



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

Reconocimiento de la Función que Realiza la Defensoría Penal Pública

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

Docente portafolio: Edith Carola Ubilla Briones

**Estudiante:
Geraldo Patricio Ruiz Vargas**

Santiago de Chile, Abril de 2024

*Quiero dedicar este trabajo a mi familia,
Mi esposa Nancy y mis hijos Emilia, Victoria y Pedro,
que me acompañaron en todo este recorrido y
me apoyaron para llegar a esta instancia.*

*También agradecer a mi padre por todo el apoyo
que siempre me ha entregado y
un especial recuerdo para mi madre
que hoy no esta con nosotros,
pero que siempre siento su apoyo.*

*Gracias por ayudarme
a llegar a esta etapa y espero que sientan
este logro como propio de ustedes.*

Gracias

ÍNDICE

• HITO 1 PORTAFOLIO DIGITAL	4
• HITO 1: ACTIVIDAD DISCIPLINAR	11
• HITO 1: ACTIVIDAD LÚDICA N° 1	15
• HITO 1: ACTIVIDAD LÚDICA N° 2.....	16
• HITO 2: PORTAFOLIO DIGITAL	18
• HITO 2: ACTIVIDAD DISCIPLINAR	31
• HITO 2: ACTIVIDAD LÚDICA N° 1.....	36
• HITO 3: PORTAFOLIO DIGITAL	39
• HITO 3: ACTIVIDAD DISCIPLINAR	52
• HITO 3: ACTIVIDAD LÚDICA N° 2.....	56
• HITO 4: PORTAFOLIO DIGITAL	59
• HITO 4: ACTIVIDAD DISCIPLINAR	72
• HITO 4: ACTIVIDAD LUDICA N°1.....	76
• HITO 4: ACTIVIDAD LUDICA N° 2.....	79

HITO 1 PORTAFOLIO DIGITAL

Objetivo del Portafolio Digital

Descubrir cómo funciona el sistema educacional on-line, especialmente en una carrera profesional como Ingeniería Comercial, ya que en este campo mi experiencia es baja.

Reconocer los conocimientos que se entregan cada una de las asignaturas de la carrera para poner en ejercicio en las funciones laborales que me corresponde desarrollar.

Analizar en profundidad cada uno de los tópicos de las asignaturas, de forma de comprenderlos, entenderlos y aplicarlos.

Aplicar en los trabajos prácticos de la Universidad, los conocimientos adquiridos para resolver distintos tipos de problemas, que permitirán usar estos en el desarrollo de las actividades laborales.

Presentación del Estudiante

Mi nombre es Geraldo Ruiz Vargas, nacido en enero de 1970, en la ciudad de Punta Arenas, que hoy en día adquiere especial relevancia. Soy casado Nancy con tres hijos, Emilia y Victoria de 16 años y Pedro de 12.

En materia académica, terminada la enseñanza media ya radicado en Santiago, me titulé de Administrador Público con mención en Administración Municipal y Regional de la Universidad Tecnológica Metropolitana (UTEM), posteriormente además de realizar varios cursos de capacitación, obtuve un Post-Título en Evaluación Ambiental en la U. Chile, un Diplomado en Reingeniería en Gestión Administrativa en la USACH y un Diplomado en Gerontología Social en la PUC.

El año 2005 comencé el estudio de un Magister en Gerencia y Políticas Pública en la Universidad Adolfo Ibáñez, titulándome el año 2007

En materia laboral, durante toda el tiempo he trabajado en distintos servicios de la administración pública el mayor tiempo en cargos directivos, en la primera parte estuve a cargo de las área de administración y finanzas en la Intendencia de la RM, Gobernación de Maipo, Instituto Nacional de la Juventud y en la Subsecretaría de Previsión Social; posteriormente me vincule al área de planificación, estudios y control de gestión en el Servicio del Adulto Mayor, Sence, Subsecretaria del Trabajo y Dirección de Crédito Prendario; actualmente trabajo en la Defensoría Penal Pública, en el departamento de Evaluación, Control y Reclamaciones, haciendo auditorias de contratos y pagos.

Mis pasatiempos son mirar futbol especialmente los del tetracampeón Universidad Católica, practicar cuando se puede o podía basketball, mirar series y películas, y escuchar música de todo tipo siempre.

Narrativas Reflexivas

Ingles

Para comenzar en esta asignatura desde que termine la enseñanza media no la había tenido en forma regular, ni por cursos, solo lo que uno capta de noticias, cine, etc., por esto podemos indicar que no habían conocimientos previos, por eso la problematización es la etapa en la que me encuentro, ya que estoy comenzando de cero y ahí seguir avanzando hacia la etapa de práctica reflexiva, que se ha ido dando de manera regular, por la forma o metodología de estudios, de realizar trabajos hablados permite ir asimilando de la mejor forma estos conocimiento e irlos aplicando en forma práctica, lo que como se indica es aprender haciendo.

Ahora debo reconocer que para mi ha sido un constante aprendizaje puesto que es por lejos la materia o asignatura que menos domino y que por eso requiere de un esfuerzo adicional, en estas materias los resultados han sido suficiente, sin embargo, su realización requiere dedicarse con mayor fuerza, para mejorar los resultados. Se con profunda sinceridad no lo tenia contemplado y desde siempre he tenido problemas con el idioma, sin embargo, en este periodo y teniendo en consideración todas las tecnologías nuevas, sea mas accesible el entender el idioma, pero en los trabajos donde se requiere hablar siento que hay un déficit muy grande, encuentro que aún en ese aspecto tengo un largo camino por recorrer, esta asignatura considero que si quiero mejorar debe ser una de las que requiere más trabajo.

Microeconomía:

Esta es una asignatura con la cual me siento muy a gusto, puesto que, por mi formación y estudios, me ha tocado realizarla en variadas ocasiones, lo que me permite tener un conocimiento previo de varios tópicos, lo que hace mucho mas agradable el recordar distintas materias ya vistas, y que son conocimientos que uno ya tiene asimilado, esto me permite avanzar de mejor forma en cada parte de la asignatura. Por tanto aquí reconozco aprendizajes previos, adema son contenidos que no han tenido mucha variación en el tiempo, por tanto me encuentro en una etapa del ciclo de aprendizaje de resignificación y avanzando hacia las otras etapas, pero esta es una asignatura que termina ahora, pero se puede complementar con Macroeconomía que podría permitir hacia las tras etapas del ciclo de aprendizaje.

Finanzas

Si bien en mi formación es una asignatura nueva, por distintas circunstancias de desempeño laboral hay una afinidad con la asignatura, no teniendo un conocimiento acabado de las materias si hay un entendimiento de mejor forma, ahora independiente de lo anterior me encuentro en la etapa de problematización, habiendo muchos aspectos que no manejo además de entender el contexto global de esto

Ha sido un tema complejo esta asignatura, puesto que si bien funciona bajo un razonamiento matemático, hay que tener una una conformación global de la significancia de las finanzas en las empresas y como son relevantes en su gestión, por eso el estudio requiere de mucho conocimiento en diversos aspectos, los cuales para uno que tiene una primera aproximación no se hacen fáciles, especialmente cuando uno no tiene los canales expeditos de consulta con los docentes.

Calculo II

Esta asignatura si bien la había realizado anteriormente, al ver los contenidos, pude comprobar que estaba en el inicio de la problematización, puesto que no recordaba mucho de la materia y los ejercicios, materias y trabajos, se veían de un alto grado complejidad, ha sido un proceso difícil porque para ingresar en este campo se requiere una serie de conocimientos previos de base, que hubiese sido bueno tenerlo a modo de nivelación, sin embargo se han dado algunas facilidades que permiten ir trabajando con mayor facilidad, pero el nivel se encuentra en el mismo es decir problematización.

Branding

Si bien esta asignatura no la había tenido en mis otras experiencias académicas, si tenía algunos conocimientos previos de marketing, lo que me ayudo para abordar con mayor seguridad la asignatura, por eso podría indicar que me encuentro en la etapa de practica reflexiva y avanzando a la resignificación, puesto que por el trabajo que hemos ido desarrollando vamos viendo el tema aplicandolo en un caso concreto, que puede verse con mayor detalle en las evidencias, por otra parte cuando hablamos de la resignificación, se indica en el marco de lo que vi en su momento en marketing, hoy se aplica pero de otra forma, ya que los medios digitales y multimediales van consolidando todo.

Los contenidos de esto creo que serán de mucha utilidad y un primer ejemplo se encuentra en la actividad disciplinar que se presento.

Portafolio I

Esta asignatura me ha costado entenderla, considero que me encuentro en la problematización, ya que es una materia nueva que es distinta al resto, y en ese sentido podemos ver que hay mucho que revisar y seguir avanzando, ahora a diferencia de los otros esta asignatura tiene continuidad durante los cuatro sermestres de la carrera, por tanto el avance se ira dando con el tiempo.

Las actividades desarrolladas como las lúdicas y la disciplinar, que se adjuntan en los siguientes, me han ayudado para avanzar en el entendimiento de la asignatura, pero todavía me falta concantenar todos los aspectos parta verlo como un todo que permita desarrollarlas de buena forma.

https://docs.google.com/document/d/1hf0nk-ixsffvos_S_r452Esk5z384Wpl/edit?usp=sharing&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

https://docs.google.com/document/d/1hf0nk-ixsffvos_S_r452Esk5z384Wpl/edit?usp=sharing&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

Evidencias y sus declaraciones contextualizadoras

Mapa conceptual Microeconomía

La presente evidencia corresponde a un trabajo realizado al final del semestre, que dice relación con la elaboración de un mapa con todos los aspectos revisados en la asignatura de Microeconomía, es por decirlo un resumen de lo que vió, esto tiene punto importante porque como se indico anteriormente, microeconomía es una asignatura que había visto en varias ocasiones por tanto adquiere una resignificación, puesto son contenidos que se han vuelto a estudiar y que hoy especialmente en la discusión país tienen especial relevancia.

Lo relevante de este tipo de trabajo se logra contextualizar la materia en su conjunto, además al elaborar el mapa uno puede ver como se relacionan todos los aspectos y es mas descubre algunas correlaciones que no se habían podido apreciar en el estudio de la asignatura.

El link para acceder a este trabajo es el siguiente:

https://drive.google.com/file/d/1_jFWqvNgtxTNYRs5FrosG5zuUFYtcfo/view?usp=sharing

Trabajo Integrador de Ingles

La siguiente evidencia corresponde a la asignatura de Inglés, que es una materia donde menos preparación tengo, como se señalo anteriormente en la narrativa reflexiva, me encuentro entre la problematización y la practica reflexiva, pero a esto para este trabajo se agrega la dificultad en mi caso que debe hacerse hablado, situación de suyo complicado para quienes tema nula práctica de esto.

Por eso, esta evidencia tiene relevancia puesto que en mi caso significo un avance dado el bajo nivel y además fue evaluada de buena forma.

El link para acceder a este trabajo es el siguiente:

<https://drive.google.com/file/d/1QwSDvYjU4tSghJaDJmFdxlVU3wV9gms1/view?usp=sharing>

Trabajo Branding

La siguiente evidencia corresponde a la asignatura de Branding, que dice relación un trabajo de creatividad, que implicaba la creación de una marca y trabajar sobre ella diversos aspectos que son objeto de estudio de este semestre, aquí como señale anteriormente desde la practiva reflexiva se ha ido avanzando a una resignificación, puesto que cuando había tenido un acercamiento a este tipo de contenido el desarrollo web y multimedial estaba en sus inicios, por tanto ahora aplicando eso, mas lo visto hace que uno pueda comenzar a crear nuevas ideas, por eso además como se señalo, permitió avanzar sobre estas materias en la actividad disciplinar.

