidad y la capacidad propia de satisfacerla.

- **Neuromarketing :**

Surge como una herramienta que contempla la utilización de diferentes técnicas de la neurociencia para comprender como reacciona el cerebro frente a los estímulos del marketing. Esta tendencia busca predecir la conducta del consumidor en base al estudio de su reacción cerebral, y como se plasman las emociones en la mente del consumidor.

- **Tipos de Compra**

Dentro del análisis de la conducta del consumidor encontramos diferentes conceptos, en base a esa tendencia es que encontramos varios tipos de compras que se realizan en la tienda (física / virtual) proceso que se produce

ya se por la necesidad que se presenta o por la forma en la que el consumidor enfrenta dicho proceso:

- Compra espontaneas
- Compras no Planeadas
- Compra Planeada
- Compra impulsiva

Esta ultima es considerada una de las bases de estudio mas preseadas por los mercadologos, ya que permiten desarrollar estrategias que van en búsqueda de ese tipo de compra o reacción del usuario al impulso de venta.

7.3- Taller de Habilidades directivas

- Proceso integral de dirección:

Resumir las actividades directivas en una organización consideran 5 aspectos fundamentales que pueden definir el concepto de administración, donde existen aspectos relevantes que se aprecian en este proceso:

- Planificación
- Organización
- Integración de Personal
- Dirección
- Control

Este proceso se define como la norma básica del desarrollo administrativo.

- Líder

El concepto del líder ha sido objeto de innumerables usos, cada cual con la idea de presentar a un individuo que posee las habilidades necesarias para llevar un equipo o dirigir un proyecto en particular. Sin mas podemos definir el liderazgo como; la capacidad de un individuo de influir en un grupo de tal manera que logre unir sus objetivos, y transformándolo en un equipo que funciona de tal manera que la suma de sus partes se considera de igual manera como importantes y trascendentes para el logro de una meta. Es importante determinar que un líder posee ciertos aspectos que lo reflejan:

Comunicador

Objetivo

Cooperativo

Ambicioso

Sensible

Motivador

Autocritico

- **Inteligencia Emocional**

Su utilización es cada vez mas notoria en cualquier ámbito, sobre todo en el que se refiere al liderazgo y el manejo de equipos. “Se define como la capacidad para captar las emociones de un grupo y conducirlas hacia un resultado positivo”. Evidentemente la IE, se considera como el desarrollo mas importante que puede poseer un líder y/o directivo que busca generar el crecimiento deseado en su organización, y forma parte de las habilidades blandas que suelen ser trabajadas de manera interna por cada persona.

- **Proceso de Comunicación**

Es aquel que norma la idea básica de comunicarse. Es considerada como la mayor capacidad del ser humano, que a la vez llevada al ámbito organización cobra mayor relevancia, porque es el medio de transmisión donde las personas convergen en ideas y se comunican entre ellas.

Posee un ciclo claro y definido que permite el logro del efecto deseado que es transmitir un mensaje y que el interlocutor lo recepciones, entienda y comprenda.

Emisor

Receptor

canal

retroalimentación

Mensaje

Que posee una codificación por parte del emisor y una decodificación por parte del receptor.

a) Trabajo en equipo

Un equipo se diferencia de un grupo por el hecho de que sus partes funcionan de tal manera que se complementan, apoyan, escuchan y logran sus objetivos de manera común. Desde esa perspectiva es que se desarrolla el concepto de trabajo en equipo, considerado como el conjunto de personas que realizan tareas para alcanzar un resultado esperado. Estas personas poseen capacidades y competencias específicas que permiten hacer cumplir esos objetivos. Los equipos de trabajo se desarrollan con la idea de hacer tareas que son complejas y difíciles de abordar por una sola persona, es por ello que:

integran armónicamente las funciones que se desarrollan.

Reparte las responsabilidades y las comparte

Requiere de coordinación para el desarrollo de las actividades

Los programas del equipo siempre apuntan a un objetivo común.

7.4- Taller de gestión comercial

- Gestión comercial

Se considera como la capacidad de generar y controlar los recursos necesarios para el proceso de una organización en el área comercial. Procura determinar acciones trascendentes como acceso a los mercados de interés, que productos ingresar, que precios fijar, y desarrollo del sistema comercial eficiente con el fin de obtener los beneficios buscados.