El link para acceder a este trabajo es el siguiente:

https://docs.google.com/document/d/1-qvVWxY_H4xOXeMzIEKAmxDfIWJRfjt2/edit?usp=sharing&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

HITO 1: ACTIVIDAD DISCIPLINAR

Objetivo General

Identificar que el servicio de Defensa Penal, que entrega a la Defensoría Penal Pública, es de calidad, oportuno, eficaz y eficiente a todos los usuarios es gratuito cuando corresponda y presenta buenos resultados para las personas que requieren de esto.

Objetivos Específicos.

Definir el rol que juega la Defensoría en el sistema penal, esto es importante puesto que muchas veces las personas, que por distintas circunstancias caen en este tipo de situaciones no saben quienes son los actores del sistema judicial, por eso es relevante establecer el rol de la institución.

Demostrar que realiza una labor de protección de los derechos humanos, en el tema de la relevancia y pilar de todo el proceso penal, como del resguardo de las garantías, por eso ante situaciones complejas los ciudadanos deben saber donde acudir para el resguardo y respeto de sus derechos.

Establecer que es un servicio público gratuito y de calidad, frente a situaciones complejas, es importante conocer que este servicio es gratuito para las personas de menores recursos o un valor muy bajo para aquellos que tienen mayores ingresos, y por otra parte para que las personas vayan al servicio deben conocer que en situaciones similares sus resultados son altamente positivos.

Considerar que por la labor que se realiza en la defensoría su nombre o marca debe ser ampliamente conocida por la población,

Hechos claves

En gran parte de los casos, nunca las personas quieren o los familiares quieren llegar a la institución, puesto que si llegan es porque alguien tiene algún conflicto con la justicia por un delito o problema que ha acometido.

Por otra parte, hay circunstancia donde uno por mala suerte se ve involucrado en un conflicto, por el ejemplo un choque o un atropellamiento, en especial cuando uno no ha tenido la culpa, y tiene que demostrar su inocencia en el incidente.

Ante este tipo de problemas, las personas deberían conocer los aspectos básicos del sistema judicial que les permita saber que ante ese tipo de problemas, hay un servicio público que les prestara ayuda, que además es un buen servicio, que su prestación es de calidad y que obtiene buenos resultados, ya que especialmente en lo que caen por primera vez, es tanto el nerviosismo que están dispuestos a pagar mucho, para salir del trance, sin embargo si conocieran el servicio y sus medios podrían tomar otras decisiones.

En estudios que se han realizado en el servicio en los últimos años, tenemos que el conocimiento ha ido aumentando, *“buen resultado para la Defensoría surge del grado de conocimiento público respecto de qué es la institución. En este ámbito, el posicionamiento del servicio ha aumentado 22 puntos en cinco años, pues pasó de 44 por ciento en la encuesta de 2015 a 53 por ciento en 2018 y ahora aumentó a 66 por ciento.*

En este ítem, además, el grado de conocimiento de la Defensoría es mayor entre quienes pertenecen a pueblos originarios (72 por ciento) que entre quienes no forman parte de ellos (63 por ciento) y también baja gradualmente según disminuye el nivel socioeconómico de las personas consultadas. Así, en el segmento C1 el grado de

conocimiento de la Defensoría es de 87 por ciento, pero baja a 56 por ciento en el segmento D/E (Defensoría Penal Pública, 2020)

Como se aprecia en los resultados de los estudios indicados anteriormente, si bien ha ido en aumento el posicionamiento, aún es bajo para un servicio de la relevancia que tiene.

Hay una serie de información que permite, establecer como abordar la situación de desconocimiento por parte de los ciudadanos, para que en un plazo ojala aumentar en forma considerable los grados de conocimiento.

Como se ha señalado anteriormente, de lo que estamos hablando en este caso es de un servicio que presta ayuda a aquellas personas que por alguna razón se encuentran en problemas con la justicia, y que por tanto requiere de alguien que sea capaz de resguardar sus derechos y hacer que ante el delito cometido la persona tenga la pena justa y no se violen los derechos, o en caso de ser inocente se resguarde este derecho fundamental

Frente a esto, se hace necesario que además de saber que hay un servicio público que hace ese trabajo, se requiere que se conozca el sistema, quienes participan y cuáles son las prestaciones que entrega, puesto que muchas veces se hacen expectativas que son incumplibles.

Por tanto, se requiere tener la capacidad de diseñar un plan que permita hacer conocido por la mayor cantidad de personas este servicio, sus funciones como y cuando las realiza, que puede o no hacer, etc. Para que en su momento la ciudadanía este informada y pueda tomar una buena decisión

Para esto, las herramientas que se ven Branding como el posicionamiento de una marca, a quien llegar y como llegar, además de ver los criterios de segmentación y diferenciación,

permiten hacer que el servicio aumente su nivel de conocimiento, y por ende pueda entregar sus servicios a más personas.

Las principales interrogantes que se nos presentan en este tipo de trabajos, es que debemos mostrar, como hacemos mas conocidos, quienes pueden ayudarnos a acrecentar nuestra imagen y posicionamiento, que tipos de campañas comunicacionales son mas efectivas, para este tipo de contenidos cuales son las mejores técnicas de comunicación.

Tenemos cubierto en primera instancia toda la población objetivo, a que tipo de público debemos crecer, como hacemos para resaltar el tema de defensa de derechos.

Pertinencia: para un servicio que entrega una prestación tan relevante en el marco del proceso judicial, es fundamental que toda la ciudadanía conozca que existe y lo que hace, además como puede acceder a ella en forma expedita

Los principales Impactos van en dos sentidos primero que van a existir un mayor número de personas que podrán acceder a un servicio de defensa de calidad.

Serán muchos los ciudadanos que podrán sentir resguardados sus derechos, puesto que hay un organismo público que saben que los defenderá.

Se podrá medir en comparación a las anteriores como avanza el posicionamiento del servicio, además se usarán estudios a los usuarios para que al ser mas conocido el servicio como mejora su grado de satisfacción y así una serie de mediciones, que nos permita tener una sociedad mas informada sobre sus derechos y como y con quien puede defenderlos.

HITO 1: ACTIVIDAD LÚDICA N° 1

Después del Test de Competencias, mi reflexión es la siguiente:

Fortalezas, quizás una de las principales que tengo, es buscar por todos los medios posibles, el cumplir con mis metas y objetivos tanto en materias laborales como personales, ya que cuando establezco un compromiso con el lograr algo, busco generarme las condiciones necesarias para cumplirlos, y para eso me beneficia que no tengo miedo a realizar todas las tareas que sean necesarias y dedicarle todo el tiempo que se requiera, además en esos momentos también asoman aspectos de creatividad e innovación, que permite siempre tener un buen resultado, esto cuando me ha tocado dirigir equipos me ha servido para hacer un buen trabajo y obtener muy buenos logros.

Áreas de oportunidad a mejorar, por supuesto que uno tiene muchos aspectos que puede mejorar, sin embargo hay algo que creo que uno siempre puede estar mejorando que es la comunicación con otros, tanto para dar conocer nuevas ideas o proyectos, pero también convencer en seguir un determinado rumbo en el trabajo, esto importante puesto que siempre en los equipos de trabajo hay personas que son reticentes a los cambios o nuevas ideas, por eso siempre es un aspecto que se debe estar en perfeccionamiento para que todos puedan entender lo mismo y así lograr los objetivos y metas que uno establece.

Futuro académico: en primer lugar espero terminar de buena forma este desafío, que por el momento ha sido un poco mas grande de lo que esperaba, con situaciones inesperadas y retomando algunas cosas que hace tiempo no había visto, espero que ir tomando el ritmo, la disciplina y sistematicidad que requiere los estudios, sin embargo creo que no me equivoque, pero ha sido muy desafiante, además he encontrado cosas nuevas que

sin lugar a duda serán de utilidad en el trabajo, también encuentro que esto tiene un enfoque especial, que me permitirá abrirme de buena forma a otras temáticas distintas a las que veo en mi vida laboral, lo que sin lugar a dudas serán un aporte, espero poder asimilar de buena forma todos los aprendizajes que permita ser un mejor profesional en mi vida laboral.

HITO 1: ACTIVIDAD LÚDICA N° 2

Después del Test de análisis 360° y teniendo en consideración las fortalezas y debilidades, mi reflexión es la siguiente:

Hoy mi vida laboral se encuentra en el trabajo evaluación y control de diversos aspectos o ámbitos de la gestión de la Defensoría Penal Pública, lo cual refuerza una de mis principales fortalezas, es buscar el cumplimiento de mis metas y objetivos, así durante todo el tiempo que me ha tocado desarrollar mis labores (9 años) en el mismo ámbito he desarrollado varios proyectos con bastante éxito su gran mayoría, ha habido otros que no tanto, pero han sido un aprendizaje, en esta hay dos cosas que por lo menos en mi caso son de vital importancia y que aparecen en el análisis 360 con resultado muy bueno o excelente(junto con el aprendizaje), por una parte la ética profesional, aquí uno al trabajar en la administración pública, debe tener conciencia que los recursos que tiene pertenecen a todos los ciudadanos por lo cual la ética en el trabajar y actuar es de la esencia y no se puede ceder, puesto que eso al final va en detrimento de todos los ciudadanos; por otra parte otro punto que aparece y considero importante es el de Compromiso/identificación con la organización, esto es fundamental como se dice “ponerse la camiseta” especialmente en un servicio como el nuestro que toca aspectos

esenciales de las personas, como es la libertad un derecho humanos esencial, por eso la labor de evaluación y control es fundamental, ya que por un error o negligencia uno puede estar destinando a alguien a la cárcel, lo cual le destroza la vida, entendiéndolo esta esencia del trabajo uno debe dar su máximo.

Ahora, a futuro y trabajando para mejorar todos aquellos aspectos que aparecen como oportunidades de mejora en el test, pudiese una vez terminada esta carrera, concursar a algún puesto directivos que me permita por una parte llevar a cabo algunas de las características que me aparece como la mejora continua, creatividad e innovación y capacidad de gestión entre otras, teniendo como ahora una orientación a resultados y teniendo siempre como enfoque esencial nuestros usuarios que en su mayoría son personas vulnerables, que no han tenido todas las oportunidades en la vida que hubiesen querido y que uno con un nuevo tipo de liderazgo puede mejorar la calidad de vida de estas personas.

HITO 2: PORTAFOLIO DIGITAL

OBJETIVO DEL PORTAFOLIO

El objetivo en esta asignatura, es seguir tratando de entender la finalidad de este trabajo, algo se alcanzo el semestre pasado, pero la verdad que aún hay aspectos que se me hacen dificultosos de entender en este ramo.

Al hacer este portafolio, se hace un raconto de lo que se ha vivido este semestre en diversas asignaturas, con la experiencia de abarcar nuevos tópicos y otros que ya lo había visto en otros estudios.

Espero que con este trabajo, se pueda comprender el sentido del portafolio en la carrera, para que así en el semestre siguiente, ya tener un conocimiento mas acabado de este instrumento.

PRESENTACION DEL ESTUDIANTE

Mi nombre es Geraldo Ruiz Vargas, soy de Punta Arenas y en el año 1985 mis padres decidieron que nos viniéramos a vivir a Santiago y desde esa fecha vivo en Macul, tengo 52 años, soy casado con Nancy y tenemos tres hijos Emilia y Victoria que tienen 17 años y Pedro de 12 años, me gusta mucho los deportes especialmente mirar futbol y cuando se puede practicar basketball, además disfruto mucho de las series.

Mi formación académica es la siguiente me titule de Administrador Público en la UTEM, posteriormente realice un Magister en Gerencia y Política Públicas en la UAI, además tengo 2 diplomados y post-titulo, esto porque también me gusta mucho estar aprendiendo cosas nuevas e ir actualizando los conocimientos en el mundo actual.

En lo laboral, durante toda mi vida he trabajado en la administración pública, en una primera parte estuve a cargo del área de administración y finanzas, posteriormente me hice cargo del área de planificación y control de gestión, actualmente trabajo en la Defensoría Penal Pública, en el Departamento de Evaluación, Control y Reclamaciones, donde estoy cargo de la supervisión de contratos y pagos de las empresas que nos entregan servicios de defensa penal.

Esta es una breve presentación de mi vida, el haber optado por estudiar esta carrera fue un desafío que me planteé, especialmente por buscar una actualización de conocimiento e incorporar toda el área de marketing que en mis otros estudios no había visto, ha sido un gran desafío, por que compatibilizar estudios, con trabajo y familia no es fácil, pero hasta el momento he podido salir adelante.

NARRATIVA REFLEXIVA 1

Asignatura: Finanzas Corporativas

Tópicos de Interés “portafolios”

Reconocimiento de aprendizajes previos: En la asignatura de Finanzas Corporativas, nunca me había tocado desarrollarla, y en este periodo he ido aprendiendo muchas cosas nuevas, que me han permitido entender de mejor forma los contenidos, siempre esta la inquietud de la falta de tiempo para profundizar algunos contenidos, lo bueno de esto es que muchos de los contenidos son aplicables en distintos ejemplos de la vida diaria.

Como lo indique, en esta asignatura no contaba con aprendizajes previos, por lo que cada contenido era algo nuevo, que me hacía cuestionar varios temas, pero hay un tema que me pareció muy significativo que fue la Teoría de Portafolios.

Se entiende La teoría del portafolio considera que en las decisiones de inversión sólo se tienen en cuenta el retorno esperado y el riesgo. El primer momento de la distribución del retorno es usado como estimación del retorno esperado, y la varianza (o la desviación estándar) del retorno es empleada como medida del riesgo como se indican en los apuntes.

Problematización: En esto el tema de la rentabilidad y el riesgo, fue un tema que me pareció muy fascinante ya que, es un dilema que siempre se debe tener presente, especialmente para aquellos que le toca administrar este tipo de negocios, ya que como deben responder accionista, siempre están buscando los mejores beneficios.

Practica reflexiva: Basándome en lo anterior, la teoría del portafolio basado “Teoría de Portafolio de Markowitz “, extraída del blog www.rankia.cl (León, 2020), la idea principal es que la relación que existe entre el riesgo y la rentabilidad de un mismo activo financiero no se debe analizar o evaluar de manera individual, al contrario, se debe valorar el contexto, la relación que hay entre el riesgo y la rentabilidad, pero desde la perspectiva del conjunto de la cartera.

Resignificación: Después de estudiar con mayor detalle este tema, uno puede establecer que el manejo de esto no es un juego, sino que requiere de análisis matemáticos estadísticos importante, que permita a los administradores tener resultados relevantes y que los accionistas no pierdan sus recursos, pero que tampoco dejen de ganar, el equilibrio en esto es esencial.

Creación-Transformación: Ahora con el avance de la asignatura y habiendo desarrollado con mayor detalle los contenidos, esto ha ido cobrando mucha mayor importancia, puesto que en esto uno ve que se juega el futuro, especialmente en el caso de diversificación de cartera o portafolio, y aquí un ejemplo claro es lo que pasa con nuestros fondos de

pensiones donde cada fondo de diversificarse para obtener los mayores beneficios, y aquí cobra aún mas relevancia, puesto que están en “juego” los dineros de los afiliados y que será lo que ocuparan en su vejez.

Entonces, el haber conocido estas materias hace mirar las finanzas de otra forma y permite entender la relevancia que tienen para una empresa en particular, pero también para la sociedad en su conjunto, con lo cual el ser un buen profesional permite desarrollarse de mejor forma en estos ámbitos.

NARRATIVA REFLEXIVA 2

Asignatura: Macroeconomía

Tópicos de Interés “Inflación: política monetaria”

Reconocimiento de aprendizajes previos: Esta asignatura me ha tocado desarrollarla en varias oportunidades en los estudios que he realizado, si que el revisar nuevamente los contenidos me ha permitido refrescar muchos conocimientos ya adquiridos, y además en los tiempos actuales relevar la importancia de a lo menos tener conocimientos básicos sobre temas económicos ya que de esta forma uno puede entender mejor la economía tanto en el país como en el exterior.

Problematización: Mayores problemas en el desarrollo de la asignatura, sin embargo uno podría señalar que al escuchar a tantas personas hablar sobre temas económicos al entrar en el estudio de ello, puede verse con preocupación la falta de rigurosidad de muchos incluso autoridades, que no conocen los temas en detalle y que por tener un micrófono, hacen que el resto de la población tenga muchos conceptos errados.

Practica reflexiva: Respecto de lo señalado, desde fines del año pasado, en la economía nacional se ha ido incorporando el tema de la inflación, como un problema que hoy vemos con aún mayor gravedad, sin embargo cuando a muchos les tocaba tomar medidas, como los retiros, no tuvieron consideración y siguieron con este tipo de políticas erradas, a lo que después se sumó la guerra de Ucrania, que nos ha llevado a un escenario complicado en esta materia, y que lo estamos viviendo cada mes cuando se nos entrega la cifra del IPC, que sube y las remuneraciones son las mismas, con lo cual el poder adquisitivo de las personas baja. Es importante establecer, que esto en economía hace mucho que ha sido estudiado, que no es un fenómeno actual, durante mucho tiempo nuestro país vivió esto, sin embargo hoy estamos frente a un escenario complejo y que no será fácil salir de él.

Resignificación: La macroeconomía, frente a lo comentado es fundamental que sea algo relevante de conocer y entender por la ciudadanía, para que vea las decisiones que se toman en el día a día son relevantes y tienen consecuencias, por eso quizás ahora el estudiar estos tópicos es muy interesante, ya que uno aprecia el devenir económico y como se condice con lo estudiado y ve en la teoría que frente a la inflación, la política monetaria indica subir las tasas y vemos que es lo que hace el Banco Central, entonces algo que uno puede ver que es muy lejano o que sólo se indica por expertos en libros, es la realidad de lo que se está viviendo a diario, por lo cual el estudiar y profundizar lo más que se pueda en estas materias es de suyo relevante y ojala todos pudiesen acceder a lo menos a conceptos que permitan entender con claridad la situación que estamos viviendo hoy.

Creación-Transformación: En esta fase, sería importante generar los mecanismos que permitan como se ha indicado anteriormente avanzar en que todos conozcan los

conceptos básicos de la macroeconomía , que permita conocer el funcionamiento de la economía.

NARRATIVA REFLEXIVA 3

Asignatura: Estrategia de costos publicitarios

Tópicos de Interés “Las redes sociales”

Reconocimiento de aprendizajes previos: En esta asignatura, he tenido relación tangencialmente, pero no en forma sistémica, si que el estudio fue una muy buena experiencia por que me permitió entrar en materias que están muy alejado de las tareas que desarrollo periódicamente, entonces conocer una serie cosas vinculados a los temas publicitarios, me abre una mirada que no tenia, además el haber realizado una serie de trabajos grupales, hace que uno tenga que hacer con mayor esfuerzo esos trabajos puesto que hay otros compañeros que confían en el trabajo que uno esta realizando.

Problematización: Uno que siempre conoció la publicidad en los medios tradicionales, como diarios, radio y tv, ver hoy día como las redes sociales, avanzan en estos aspectos teniendo claramente segmentados sus públicos, lo que hace que todo el proceso publicitario sea mas eficiente, por tanto el posicionar un producto sabiendo manejar los medios puede ser una tarea que hoy con un buen plan de medios tenga mejores resultados, que lo que se hacia antaño.

Practica reflexiva: En este marco, el haber desarrollado casos más que teorías, permite ir aplicando los criterios en los trabajos, poniendo en practica los conocimientos adquiridos y así ir conociendo como se desarrollan los temas publicitarios, especialmente para aquellos que estamos lejos de estos temas, en este sentido uno puede ver que es un campo complejo, que si bien hoy hay muchos mas medios, toda

campaña con lleva un costo importante, por lo cual no tomar buenas decisiones, puede a las empresas hacer perder una cantidad importante de recursos, por eso uno vio que existen los instrumentos y formas de hacer un trabajo profesional para obtener los renditos buscados.

Resignificación: La importancia que tienen las redes sociales, en el desarrollo publicitario es hoy importante, el no considerarlas puede ser un grave error, por eso en todo plan de medios deben ser consideradas y quizás por el tipo de producto o por el público, sea mejor invertir todo en ellas.

Creación-Transformación: El haber visto marcas y crear otras, hace que uno se sienta parte de procesos creativos y publicitarios guardando todas las proporciones, pero si hace que si uno trabaja o quiera tomar ese camino, hay muchos elementos que se se deben considerar para desarrollar un trabajo, y aquí la transformación es imprescindible, pasando de medios tradicionales a redes sociales, todo asociado a las nuevas tecnologías que llegaron para quedarse y transformar las formas tradicionales de comunicarse.

NARRATIVA REFLEXIVA 4

Asignatura: Comercio Internacional

Tópicos de Interés “Modelo ISI”

Reconocimiento de aprendizajes previos: Por lo que recuerdo, me parece que nunca había visto algo de este tipos de materias, de hecho todo lo que hemos visto hasta la fechas has sido nuevo, pero en un mundo globalizado es importante como profesional tener conocimientos sobre estas masterias, además sirve para entender muchos conceptos que uno escucha y lee, pero que no tiene claridad de lo que significa realmente.

Problematización: El haber estudiado y desarrollado el trabajo sobre el modelo actual de nuestro país y el antiguo modelo ISI que viene de la década de los '30, hace pensar que es lo mejor hoy para el país, teniendo en consideración la situación que esta viviendo el mundo hoy, con una pandemia y una guerra, muestran que un mundo globalizado hay abrirse al mundo, sino quedas fuera y sólo no puedes surgir es lo que muestra la experiencia.

Practica reflexiva: Analizando lo anterior, hoy hay un mundo globalizado, en nuestro país cuando mas se ha crecido y se han mejorado las condiciones de vida de las personas son en estos últimos 30 años, donde lo mas significativo ha sido la apertura al exterior, con cifras importante de exportaciones que han crecido en forma muy importante, esto debido a la cantidad importante de tratados que se han firmado, lo que además ha generado mas empleo y una serie de beneficios, que hoy se debe seguir profundizando, ya que pensar en volver al otro modelo es impensado, ya que las condiciones que habían en ese tiempo han cambiado completamente, por tanto seguir en el modelo aperturista es la opción de crecimiento del país.

Resignificación: Analizando los modelos y viendo también los otros conceptos, podemos señalar que conocer aspectos básicos del comercio internacional, como saber cual es el modelo que entrega mas crecimiento, es deber de todo profesional que se dedica a una carrera como la que estudiamos, ya que hoy como vemos todos los días la conexión global con el mundo es en segundos, es decir queremos comprar algo vamos a la internet y un producto que esta en otro continente te puede llegar en unos días, además vemos que el dinero plástico las tarjetas son recibidas en todo el mundo, por tanto uno debe prepararse para ejercer la profesión en un mundo global, un camino que podrá tener sus altos o bajos, pero que llevo para quedarse.