La gestión comercial resuelve operativamente los dilemas que se plantean en la estrategia corporativa.

- Gestión de Ventas

Gestión de ventas es el área que tiene como objetivo principal mantener y aumentar las ventas de la compañía, mediante la administración eficiente del

recurso humano de venta disponible y del mercado potencial de clientes en un plazo determinado. Se considera como el área operativa de la gestión comercial, ya que posee la misión de persuadir a un mercado respecto de la existencia de un producto que la compañía ofrece. Es la encargada de manejar la fuerza de venta.

- **Marketing Interno**

Es el trabajo interno que se desarrolla mediante la búsqueda de la satisfacción en el trabajo por parte de los colaboradores y empleados. Busca la constante participación y desarrollo de la autoestima de los colaboradores. Se puede resumir como el conjunto de técnicas que permite vender la idea de la empresa, asumiendo el compromiso con sus estrategias, estructuras, y dirigentes donde su mercado interno son sus colaboradores, o llamados clientes internos, el proceso de venta interna de nuestra propia gestión, donde se involucra al trabajador, haciéndolo parte importante de los procesos, y buscando su desarrollo profesional y personal.

- **Estructura de venta Vertical**

Cuando las empresas son estructuradas verticalmente tienen una cadena de gestión. Por lo general, requieren de un CEO para que tome las decisiones principales y luego él delega su autoridad a los gerentes de mando medio quienes son los encargados de transmitir las decisiones y lineamientos a las primeras líneas de trabajo y conforme a la ejecución misma del trabajo directo. Beneficia a la designación de tareas de los empleados y se utiliza generalmente en empresas mas grandes donde existe mucha departamentización, y donde existen recursos que controlar.

- **Estructura de Venta horizontal**

las compañías con organización del tipo horizontal, también llamadas planas, no tienen gerencia de nivel medio. Por el contrario, son los altos directivos quienes manejan las tareas del día a día y en general interactúan

personalmente con los clientes y los empleados de primera línea, se utilizan en empresas mas pequeñas que no requieren grandes departamentos de trabajo y el flujo de la información es mas rápido y efectivo.

7.5- Glosario portafolio III

- Factores Productivos:

Son los elementos que componen la función de producción. Por una parte, el capital (Empresas) y por otra parte el Trabajo. Ambos son los elementos básicos del desarrollo económico, los cuales determinan los niveles en que las empresas y las personas interactúan para desarrollar una actividad productiva. Ambos son variables independientes y así como podemos determinar en proporcionalidad como afectan a la función de producción. Existe la posibilidad de que ambos crezcan o disminuyan por si solos. Esa variable puede determinar la eficiencia en el uso de cada uno de ellos.

- PIB (Producto Interno Bruto):

El producto interno bruto es aquel indicador que mide las actividades productivas que se desarrollan en un país. Esta medición representa a la mayoría de los sectores productivos y demuestra la capacidad económica de una nación en razón de sus recursos y como se explotan los mismos. Su determinación se estructura con la finalidad de generar un factor de evolución único, es por ello que podemos medir el crecimiento por ejemplo de un país como Chile (que basa sus economías en la minería) con otro país como argentina que basa su economía en sector agrícola y productivo.

- PIB Percapita:

Como ya señalamos en la definición anterior, el PIB permite determinar la capacidad económica de una nación. En base a la medición de sus actividades productivas. Pero existe un concepto que permite hilar mucho mas fino respecto de como ese análisis se aterriza en la población y la gente común y corriente. Este concepto es el PIB Percapita, que no es mas que la

estimación del PIB por la cantidad de habitantes de un país, este indicador permite determinar cuan exacto es el ingreso por habitante en razón de la productividad de un país. Y como estos recursos son distribuidos en relación a los ingresos por concepto de explotación de las diversas áreas productivas.

- **Externalidades**

En cualquier actividad económica que se desarrolle a nivel macro o micro existen factores que repercuten directamente en el medio en el que se desarrolla, es por ello que a este efecto se le llama externalidad. Así lo indica (Stiglitz, 2000). Es así como las decisiones de consumo (personas) la producción (empresa) y la inversión (empresas o estado) son determinantes de generar un efecto directo en otras personas, empresas o el medio ambiente o social donde se desarrollan. Estas externalidades pueden ser positivas o negativas. En. Este escenario podemos ejemplificar que una industria forestal genera una externalidad negativa al afectar un ecosistema directamente y generar contaminación. Por otro lado podemos representar como una externalidad positiva el desarrollo de un proyecto de energía sustentable como lo es un parque eólico.