Creación-Transformación: El haber adquirido estos conocimiento de como opera el comercio internacional, además de haber visto el modelo anterior hacen que uno debe trabajar para crear los espacios para que la apertura al exterior sea permanente, no solo de productos sino que también de servicios, pero además hoy exige el comercio internacional que la producción se transforme para que sean respetado tanto los derechos laborales de los trabajadores como el respeto irrestricto al medio ambiente, tendiendo una producción sustentable, ya que si no tomamos esto en consideración podemos ir quedando fuera del comercio internacional.

NARRATIVA REFLEXIVA 5

Asignatura: Portafolio II

Tópicos de Interés “Hito II”

Reconocimiento de aprendizajes previos: Si bien algo se avanzo en como abordar esta asignatura en el primer semestre, la etapa de aprendizaje esta en lo inicial para comprender la dinámica de este Portafolio, si bien las actividades son entretenidas, el hilo conductor no lo tengo aún

Problematización: Como lo señalaba, uno ve las otras asignaturas y ve que hay un inicio y un fin, pero acá cuesta entender eso, primero por que si bien hay actividades buenas y que sirven para crecimiento personal, todavía no me queda claro como se unen, teniendo en claro el objetivo final, aquí como todo esta en construcción faltando lo que lo una a todos, ha sido por lo menos mi problema, como unir todas las cosas que uno ve en estaq asignatura, todavía estoy tratando de entender el problema, puede que en los siguientes entienda de mejor forma la asignatura.

Practica reflexiva: Las actividades que pude desarrollar en este periodo fue una lúdica y la disciplinar, por tema de tiempo no pude avanzar en otras, pero en estas actividades por si solas uno encuentra un sentido, la actividad lúdica 1 del crucigrama creo que me que tuve un buen resultado y lo pase muy bien desarrollando, la disciplinar también, pero volviendo a lo anterior, me falta el como se unen estas, para que son, pero en si las actividades que alcance a realizar las encontré que aportaban al crecimiento profesional.

Resignificación: El Portafolio II, por una parte me hace repensar el tema de mejorar mi organización personal para responder a todos los trabajos en tiempo y forma, pero también para seguir avanzando y revisar los apuntes para encontrar el sentido y

significado de la asignatura en la carrera, puede que eso ayude a establecer una nueva forma de abordar el tema para el Portafolio III.

Creación-Transformación: estoy seguro que cuando en la asignatura logre superar las brechas antes señaladas, se lograra la transformación en mi Ciclo de Aprendizaje necesaria para tomar el Portafolio en el sentido que tiene, que permita cumplir los objetivos tanto personales como para el logro del título profesional.

Evidencias y sus declaraciones Contextualizadoras

EVIDENCIA 1 - Narrativas Reflexiva Finanzas Corporativas:

Link n°1

https://docs.google.com/document/d/11eqJoi_o_sonoaB6CKHFjpdv5IrvEtO/edit?usp=sharing&oid=107411901294053097251&rtpof=true&sd=true

En el enlace N°1, se encuentra adjuntada la evidencia del desarrollo del trabajo de “Teoría de Portafolios”, esta actividad me permitió conocer en detalle la teoría y como se debe buscar el equilibrio entre riesgo y rentabilidad.

EVIDENCIA 2 - Narrativas Reflexivas Macroeconomía:

Link n°1

https://drive.google.com/file/d/1_2wVtQJCw9irNGzgWpeLRdCSnNbVErsw/view?usp=sharing

En el enlace N°1, se encuentra el Apunte de Clase de la Unidad 3 de Macroeconomía, donde se puede encontrar varios temas entre ellos lo relativo a la inflación, lo que sirve

para comprender esta situación de la economía que estamos viviendo hoy en nuestro país.

EVIDENCIA 3 - Narrativas Reflexivas Estrategia de costos publicitarios:

Link n°1

<https://docs.google.com/document/d/11zp4RwLXDLNMzTOe49Er8y-m9KUvkUwF/edit?usp=sharing&oid=107411901294053097251&rtpof=true&sd=true>

En el enlace N°1, se encuentra el trabajo final de la asignatura, donde se aprecia en un cuadro como las redes sociales son parte en los procesos de publicidad actualmente, dejando de lado otros medios.

EVIDENCIA 4 - Narrativas Reflexivas Comercio Internacional:

Link n°1

https://docs.google.com/document/d/152h8Ba0l_QZPbYZ-R4Vkrzp4hzvmOIMZ/edit?usp=sharing&oid=107411901294053097251&rtpof=true&sd=true

En el enlace N°1, se encuentra el trabajo sobre el modelo de importación ISI y el modelo actual de comercio internacional.

EVIDENCIA 5 - Narrativas Reflexivas Portafolio II:

Link n°1

https://docs.google.com/document/d/1LPPq0jIW8VRf_PfhH1c4dDJV9XzkRP3Y/edit?usp=sharing&oid=107411901294053097251&rtpof=true&sd=true

En el enlace se encuentra la Actividad Lúdica N°1 en el cual pude aprender cosas nuevas y cumplió como su nombre lo dice de ser lúdico.

Índice de Evidencias

EVIDENCIA 1 - Narrativas Reflexiva Finanzas Corporativas EVIDENCIA 2 - Narrativas Reflexivas Macroeconomía

EVIDENCIA 3 - Narrativas Reflexivas Estrategia de costos publicitarios EVIDENCIA 4 - Narrativas Reflexivas Comercio Internacional EVIDENCIA 5 - Narrativas Reflexivas Portafolio II

Referencias Bibliográficas

León, F. (24 de enero de 2020).

www.rankia.cl. Obtenido de *www.rankia.cl*: <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3500963-teoria-portafolio-markowitz-concepto-ejemplos>

HITO 2: ACTIVIDAD DISCIPLINAR

Antecedentes

Continuando con lo establecido en el hito se planteó como el problema la falta de conocimiento por parte de la ciudadanía, que existe y cual es el rol de la Defensoría Penal Pública.

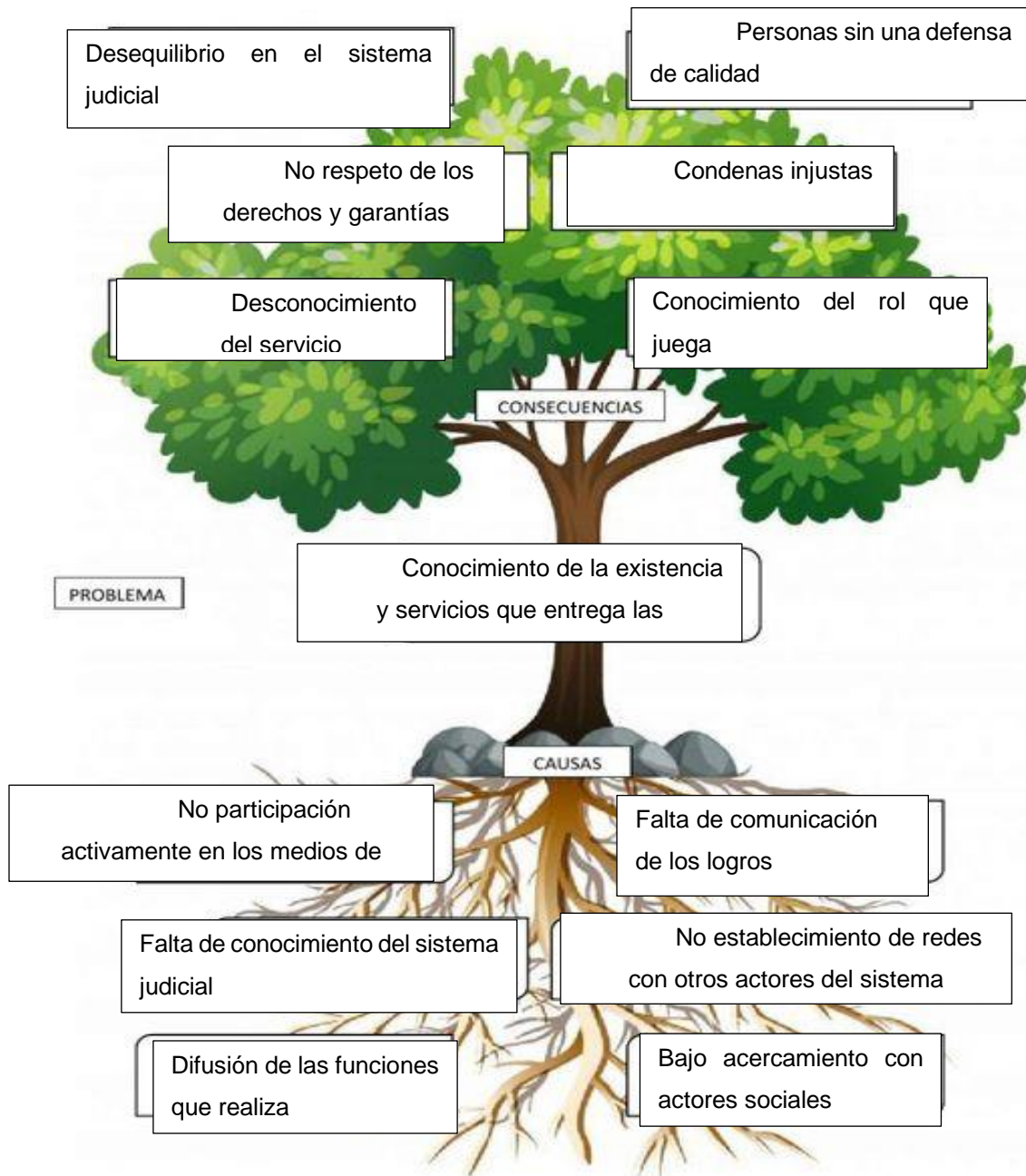
Es relevante que se conozca que hay un organismo público que entrega un servicio calidad, oportuno, eficaz y eficiente a todos los usuarios es gratuito cuando corresponda y presenta buenos resultados para las personas que requieren de esto. Considerar que por la labor que se realiza en la defensoría su nombre o marca debe ser ampliamente conocida por la población.

En estudios que se han realizado en el servicio en los últimos años, tenemos que el conocimiento ha ido aumentando, *“buen resultado para la Defensoría surge del grado de conocimiento público respecto de qué es la institución. En este ámbito, el posicionamiento del servicio ha aumentado 22 puntos en cinco años, pues pasó de 44 por ciento en la encuesta de 2015 a 53 por ciento en 2018 y ahora aumentó a 66 por ciento. (Defensoría Penal Pública, 2020)*

Como se ha señalado anteriormente, de lo que estamos hablando en este caso es de un servicio que presta ayuda a aquellas personas que por alguna razón se encuentran en problemas con la justicia, y que por tanto requiere de alguien que sea capaz de resguardar sus derechos.

Para esto, las herramientas que se ven Branding como el posicionamiento de una marca, a quien llegar y como llegar, además de ver los criterios de segmentación y diferenciación, permiten hacer que el servicio aumente su nivel de conocimiento, y por ende pueda entregar sus servicios a más personas.

Árbol de Problemas



Integración de las 5 Fuerzas de Porter



Si bien este modelo es aplicable con mayor frecuencia en empresas del sector privado, se hará un esfuerzo para aplicarlo en un servicio público, donde hay características que son difíciles de aplicar, ya que como se indicó anteriormente, este servicio es gratuito, financiado a través del presupuesto público, por tanto se hace difícil pueda haber competidores en las mismas condiciones, sin embargo lo que es aplicable en este caso es el poder de los clientes especialmente en la calidad de servicios que se le entrega, que en este caso no sólo es el servicio de defensa, sino también la atención de los usuarios, puesto que se requiere entregarles información de calidad y oportuna que les permita tomar decisiones que mejoren su defensa jurídica.

Es en este sentido, que un servicio como el descrito debe ser reconocido por sus usuarios, saber dónde, que servicios presta y en definitiva cuál es su rol.

Vemos que todos más menos conocen que hace la Fiscalía o Ministerio público, sin embargo, en el caso de la defensa, aún falta mucho por conocer, para esto debe generarse las condiciones adecuadas para lograr esto, pero se debe tener cuidado, ya que para potenciar el tema de clientes, no puede salir a pregonar que se comentan delitos porque van a tener un buen servicio de defensa, hay que ubicar la formula para que el mensaje sea claro.

Por eso, hay que hacer entender que es el proceso judicial y la función que cumple cada actor en el sistema, por una parte esta el que imputa la comisión de un delito y hay un organismo que lo defiende en el sentido que se deben resguardar todas las garantías procesales y además se debe velar por el respeto de los derechos del imputado, y para esto se debe estar en permanente contacto con los usuarios tener un lenguaje claro y preciso que les permita conocer cual es su situación, a que se enfrenta y posibles resultados, de lo contrario se crean falsas expectativas y posteriormente la evaluación del servicio es baja.

Conclusión

En el contexto de esta actividad podemos evaluar que en un caso como el planteado, el árbol de problemas nos entrega luces sobre lo que queremos abordar

La verdad que las 5 fuerzas de Porter no se hacen muy aplicable, pero si tomando una serie de contenidos tanto de Branding como publicidad, podemos hacer frente al problema, a través de una estrategia comunicacional y un buen plan de medios que nos permita llegar a los usuarios de nuestro servicio.

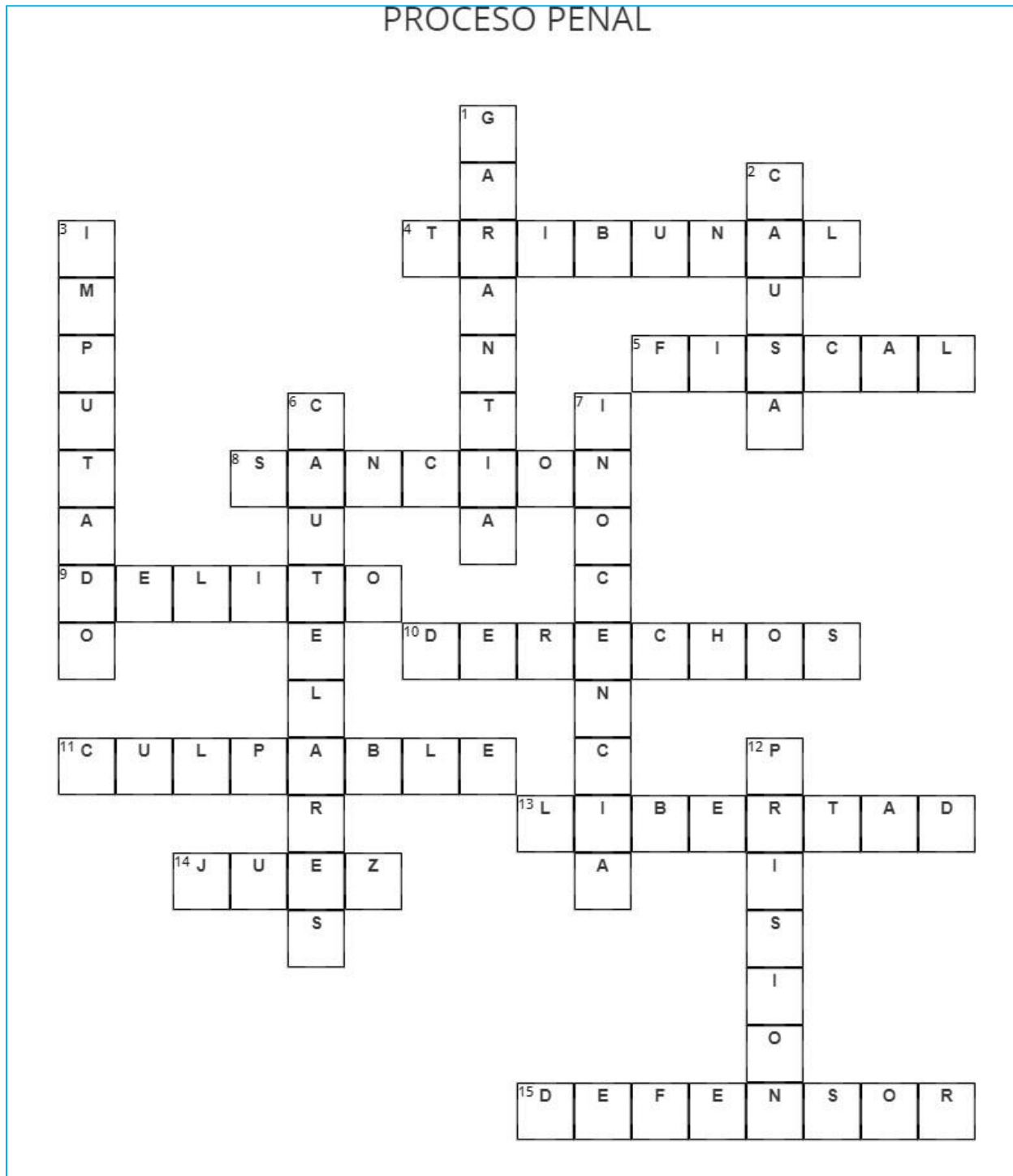
La estrategia debe tener como objetivo el presentar en forma clara, cual es la función de la defensoría en el sistema procesal penal, como y cuando interviene, que servicio entrega y como, esto debe ser entendible por todo tipo de ciudadano inclusive extranjeros, y que además de acuerdo a la situación económica es gratuito

Por su parte un plan de medios de abocarse a entregar la información diseñada por medios que sean expeditos con la comunidad, donde los mensajes en tv y redes sociales, son fundamentales ya que son medios masivos y que todas más menos tienen acceso, deben cortos y precisos, ya que los usuarios de la defensoría normalmente son personas en situación vulnerables con muy pocos estudios y preparación.

Además, debe realizarse campañas, en los lugares donde se desarrolla la acción como son tribunales, prisiones y lugares de internación provisoria, ya que lo usuarios pasan por esos lugares. Con esto, se puede medir como aumenta el grado de conocimiento y la labor que cumple este servicio.

HITO 2: ACTIVIDAD LÚDICA N° 1

Desarrollo Crucigrama.



Horizontales

4. LUGAR DONDE SE REALIZA EL PROCESO PENAL
5. PERSONA QUE ACUSA A UN PERSONA DE HABER COMETIDO UN DELITO
8. ES LO QUE DICTAMINA EL JUEZ AL FINAL DE UN JUICIO
9. INCUMPLIMIENTO DE LA LEY QUE SE SANCIONA PENALMENTE
10. AQUELLAS GARANTIAS QUE SE DEBEN RESGUARDAR EN UN JUICIO
11. ES LA DECLARACION QUE SE HACE SOBRE UNA PERSONA QUE COMETIO UN DELITO
13. SITUACION EN LA QUE QUEDAN LAS PERSONAS DESPUES DE TERMINADO SU JUICIO
14. PERSONA QUE DICTA LA SENTENCIA EN UN JUICIO
15. PERSONA QUE ENTREGA DEFENSA A UN IMPUTADO

Verticales

1. SON LAS QUE TIENE TODO IMPUTADO DE UN DELITO EN EL PROCESO PENAL
2. ES EL PROCESO QUE SE INICIA CONTRA UNA PERSONA QUE SE LE ACISA DE HABER COMETIDO UN DELITO
3. PERSONA A LA QUE SE ATRIBUYE HABER COMETIDO UN DELITO
6. SON AQUELLAS MEDIDAS QUE DICTA UN JUEZ SOBRE UN IMPUTADO
7. LA PRESUNCION QUE SE TIENE SOBRE TODA PERSONA
12. PENA MAS GRAVOSA EN EL SISTEMA PENAL

Conclusión

El presente trabajo, me pareció entretenido, en primer lugar porque conocí un programa para hacer puzzle, el cual es super amigable y hace el trabajo muy entretenido y nunca me había tocado trabajar en esto y por ende usarlo, es importante reconocer que en la internet hay cosas para todos los gustos y creaciones y esta que aprendí a usar hoy día uno puede ocuparla para diversas experiencias especialmente con los niños.

Respecto de los conceptos, en esta ocasión me centre en mi trabajo a nivel macro, puesto que yo me desempeño en la Defensoría Penal Pública, donde nuestra misión es entregar un servicio de calidad a las personas que son imputadas de un delito, entonces trate de encontrar los conceptos que son un poco mas conocidos y que me sirvieron para este trabajo, lo importante de esto es que, en esta actividad lúdica permite en mi caso retomar una serie de conceptos que uno usa a diario, pero que por lo mismo cree que todo el mundo maneja, sin embargo al pensar escribirlo y después hacer una breve descripción hace ver lo que uno conoce de su propio trabajo y como podría explicarlo a otra persona que no conoce la función de la defensoría.

Por tanto, creo que para comenzar los trabajos de este semestre es un muy buen ejercicio porque permite con esta metodología pensar en varios otros aspectos que pueden ser relevantes para el trabajo de este año en la universidad.

Bibliografía

Generador de Crucigramas. (s.f.). Obtenido de www.educima.com:
<https://www.educima.com/crosswordgenerator.php>

HITO 3: PORTAFOLIO DIGITAL

OBJETIVO DEL PORTAFOLIO

En esta tercera entrega de portafolio, se ha propuesto como objetivo dar a conocer los aspectos relevantes de las asignaturas vistas en este tercer semestre de la carrera de Ingeniería Comercial

Es dable reconocer en esta instancia que este semestre ha sido complejo, por una serie de vicisitudes que han hecho que el desarrollo de los aprendizajes en todas las asignaturas no haya sido el deseado, especialmente por materia de tiempos, sin embargo, ya finalizando el semestre hemos podido retomar el ritmo de estudios.

En este marco, es que el objetivo del portafolio en este semestre es mostrar los aprendizajes más relevantes en cada asignatura, revisando desde uno partió en cada uno y como se avanza para consolidar un paso mas en la consecución de la carrera.

Al hacer este portafolio, se hace un racconto de lo que se ha vivido este semestre en diversas asignaturas, con la experiencia de abarcar nuevos tópicos y otros que ya lo había visto en otros estudios.

PRESENTACION DEL ESTUDIANTE

Mi nombre es Geraldo Ruiz Vargas, soy de Punta Arenas y en el año 1985 mis padres decidieron que nos viniéramos a vivir a Santiago y desde esa fecha vivo en Macul, tengo 52 años, soy casado con Nancy y tenemos tres hijos Emilia y Victoria que tienen 17 años y Pedro de 13 años, me gusta mucho los deportes especialmente mirar futbol y cuando se puede practicar basquetbol, además disfruto mucho de las series.

Mi formación académica es la siguiente me titule de Administrador Público en la UTEM, posteriormente realice un Magister en Gerencia y Política Públicas en la UAI, además

tengo 2 diplomados y postítulo, esto porque también me gusta mucho estar aprendiendo cosas nuevas e ir actualizando los conocimientos en el mundo actual.