- **Crecimiento Exógeno y Endógeno:**

El crecimiento económico es las funciones que permite determinar en base al desarrollo de actividades productivas la capacidad de un país de generar riquezas. En este sentido existen variables que intervienen en el crecimiento económico, estas variables pueden ser internar o externas y son denominadas.

Variables Exógenas: son aquellos factores que a través de una variable externa determinan un problema, explicación o solución de un determinado resultante en ello variables externas al mismo en este caso podríamos ejemplificar las subida o alzas de commodities como el petróleo. Variables Endógenas: a diferencia de las exógenas, las variables endógenas consideran al problema o la solución como parte del sistema en consecuencia se estima que estas variables son influencia desde dentro del

mismo. Es el caso por ejemplo del recurso trabajo (calificado) en una economía como la chilena.

- **Modelo sustitutivo SIS**

Este modelo económico desarrollado a fines de los años 60, e implementado principalmente en economías socialistas, busca en resumidas cuentas suplir el abastecimiento externo con un proceso de industrialización interno, donde el fomento productivo es la piedra angular de la producción de bienes y servicios en una economía. La implementación de estos sistemas contemplan la integración vertical de las industrias y en muchas ocasiones que el estado asuma el control y manejo de estas industrias. El resultado es razón de análisis ya que en muchas ocasiones se produce una ineficiencia en la gestión de los recursos ya sea por factores de capital o de trabajo calificado. Un ejemplo de esta implementación fue la reforma de los años 70 en el gobierno de Allende, o el modelo económico venezolano que podemos ver en nuestra época. Este análisis se puede ver en la publicación de (Cariola, 1982)

- **Neoliberalismo**

Es un modelo económico que busca el desarrollo en base a la comprensión del estado, donde este toma un rol mínimo en la economía de un país, en consecuencia, su intervención debiese ser mínima, dando paso a que los ajustes y desarrollo de los mercados sean manejados en su mayoría por la oferta y la demanda. Una de las características de este sistema es la eliminación de trabas que impida el desarrollo libre de cualquier actividad. Es así como podemos encontrar ejemplos de economías neoliberales en base al capitalismo como Estados Unidos.

E-Marketing**- Marketing Digital:**

El Marketing como ciencia, se ha encargado durante años a crear valor a las organizaciones que generan bienes o servicios, y que buscan la satisfacción de las necesidades de los compradores. Bajo esa lógica el Marketing digital nace al alero de la revolución tecnológica, donde transforma su forma, pero no su objetivo final que es la generación de lucro. Este cambio se refleja en la forma como se realiza el proceso de mercadeo, ya que incorpora cualquier medio electrónico o tecnológico para el cumplimiento de este objetivo, considerando para ello herramientas como e-mail, redes sociales, plataformas web, y en general todo lo que pueda desarrollarse en la web. La principal característica del E-Marketing es su nivel de personalización y la retroalimentación que entrega en su implementación.

- B2C:

Corresponde a un sistema de negocio que comercializa a través de internet la llamada Business to Consumer, o más bien la venta entre empresa y consumidor. Es la forma de venta más común en las plataformas electrónicas ya que involucra a las empresas como dadores de bienes y servicios y a los consumidores como usuarios finales de los mismos. Esta estructura es la más básica en el relacionamiento comercial entre un vendedor y un consumidor.

- E-Commerce :

Es la figura de negocios que utilizan las plataformas de ventas por internet que son intermediarios entre el productor y el comprador final, en ella podemos enmarcar agencias de viajes, plataformas de ventas de entradas a eventos, seguros, y en su gran mayoría productos o bienes de consumo final. Bajo este último ítem podemos considerar las plataformas de los grandes retailers, o supermercados que prestan su soporte para la comercialización de productos.

- **Estrategia EXITO**

Una de las tendencias que mas fuerza ah tomado en el E-marketing a sido la llamada estrategia E-X-I-T-O. cuya finalidad es determinar los pasos a seguir para el cumplimiento de los objetivos de una campaña, basados en los planteamientos de su postulante (Kutchera, 2013).