En lo laboral, durante toda mi vida he trabajado en la administración pública, en una primera parte estuve a cargo del área de administración y finanzas, posteriormente me hice cargo del área de planificación y control de gestión, actualmente trabajo en la Defensoría Penal Pública, en el Departamento de Evaluación, Control y Reclamaciones hace ya más de 10 años, donde estoy cargo de la supervisión de contratos y pagos de las empresas licitadas que nos entregan servicios de defensa penal.

Esta es una breve presentación de mi vida, el haber optado por estudiar esta carrera fue un desafío que me planteé, especialmente por buscar una actualización de conocimiento e incorporar toda el área de marketing que en mis otros estudios no había visto, ha sido un gran desafío, porque compatibilizar estudios, con trabajo y familia no es fácil, pero hasta el momento he podido salir adelante.

NARRATIVAS REFLEXIVAS

Asignatura: Evaluación de Proyectos

Tópicos de Interés “VAN Y TIR”

NARRATIVA REFLEXIVA 1

Reconocimiento de aprendizajes previos

Por mi formación académica, esta asignatura me había tocado realizarla en un par de ocasiones, por tanto, estos tópicos como el VAN y TIR, me resulto familiar estudiarlo de nuevo, lo que encontraba extraño si, es que habiendo pasado una buena cantidad de años

desde que vi esto la primera vez, aún se sigue usando los mismos términos, lo novedoso es en esta instancia haber visto que actualmente los cálculos se hacen con fórmulas preestablecidas en Excel.

Problematización:

Ahora bien, estos conceptos eran reconocidos y uno tiene el recuerdo de lo que mas menos se trata cada uno, pero al volver a estudiar y aplicarlo en proyectos o ejercicios mas concretos hacen que aparezcan dudas, especialmente por el significado o lectura que uno puede hacer de los resultados, ya que estos tienen una implicancia directa en la toma de decisiones de los proyectos, en relación si es conveniente o no avanzar.

Practica reflexiva:

Como se había indicado, eran conceptos conocidos, sin embargo, uno debe tener presente que, en el ejercicio profesional, cuando así se requiera se debe ser riguroso respecto de cómo se hace esta evaluación, puesto que en proyectos de empresas están invertidos recursos importantes en proyectos que requieren de decisiones serias y responsables si es conveniente o no continuar con un determinado proyecto. Por lo cual, el conocer todos los aspectos de este tipo de mediciones es de suyo relevante para cuando a uno como futuro ingeniero le toque evaluar proyectos.

Resignificación

De acuerdo a lo que se indica en “Fundamentos Básicos de Finanzas” (Muñoz, 2019) VAN (Valor Actual Neto o Valor Presente Neto) son términos que proceden de la expresión inglesa Net present value. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español. Es un indicador financiero que mide los flujos de los ingresos y egresos futuros que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, queda una ganancia. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número

de flujos de caja futuros (ingresos menos egresos). El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado. o es viable o no. El VAN también nos permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión. Por otra parte, nos señala que TIR (tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) de una inversión sea igual a cero ($VAN = 0$). Recordemos que el VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente (valor actual), aplicando una tasa de descuento. Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor (tasa de descuento), y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor. Si la TIR es igual a la tasa de descuento, el inversionista es indiferente entre realizar la inversión o no. Si la TIR es menor a la tasa de descuento, el proyecto debe rechazarse. Como se había establecido anteriormente, para todo tipo de proyecto a futuro en que uno participa en calidad de profesional que evalúa o de aquel que tiene que tomar la decisión, al igual que hace muchos años atrás, el VAN y el TIR nos entregan indicadores de la conveniencia o no de continuar con un proyecto, de acuerdo con las evaluaciones ya mencionadas

Creación-Transformación:

Sin lugar a dudas este aprendizaje, me sirvió por una parte para recordar conceptos ya estudiados como son el VAN y el TIR, en esta parte me sirvió para tomar la relevancia que tienen para los proyectos y la importancia que adquieren cuando están involucrados recursos de accionista o aún mayor cuando son recursos públicos, puesto que la decisión es relevante y requiere de hacerlo bien, por lo cual, para el futuro profesional de uno, cuando le toque estar en este tipo de trabajo debe hacerlo de la mejor manera posible.

Asignatura: Econometría

Tópicos de Interés “Modelo de regresión simple”

NARRATIVA REFLEXIVA 2

Reconocimiento de aprendizajes previos

En la vez anterior que estuve estudiando esta misma carrera, me toco hacer esta asignatura y la verdad que la encontré apasionante, especialmente por los resultados que puede entregar en el sentido que, con ciertas variables, uno puede predecir ciertas situaciones futuras especialmente de carácter económico. Al ver las clases fui recordando muchos aspectos que tiene la asignatura los cuales me ayudaron para abordar los trabajos, obviamente que con el tiempo no todo se recuerda y siempre hay nuevas cosas que aprender.

Problematización:

Una vez que comenzó el estudio a cabalidad de la asignatura se pudo apreciar que además de recordar algunos aspectos, se requería tener una base importante y solida de estadísticas especialmente, situación que ahora no era tal, por lo cual el realizar los trabajos y aplicar los conceptos requeridos, fue bastante complejo, además del factor tiempo que siempre hace más difícil todo, pero aquí es mucho mas importante, porque en mi caso por lo menos, si bien conocía los temas de la asignatura, para poder entender y desarrollar estos se requiere mucho tiempo y concentración.

Practica reflexiva:

Para el trabajo profesional, dominar en plenitud una asignatura como estas, puede traer grandes réditos, ya que el explicar comportamientos de variables y hacer posibles predicciones especialmente en materias económicas.

Resignificación

La importancia que tiene este tipo de asignatura es de especial relevancia, especialmente cuando se requiere tomar decisiones importantes, y en base a variables uno aplica un modelo de regresión simple, que permite tener proyecciones sobre como se comportaran las variables y posibles resultados.

Creación-Transformación:

Es importante, tener presente que este tipo de cálculos y la ocupación, son fundamentales por ejemplo en la creación o trabajos con tarifas eléctricas, se puede usar para una infinidad de situaciones que permitirán tener datos, para tomar decisiones de invertir o no en determinados negocios.

Asignatura: E-Marketing

Tópicos de Interés “Redes Social en el marketing digital”

NARRATIVA REFLEXIVA 3

Reconocimiento de aprendizajes previos

En este tipo de materias, la verdad que aprendizajes previos no tengo, por tanto, todo lo visto en la asignatura durante el semestre fue nuevo y esto me permitió conocer una serie de conceptos que no había manejado ni en mis estudios ni en mi trabajo profesional.

Problematización:

Esta claro que el marketing es fundamental en la venta de productos o servicios, sin embargo, hoy estamos en nuevo donde el avance de los medios digitales, la penetración de las redes sociales ha sido inmenso, lo que además en los últimos años se vio aumentado con la pandemia, entonces ante este nuevo escenario, uno se pregunta como debo hacer para que mi producto sea conocido por la población y pueda ser adquirido, por tanto conocer el funcionamiento y la importancia de las redessociales es indispensable.

Practica reflexiva:

Con lo ya señalado, uno si quiere dedicarse a este tipo de trabajo, es indispensable prepararse bien, puesto que se ve que es un ambiente ultra competitivo, donde además el consumidor a cada momento se ve bombardeado con una serie de mensajes, por lo cual se requiere no sólo estar en las redes sociales, sino que también tener un producto y mensaje atractivo, para que nuestro producto sea consumido.

Resignificación

Lo primero es entender que las RRSS, si bien son un medio para la comunicación entre las personas, hoy por su penetración son un medio esencial para el marketing, pero por sus características se debe definir de buena forma a que publico queremos llegar y el tipo de productos que ofrecemos, además para cada tipo se debe pensar el mensaje que se quiere entregar.

Por lo anterior, este debe ser un proceso que debe desarrollarse en forma técnica profesional, ocupando todos los instrumentos que hay hoy día en distintas plataformas.

Creación-Transformación:

Por tanto, en este proceso al establecer un Plan de Marketing, debe considerar las Redes Sociales, como esencial para llegar al publico objetivo del producto que queremos posicionar y vender, frente a esto, se debe analizar el público, ver cuál es la realidad prevalente en ese segmento, ya sea Instagram, tiktok o twitter, y frente a esto definir el mensaje que se debe entregar, además ver como abordar si es con videos u otro tipo de instrumentos de publicidad, que mejore la efectividad y así tenerlos resultados esperados.

Asignatura: Conducta del consumidor

Tópicos de Interés “El nuevo consumidor”

NARRATIVA REFLEXIVA 4

Reconocimiento de aprendizajes previos

Al igual que en temas de marketing, no tengo aprendizajes previos en estas materias, ni en estudios anteriores, ni tampoco en el desarrollo profesional, debido a esto todo lo visto en esta asignatura fue nuevo y fue un permanente descubrimiento de nuevos conceptos que me hicieron conocer este tipo de materias.

Problematización:

El consumidor de hoy, ha cambiado en 180 grados, el avance de la internet y las comunicaciones ha hecho, que este pueda ver todo en la palma de su mano a través de un smartphone, entonces vemos que cuando quiere o necesita algo, lo primero que hace es googlearlo, y ahí frente a los resultados toma una decisión compatible con lo que quiere y sus posibilidades, esto además democratizó el sistema ya que una persona puede hacerlo desde cualquier lugar y si tienes los medios puede acceder a lo que quiera, pero no solo en el país, también vemos que podemos comprar desde cualquier lugar del mundo, entonces el desafío está hoy en la empresa que busca vender o entregar servicios, sea atractivo para su público objetivo, puesto que de lo contrario ante tanta oferta este nuevo consumidor, buscará lo que más le convenga, ya que no tiene mayores compromisos.

Práctica reflexiva:

Entonces por todos los cambios, que han existido, el nuevo consumidor tiene una serie de características, sobre las cuales se debe lidiar como empresa para lograr su objetivo de venta, pero para esto requiere en primer lugar definir cuál es el público, cuáles son los

medios a través de los cuales se informa, en definitiva conocer el máximo de características, para de esta manera entregar de mejor forma el mensaje, de forma que el producto que queremos promocionar y vender, sea incorporado en la mente del consumidor.

Resignificación:

Entonces, frente a todo esto, debemos entender que se debe entregar el máximo de facilidades a los consumidores, ya que, en un ambiente competitivo, es lo deseable, pero además uno debe identificar como llegar y que mensaje entregar, por esto, además se requiere hacer las investigaciones respectivas, para conocer que es lo que debemos hacer y cual es la forma mas efectiva, para tener los resultados esperados.

Creación-Transformación:

Con lo aprendido, uno puede ver que hoy queda muy poco al instinto, sino mas bien se deben ocupar todos los instrumentos de marketing e investigación, para que el producto que queremos vender este acorde a los tiempos actuales, puesto que como hemos señalado el nuevo consumidor, es esencialmente practico, por lo cual su proceso de compra debe ser satisfactorio y que además le permita generar lo que se denomina la experiencia WOW, que será el fuerte para todo el trabajo que requiere el posicionamiento del producto o servicio que se requiere entregar.

Asignatura: Portafolio III

Tópicos de Interés “Hito III”

NARRATIVA REFLEXIVA 5

Reconocimiento de aprendizajes previos

En esta asignatura que es la única que tiene una continuidad en la carrera, permite que los conocimientos adquiridos en los semestres anteriores puedan ser utilizados en esta nueva entrega.

Problematización:

Mi principal problema en esta asignatura es saber, cual es el objetivo final, puesto que el semestre siguiente viene Portafolio IV, pero me surge la duda como termina o cuales el objetivo final o es el insumo para el proceso de titulación.

Practica reflexiva:

Respecto de esta entrega y los trabajos del semestre, como sucedió también en las otras asignaturas, el problema de organización del tiempo fue importante, ya que hubo trabajos que no alcance a entregar, entonces la principal reflexión para la que viene es organizarse de buena forma y entregar todas las actividades.

Resignificación

Si bien como lo señale hoy no tengo claridad respecto de como termina el ramo, ya que es un continuo, si ha tenido una significación especial cada semestre, especialmente porque han existido actividades lúdicas, que han hecho repensar la forma de aprender y de explicar conceptos, que pueden ser usadas en diversos momentos.

Creación-Transformación:

La creación y transformación, espero verla reflejada en el semestre que viene con todos los conocimientos adquiridos y con los aprendizajes de este semestre, entregar productos de calidad en tiempo y forma. Para lograr los aprendizajes adquiridos.

Evidencias y sus declaraciones Contextualizadoras

EVIDENCIA 1 - Narrativas Reflexiva Evaluación de Proyectos

Link N° 1: https://docs.google.com/presentation/d/1ymF2MFCr3q-TzwB7NGmjgELn31_dRbdh/edit?usp=share_link&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

Link N° 2:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1SElrMNmnSkoEYZ0QO6H5s8AJg50DnEJc/edit?usp=share_link&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

En el enlace N° 1 se encuentra el mapa conceptual que permite ver el contexto general de la asignatura, si bien a la fecha no ha sido calificada, creo que me permitió centrarme en lo relevante de la asignatura. En el enlace N° 2 se encuentra el trabajo realizado en la unidad 3, respecto del VAN y TIR.

EVIDENCIA 2 - Narrativas Reflexivas Econometría:

Link N° 1: https://docs.google.com/document/d/10VyDoBUdcAo00N5_Zf5luLIOyop-NmQQ/edit?usp=share_link&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

Link N° 2:

https://drive.google.com/file/d/1CAs8U7twhKil9sYgQBB0TAWaxEFi5XRt/view?usp=share_link

En el Link N° 1, se presenta el trabajo final, donde se consolidó todo lo aprendido en este semestre. En el Link N° 2, se presenta el mapa conceptual, con la explicación en video de lo estudiado en econometría este semestre.

EVIDENCIA 3 - Narrativas Reflexivas E-Marketing:

Link N° 1: https://docs.google.com/presentation/d/1TaJuG9M_I20IVUjIMtuXqUvWRuNR-D1E/edit?usp=share_link&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

Link N° 2: https://drive.google.com/file/d/1YAQN-iallqf1XJ4ZSJTxAGvAFoaAixZO/view?usp=share_link

En Link N° 1, se encuentra el mapa conceptual donde se hace una breve descripción de los principales conceptos aprendidos. En Link N° 2, se presenta el video del trabajo final, donde se hace una presentación de los aspectos más relevantes del trabajo.

EVIDENCIA 4 - Narrativas Reflexivas Conducta del Consumidor:

Link N° 1:

https://docs.google.com/document/d/1n1nEIXyh75byqWJ_23aKy6nZrhkwfePL/edit?usp=share_link&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

Link N° 2:

https://drive.google.com/file/d/1zkFkNqE8Et9WY201BQIMKRRSsEjOcnRM/view?usp=share_link

En el link 1 se presenta el trabajo de la unidad 4, donde se describe el proceso de compra en una empresa de consumo masivo. Como parte del Link N° 2, se presenta el mapa conceptual que es una síntesis de lo estudiado en el presente semestre.

EVIDENCIA 5 - Narrativas Reflexivas Portafolio III:

Link: https://docs.google.com/document/d/1QM1fXkJ1Y_0Sd7aLqKNVKroHuapxL-3E/edit?usp=share_link&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

En el link se presenta la actividad lúdica desarrollada como parte del Hito III

Índice de Evidencias

EVIDENCIA 1 - Narrativas Reflexiva Evaluación de Proyectos

EVIDENCIA 2 - Narrativas Reflexivas Econometría

EVIDENCIA 3 - Narrativas Reflexivas E-Marketing

EVIDENCIA 4 - Narrativas Reflexivas Conducta del Consumidor

EVIDENCIA 5 - Narrativas Reflexivas Portafolio III

Referencias Bibliográficas

Muñoz, M. P. (07 de 2019). *accioneduca.org*. Obtenido de *accioneduca.org*: http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir_1563977885.pdf

HITO 3: ACTIVIDAD DISCIPLINAR

Antecedentes

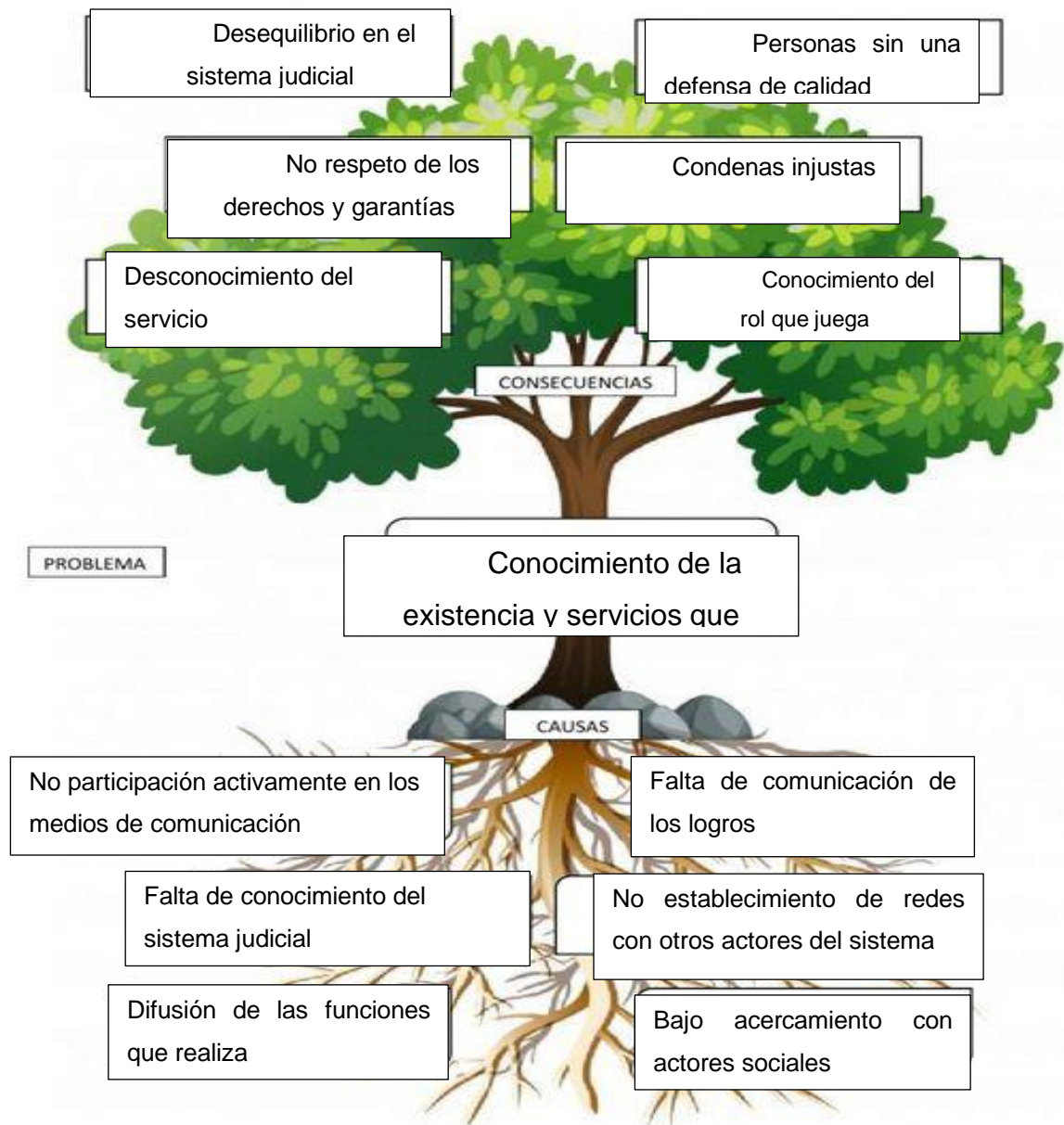
Para dar un contexto al presente trabajo, en el Portafolio II se planteó como el problema la falta de conocimiento por parte de la ciudadanía, que existe y cuál es el rol de la Defensoría Penal Pública.

Para lo anterior se planteó que “Es relevante que se conozca que hay un organismo público que entrega un servicio calidad, oportuno, eficaz y eficiente a todos los usuarios es gratuito cuando corresponda y presenta buenos resultados para las personas que requieren de esto. Considerar que por la labor que se realiza en la defensoría su nombre o marca debe ser ampliamente conocida por la población” lo cual es también aplicable en la actualidad

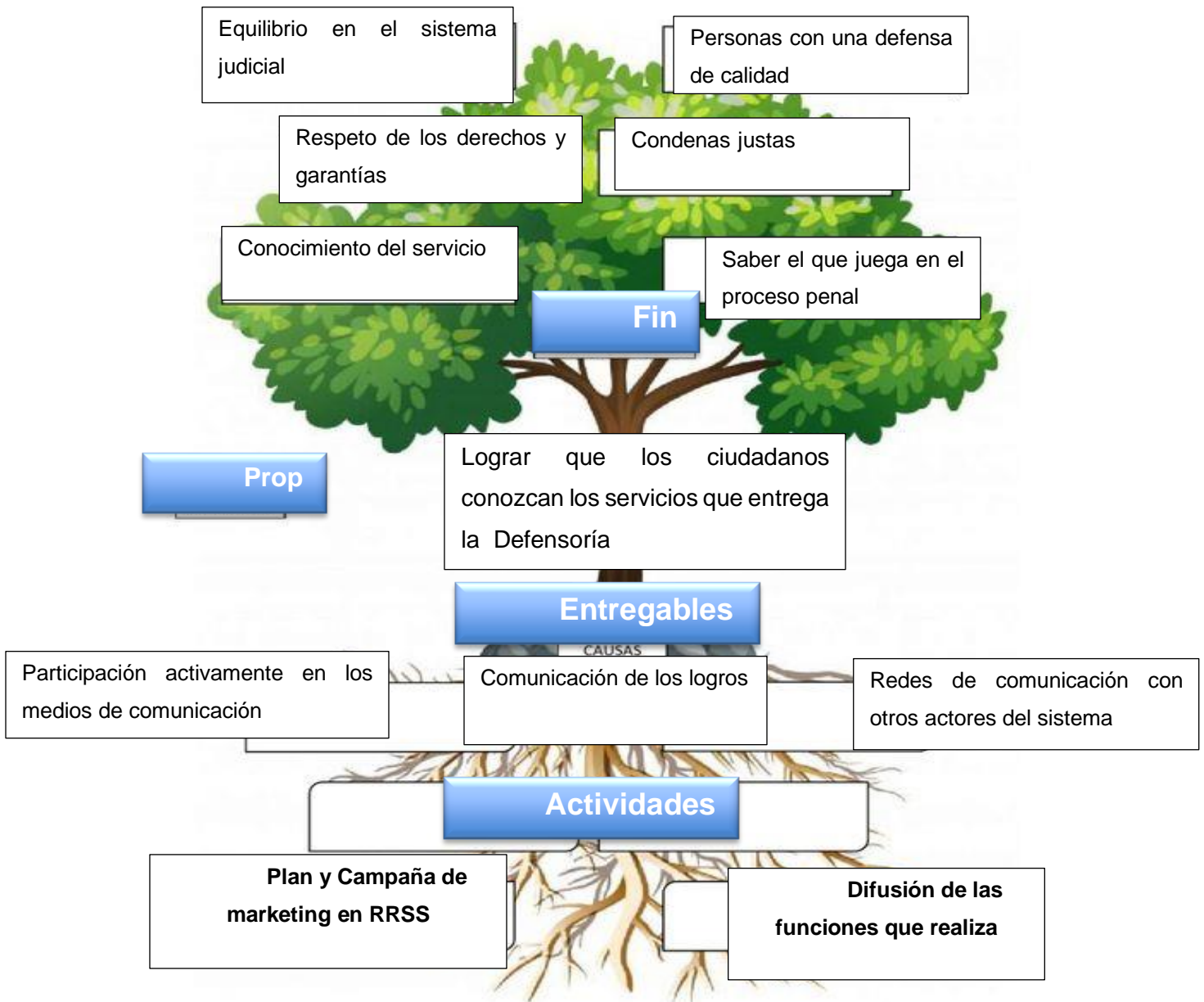
Por tanto, el propósito de este trabajo al plantear el árbol de objetivos es que el servicio pueda posicionarse y ser reconocido en el ámbito de la justicia, brindando servicios de calidad, para resguardar los derechos de las personas.