La conceptualización de la estrategia es la siguiente:

_E- Escucha a tu audiencia: Y hace relación directa a la que las empresas deben considerar a sus clientes y prospectos para un buen desarrollo de las estrategias, esta retroalimentación viene de la mano con el surgimiento de redes sociales, y medios de comunicación masiva que permiten una interacción constante con los consumidores.

_X- eXperimente como usuario mediante perfiles: no es mas que la representación mediante perfiles o segmentación de ellos con la información obtenida de los usuarios.

_I- integre los canales de comunicación: crear los medios donde personas y empresas se relacionarán (chat online, foros, encuestas web)

_T- Transforme a su audiencia en comunidades: una de las herramientas mas fuertes de esta estrategia, ya que considera que los usuarios pasen a ser comunidades, representadas por la marca, con intereses en común y donde se crea el valor de marca mayor.

_O- Optimice: la premisa de este concepto es “Lo que no se mide no existe” el calculo del efecto, y efectividad de las campañas es fundamental para determinar el éxito y los costos asociados de esta, por ello este factor es uno de los principales en esta estrategia. Una de sus mejore y mayores ventajas. (Fuentes, 2010).

- **Arquitectura de información:**

Es el conjunto de habilidades y conceptos que se ponen en practica para lograr un diseño efectivo de una estrategia de Marketing. Es un conjunto de técnicas que implementa los especialistas de medios, para el desarrollo de

las estructuras que soportaran la campaña. Es en otras palabras el marco estructural de los contenidos de la web.

De los aspectos mas relevantes de los que se encarga la (AI) encontramos:

_Diseño de información digital

_Diseño de las interfaces web

_Usabilidad

- **Posicionamiento de Marca**

este concepto hace referencia al lugar que ocupa nuestra marca en la mente del consumidor frente a la competencia. De acuerdo con la asociación que genera frente a los competidores podemos determinar que posición tenemos en el consumidor.

Esta asociación mental referenciara directamente el lugar que ocupa la marca, ya sea por asociatividad o por los atributos que el cliente identifica en su mente al momento de pensar en nuestra marca. Es sumamente importante también este concepto ya que puede determinar una decisión directa del consumidor ya se para acceder o no a comprar nuestros productos. Esta asociación puede ser positiva o negativa por ejemplo como una marca puede representar felicidad o en su defecto lo contrario.

- **Marketing Móvil**

Esta arista del Marketing se refiere a la plataforma móvil en la que se desarrolla, básicamente corresponde a las estrategias que se implementan en Smarthphone, tablets, y dispositivos móviles en general.

Según (Cañabate, 2009), esta plataforma posee múltiples características que la convierten en una herramienta practica y efectiva para el desarrollo de campañas con altos porcentajes de efectividad. Este tipo de Marketing permiten sobre todo movilidad y personalización de las campañas, son totalmente medibles y aplicables en gran escala.

Gestión Financiera

- **Macroeconomía:**

Corresponde a un estudio de mercados y participantes de ellos desde un punto de vista amplio (macro), identifica relaciones entre aquellos mercados, observa cuales son las diferentes partidas que relacionan un país con el resto del mundo, es fundamental entender estas variables para explicar cuál o cuáles son las causas del desarrollo a nivel país.

- **Balanza de Pago:**

Indicador macroeconómico que registra las transacciones de los residentes de un país con el resto del mundo durante un periodo de tiempo determinado, que permite determinar las transacciones de bienes y servicios. Esta estructura contable se subdivide en:

_Balanza de bienes: compra y venta de mercaderías

_Balanza de servicios: registra las transacciones de servicios, viajes, comunicaciones, transporte, etc.

_Balanza de rentas: ingresos de capital y trabajo.

_Balanza de Transferencias: registra transferencias corrientes entre residentes y no residentes.

- **El Desempleo:**

Corresponde a una baja en las tasas porcentuales que se manejan con estadísticas a nivel país, donde por una recesión económica, o una baja en la economía puede afectar directamente a la tasa de desempleo. Este concepto de medición es relevante para determinar el crecimiento y la estabilidad económica de un país, ya que es el indicador que posee la mejor sensibilidad a la hora de determinar la condición de una economía en un periodo determinado.

- **La inflación:**

Corresponde a un proceso económico que sufre desajustes en el equilibrio de la economía provocado por la interacción de la oferta y la demanda, para

el cual su mayor característica es el alza sostenida de los precios de los bienes y servicios y la desvalorización sistemática de la moneda.

Es uno de los principales factores que se miden cuando una economía entra en recesión y estancamiento económico. Como medida de apalancamiento se establecen políticas económicas por parte de los Bancos centrales como por ejemplo el aumento de las tasas de interés.

- **IPC:**

El índice de precio al consumidor es un indicador económico que valora los precios estimados en conjunto de ciertos bienes y servicios. Sirve para generar los ajustes y reajuste necesario para actualizar estos valores entre un periodo y otro. En Chile este indicador es sumamente usado para determinar valores como por ejemplo de la canasta básica y reajustar el costo futuro de los bienes y servicios. El IPC se utiliza también como indicador de la inflación, estimador de los costos de vida y como indicador permanente para los reajustes de contratos laborales y comerciales.

- **Tasa de interés:**

Este concepto hace referencia al porcentaje que se genera al utilizar el dinero de un tercero o poner a disposición de un tercero nuestros propios recursos. Se usa generalmente cuando se realizan préstamos y está identificado como un porcentaje aplicado al capital transado. En macroeconomía las tasas de interés son determinadas por el banco central quien es el encargado de regular el consumo y el ahorro a través de este factor. A nivel microeconómico las tasas de intereses son aplicables por bancos, financieras, créditos personales interpersonales que generan transacciones de dinero con el objetivo último de ser devueltos en un periodo de tiempo por el beneficiario.

- **Pasivo circulante**

A diferencia del activo corriente, El pasivo es aquel compromiso, deuda o acreencia que la empresa posee y que esta determinada o exigible en el corto plazo. Estos pasivos son parte del flujo mensual de la caja y sus principales utilizaciones son para el cumplimiento de pagos para con:

- _ Proveedores
- _ Acreedores comerciales
- _ Impuestos
- _ Seguridad o leyes sociales

Es una herramienta que puede medir los compromisos de la empresa y la capacidad que esta requiere en la generación de activos para el pago de los mismos.

7.6- Glosario portafolio II

BRANDING

- **Marca:**

Señal que nos permite identificar o distinguir algo para mostrar información alguna sobre nuestra empresa.

- **Community Manager:**

Profesional que construye, gestiona y administra de forma clara, precisa y efectiva una comunidad online alrededor de una marca en la internet, manteniendo al cliente al tanto de cambios, ofertas, fanspage.

- **Identidad de la Marca:**

Público, o cliente que se identifica con la marca, el recuerdo que el cliente tiene de nosotros en su día a día, más bien como nos compara en relación con la competencia.

- **Imagen de la marca**

Percepción que tienen los consumidores de una empresa.

- **Identidad Digital**

Tiene mucha relación con Community manager, ya que es todo lo que nos identifica en el entorno online, ya sean estas páginas Web, Facebook, Insta. Etc.

Ética y responsabilidad Social

- **Ética:**

Defino este concepto como disciplina que estudia el bien y el mal y sus relaciones con la moral y el comportamiento de un ser humano.

- **Moral:**

Defino este concepto como disciplina que estudia el comportamiento humano en cuanto al bien o el mal.

- **La Comunidad:**

Corresponde a un conjunto de personas que viven juntas bajo reglas o que tienen los mismos intereses.

- **La Responsabilidad Social Empresarial y el Medioambiente:**

Serie de acciones y esfuerzos que llevan a cabo las empresas para compatibilizar sus actividades comerciales y corporativas con la preservación del medio ambiente.

- **La Responsabilidad Social Empresarial:**

Integración voluntaria por parte de una empresa responsable de un estilo de gestión empresarial diferente, que persigue conciliar el crecimiento y la competitividad.

Gestión Financiera Corporativa

- **Ratios Financieros:**

Son también conocidos como indicadores financieros, son aquellos indicadores relativos de dos valores numéricos sacados de los estados

financieros de una compañía o entidad, suelen usarse en contabilidad con el propósito de analizar la situación financiera global

- **Activo Corriente**

Es aquel activo de una empresa que puede hacerse líquido, más bien dicho convertirse en dinero, en menos de doce meses.

- **Costos**

Se entiende por costos todo lo que la empresa invierte, ya sea esto mensual, anual, existen tipos de costos, estos son los fijos, y los variables, donde entran, sueldos, gasto de luz, agua, insumos, materias primas Etc.

- **Gastos Generales**

Son todos los costos sobre el estado de resultado, con algunas excepciones del trabajo directo, materiales directos, y gastos directos, estos gastos generales incluyen, contabilidad, depreciación, seguros, impuestos Etc.

- **Utilidades:**

Corresponde a la ganancia después del impuesto de cualquier venta de algún bien, producto o servicio, en palabras generales es lo que gana el comerciante o empresario de una venta

Macroeconomía

- **Macroeconomía:**

Corresponde a un estudio de mercados y participantes de ellos desde un punto de vista amplio (macro), identifica relaciones entre aquellos mercados, observa cuales son las diferentes partidas que relacionan un país con el resto del mundo, es fundamental entender estas variables para explicar cuál o cuáles son las causas del desarrollo a nivel país.

- **Balanza de Pago:**

Indicador macroeconómico que registra las transacciones de los residentes de un país con el resto del mundo.

- **La inflación:**

Corresponde al aumento de los consumos de primera necesidad, donde uno se encuentra en un punto donde percibe la misma cantidad de remuneración, pero los precios de bienes y/o servicios aumentan de tan manera que no se logra alcanzar a adquirir.

- **El Desempleo:**

Corresponde a una baja en las tasas porcentuales que se manejan con estadísticas a nivel país, donde por una recesión económica, o una baja en la economía puede afectar directamente a la tasa de desempleo.

- **Crecimiento Económico:**

Se entiende como una evolución positiva de los estándares de vida de un territorio, principalmente países, que son medidos en términos de capacidad productiva de su propia economía.

7.7- **Glosario portafolio I**

Economía: Ciencia que estudia los recursos, la creación de riqueza y la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, para satisfacer las necesidades humanas.

- Se define como la ciencia de la decisión, como consecuencia el problema económico básico de los escasos, que obliga a elegir el destino de los recursos limitados.
- Estudia y analiza la forma en que los individuos, consumidores y las sociedades realizan sus elecciones económicas.
- Analiza de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir la mayor cantidad de productos, para así lograr satisfacer la gran demanda de necesidades.

- También hace referencia o un análisis de la conducta humana como una relación entre fines y medios que son escasos y susceptibles de usos alternativos.
- La correcta y prudente administración de los recursos, ya que éstos son escasos.
- Explicación del cómo logra el ser humano sus ingresos y de que manera los invierte.
- Explica de que manera poder invertir ya sea en un periodo de corto o largo plazo, más bien haciendo un análisis de donde poder invertir de manera coherente, eficiente y correcta el dinero obtenido.

Administración: Es una acción de administrar, gobernar, organizar una perfecta economía, También se le conoce como conjunto de funciones que se realizan para administrar de una manera eficiente y eficaz tus recursos, ya sean propios o de la empresa.

- Ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano.
- Dirección eficaz de las actividades y la colaboración de otros individuos para obtener determinados resultados positivos.
- Es la dirección de un organismo social y su efectividad en alcanzar sus objetivos, abocándose en las habilidades de conducir a sus propios integrantes.
- Coordinación de todos los recursos a través del proceso de plantación, dirección y control, con el fin de lograr objetivos establecidos.
- Método por el cuál un grupo de cooperadores dirige sus acciones hacia metas comunes y claras.
- Método consciente de actuar sobre sistemas organizativos y demás elementos con vistas a obtener determinados resultados bajo ciertas condiciones y restricciones.

- Departamento o proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una determinada empresa, para lograr un propósito dado.

Marketing: Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objetivo mejorar la comercialización de un producto o servicio.

A la vez está encargado de masificar las redes sociales, ya sean Facebook, Twiter, Instagram, Páginas web, Etc. Para así poder facilitar el conocimiento de todos, dentro de las diferentes redes sociales

- Marketing es el proceso de gestión responsable de identificar, anticipar y satisfacer las necesidades del cliente de forma rentable.
- Es la actividad de un conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar, e intercambiar ofertas que tienen valor importante para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general.
- Marketing es una disciplina que, como todas, es cambiante y evolutiva, la cuál debe adaptarse a los avances tecnológicos que están liderando el mercado.
- El marketing está implementando tácticas de diversas industrias, en relación al comportamiento del consumidor.
- Marketing permite establecer posiciones potenciales entre los usuarios que sí estén interesados en los productos y/o servicios que ofrece la empresa.
- Marketing también se define como proceso social porque intervienen grupos de personas con necesidades, deseos y demandas.
- Marketing es unos de los departamentos más importantes de una empresa, tales como Finanzas, Recursos humanos Etc. Por ende, éstos se coordinan entre sí.

8- Caso final de aplicación y Mapa Conceptual

En tiempos de estallido social una pandemia desata la crisis.

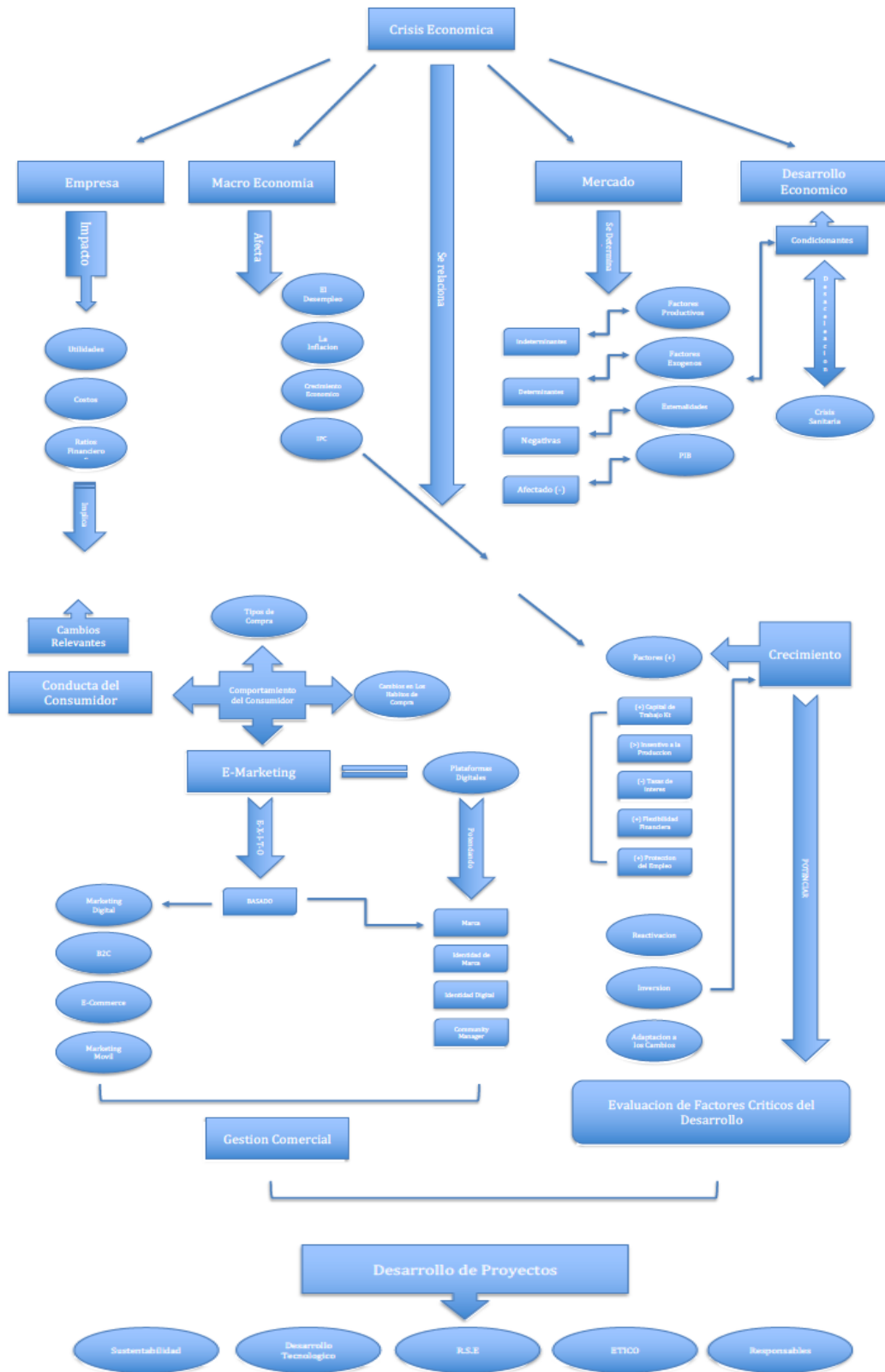
Introducción y Contextualización

Cuando analizamos las condiciones perfectas de una crisis económica, podríamos describir al año 2020 como la tormenta perfecta para la economía mundial. En Chile profundizada por una crisis social sin precedentes, y una enorme desigualdad social que provoco enormes cambios sociales y económicos.

Nuestro análisis se basa en el caso trabajado en el Portafolio II, titulado “En tiempos de un estallido social, una Pandemia desata la crisis”. Ensayo donde mencionamos los factores críticos que se desarrollaron negativamente para que la economía chilena se vio fuertemente afectada pero donde también encontramos las oportunidades para el desarrollo de nuevas formas de hacer negocios, vender productos y servicios y el general desarrollar con una nueva normalidad de por medio, la esperada reactivación.

En el siguiente desarrollo analizaremos los aspectos relevantes de nuestro método de estudio, para explicar las condicionantes de este escenario, pero de manera positiva y como acciones eficientes podrían ayudar a un retorno a la senda del desarrollo tan esperado.

PORTAFOLIO DE TÍTULO



CONCLUSIONES

- El análisis macro de los factores relevantes del caso nos centran en 4 conceptos afectados por la condición antes mencionada: Empresa, Macroeconomía, Mercado, Desarrollo Económico. Que se ven directamente afectados en la crisis.
- Cada uno de estos conceptos son desarrollados de manera de demostrar paso a paso cuan afectados se vieron, pero con la generación de una condicionante particular que permite generar las medidas necesarias a implementar para lograr las mejoras y sorteo favorable de las implicancias negativas de la crisis.
- Empresa: Nos centramos en las medidas efectivas para el desarrollo de las mismas, analizando las nuevas condiciones de la nueva realidad económica pero también considerando las condiciones en el mercado y el cambio significativo que sufrió la conducta del consumidor, donde además de resentir la parte económica condicionada por el estancamiento, vio como el comportamiento del consumidor mutó a las nuevas formas del mercado digital, del Marketing Digital, el Ecommerce, y la TI.
- Desarrollo de subconceptos como el marketing (E-Marketing), y sus formas nos permiten identificar las nuevas concepciones de los negocios, y como las empresas generaran el desarrollo efectivo de la mano con los nuevos consumidores, para que a nivel macroeconómico el país logre salir de la desaceleración y se posicione nuevamente en vías del crecimiento.
- Esta conceptualización, nos permite de igual manera analizar los factores claves que determinan la condición actual de los mercados, y cuales son las salidas óptimas para su re-potenciamiento. Donde el estado cumple un rol fundamental determinando medidas que apoyen el crecimiento, la inversión, y el apoyo a las empresas, como también medidas de protección al empleo y al crecimiento a través de diversas acciones.
- Por último, analizamos como el crecimiento se debe desarrollar como concepto central y las medidas condicionantes que permitirán alcanzar este objetivo en base al desarrollo de nuevas formas de negocios y como las

empresas deben lograr cuantitativa y cualitativamente presentar sus nuevos proyectos de desarrollo de negocios.

- El mapa permite apreciar multidisciplinariamente en cuanto a conceptos complementarios el desarrollo de la crisis, pero a la vez las posibles salidas de la misma.
- Podemos analizar acabadamente los problemas ocasionados, pero a la vez diagnosticar precisamente las mejoras a implementar.

Bibliografía

<https://virtual.uniacc.cl/course/view.php?id=14595>

<https://www.ciperchile.cl/2020/06/20/sindemia-la-triple-crisis-social-sanitaria-economica-y-su-efecto-en-la-salud-mental/>

<https://lemondigital.cl/comportamiento-del-consumidor-despues-de-pandemia-covid-19/>

<https://virtual.uniacc.cl/course/view.php?id=14248>

<https://virtual.uniacc.cl/course/view.php?id=14603>