Es dable hacer notar que las asignaturas de Desarrollo Económico, Bran Management y Gestión del Talento, corresponde a materias que aún no hemos visto en el tercer semestre de Ingeniería Comercial, la única enunciada que fue realizada este semestre es E Marketing, pero que para esto no es muy aplicable, pero se puede hacer un match con Branding para seguir en temas como el posicionamiento de una marca, a quien llegar y como llegar, permiten hacer que el servicio aumente su nivel de conocimiento, y por ende pueda entregar sus servicios a más personas.

Árbol de Problemas (PortaFolio II)



Árbol de Objetivos



Indicadores

Cuantitativos

Porcentaje de Conocimiento del servicio, en base a lo que ya se ha medido, revisando si ha aumentado o disminuido.

Porcentaje de conocimiento de las actividades que realiza la defensoría, en base a lo que ya se ha medido, revisando si ha aumentado o disminuido.

Cualitativos

Focus Group con usuarios para ver la efectividad de las campañas y cuanto saben de la defensoría

Conclusión

El plantear el árbol de objetivos nos indica, que podemos plantear una situación de mejora de las condiciones de conocimientos y comunicación de la Defensoría hacia los ciudadanos en general y sus usuarios en particular.

Para mejorar la situación planteada debemos trabajar la forma de encadenar lo aprendido en Branding y EMarketing.

La forma de unir se da porque en Branding buscamos el desarrollo y comunicación de una marca, por otra parte con el EMarketing podemos dar a conocer nuestros servicios a los ciudadanos a través de distintos medios y plataformas.

Para lo anterior se requiere la elaboración de un buen plan de marketing, que se haga cargo de las debilidades que se han encontrado en estudios realizados con anterioridad permitan mejorar el posicionamiento de la marca defensoría. +

En razón de lo antes expuesto, se debe identificar muy especialmente a los públicos a los cuales se requiere hacerles llegar mensaje, cuales es la forma mas efectiva y también cuales es el presupuesto para esto, con esos datos hay que comenzar a tomar las

decisiones, que permitan mejorar las mediciones señaladas en los indicadores del punto anterior y otro tipo de medición que sea relevante.

HITO 3: ACTIVIDAD LÚDICA N° 2

De acuerdo con lo solicitado, hemos pensado para este trabajo basarnos en la película JOBS (Stern, 2013), esta película es una adaptación biográfica sobre la vida de Steve Jobs, como es de publico conocimiento Jobs fue el creador de Apple en un principio dedicado a los PC, pero después de un largo peregrinar, entrando y saliendo de la empresa en el tiempo, posteriormente creo el IPOD, IPAD y la joya de la corona el IPHONE.

Con la creación y/o invención de este tipo de productos cambio el mundo de la computación en principio y después las comunicaciones hasta nuestro día, entonces lo que podemos deducir de esto, es como empresario o emprendedor, siempre tuvo la capacidad de adelantarse a los tiempos e identificar lo que deseaban los consumidores. Por lo anterior, es que uno puede asociarlo con lo que hemos estado estudiando en la asignatura de Conducta del Consumidor puesto que como señala en el objetivo general del curso es *“Comprender los comportamientos del consumidor desde una perspectiva psicológica, analizando los procesos que intervienen cuando las personas o grupos de sujetos eligen, compran o desechan productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y deseos, utilizando esta información en el diseño de estrategias comerciales con un alto sentido de la ética profesional”*. (UNIACC, 2022) Si a esto como se pide vincularlo al perfil de egreso en lo relativo a la formación *“disciplinar de base le permite gestionar, con una mirada estratégica, organizaciones y empresas, pudiendo además emprender y tomar decisiones en torno a las nuevas exigencias del*

medio, con perfil innovador y creativo, contribuyendo de manera permanente y diferenciada al desarrollo social, cultural y económico del país". (UNIACC, 2022)

Por esto, vemos en la película que desde la creación del personal computer, cuando todo parecía ir en contra, se impuso en el mercado porque pudo entender y comprender lo que los consumidores querían y/o necesitaban, es relevante porque también a diferencia de lo que uno conoce hoy que para lanzar un nuevo producto se hacen muchos estudios, aquí fue sólo la intuición, pero en realidad es una capacidad de leer el entorno, tener la capacidad de predecir el futuro. Pero además tenía algo revolucionario, puesto que sus inventos cambiaron el mundo y delinearon los gustos y necesidades de los consumidores, puesto que, si uno ve especialmente con el IPHONE, el mundo se revoluciona, hoy en un teléfono, uno puede tener internet, cámara, música, RRSS y otros, es decir todo lo que antes era separado, hoy lo tienes en el bolsillo de la camisa, eso es entender a los públicos y entregarles lo que necesitan.

En base a la película seleccionada, podemos asociar ciertos conceptos con los códigos reptiles vistos en la asignatura de Conducta del Consumidor, el cual indica que las neuroventas consisten en aplicar principios de la neurociencia a nuestras estrategias y acciones de ventas, se centran en venderle al cerebro reptiliano, el instintivo, el que asegura nuestra supervivencia y decide por nosotros antes de que lo hagan el cerebro emocional y el lógico. (Tu Mentora, 2022) algunos códigos en base a la película:

Reconocimiento Social: El uso de un teléfono celular, relaciona y conecta a las personas, nos hacen sentirse reconocidos socialmente.

Placer: Genera vínculos emocionales con el cliente, donde muchas veces esa emotividad logra un placer, de compartir, de mantenerse conectados a los demás, de sentirse incluido, identificado o parte de una marca.

Libertad: El hecho de poder conectarse donde quiera que estemos, es sentirse libre, por ejemplo, hoy en día con el teletrabajo, nos sentimos más libres del horario de oficina utilizando nuestros teléfonos que nos mantienen conectado, pero a la vez liberados.

Si asociamos esta película y los códigos reptilianos con el Perfil de egreso de la carrera de Ingeniera Comercial, creemos que varios de los códigos, tienen mucha relación, ya que sin duda como futuros Ingenieros comerciales, estaremos 100% en contacto con clientes, por lo mismo, debemos tener la capacidad de desenvolvernos de una manera en la que logremos conectar con ellos estratégicamente, siendo innovadores y creativos, tomando en cuenta los avances de la ciencia en relación al comportamiento y estudio psicológico de las personas, ya esta materia tiene mucho que aportar para las futuras relaciones y es donde nosotros como futuros ingenieros debemos estar preparados, para contribuir con buenas tácticas y lograr gestionar adecuadamente en una organización, además que si consideramos la psicología como parte de nuestra comunicación con el cliente o el personal de la empresa, podremos aportar al desarrollo social, cultural, reforzando las conexiones y así contribuir en la economía del país.

Bibliografía

Stern, J. M. (Dirección). (2013). *JOBS* [Película].

Tu Mentora. (2022). Obtenido de <https://tumentora.com/como-vender-mas-con-neuroventas/>

UNIACC. (01 de 01 de 2022). *UNIACC*. Obtenido de UNIACC: <https://www.uniacc.cl/facultad-de-administracion/ingenieria-comercial/>

UNIACC. (01 de 8 de 2022). *UNIACC.CL*. Obtenido de UNIACC.CL: <https://virtual.uniacc.cl/repo->

uniacc/uni/moodle/planes/administracion/ingenieria_comercial/conducta_consumidor_20s/plan.pdf

HITO 4: PORTAFOLIO DIGITAL

El objetivo en esta asignatura, por lo que uno ha ido aprendiendo en el tiempo, tiene como dos objetivos, por una parte, es hacer un racconto de lo que se ha vivido este semestre en diversas asignaturas, con la experiencia de abarcar nuevos tópicos y otros que ya lo había visto en otros estudios.

Y por otra parte, generar las condiciones y avances requeridos para la preparación y entrega del informe final, donde es una sumatoria de las actividades disciplinares que se han desarrollado durante todos los semestres, lo que permitirá acceder al título profesional.

Es importante hacer notar, que al tener claridad en lo antes indicado, permite ahora eda comprender el sentido del portafolio en la carrera, por lo cual uno tiene un nuevo objetivo que es mirar y repensar lo visto en semestres anteriores, mejorar lo realizado para finalizar de buena forma estos estudios.

PRESENTACION DEL ESTUDIANTE

Mi nombre es Geraldo Ruiz Vargas, soy de Punta Arenas y en el año 1985 mis padres decidieron que nos viniéramos a vivir a Santiago y desde esa fecha vivo en Macul, tengo 52 años, soy casado con Nancy y tenemos tres hijos Emilia y Victoria que tienen 17 años y Pedro de 12 años, me gusta mucho los deportes especialmente mirar futbol y cuando se puede practicar basketball, además disfruto mucho de las series.

Mi formación académica es la siguiente me titule de Administrador Público en la UTEM, posteriormente realice un Magister en Gerencia y Política Públicas en la UAI, además tengo 2 diplomados y post-título, esto porque también me gusta mucho estar aprendiendo cosas nuevas e ir actualizando los conocimientos en el mundo actual.

En lo laboral, durante toda mi vida he trabajado en la administración pública, en una primera parte estuve a cargo del área de administración y finanzas, posteriormente me hice cargo del área de planificación y control de gestión, actualmente trabajo en la Defensoría Penal Pública, en el Departamento de Evaluación, Control y Reclamaciones, donde estoy cargo de la supervisión de contratos y pagos de las empresas que nos entregan servicios de defensa penal.

Esta es una breve presentación de mi vida, el haber optado por estudiar esta carrera fue un desafío que me planteé, especialmente por buscar una actualización de conocimiento e incorporar toda el área de marketing que en mis otros estudios no había visto, ha sido un gran desafío, por que compatibilizar estudios, con trabajo y familia no es fácil, pero hasta el momento he podido salir adelante.

NARRATIVA REFLEXIVA 1

Asignatura: Dirección Estratégica

Tópicos de Interés “Análisis FODA”

Reconocimiento de aprendizajes previos: En la asignatura de Dirección Estratégica, el análisis FODA, me había tocado verlo en muchos cursos formales, puesto que es una metodología que se usa para todo tipo de análisis, especialmente en las etapas de diagnóstico, uno conocía esta forma de trabajar los procesos de planificación, pero la forma de abordarlo con el esquema de DA – DO – FO – FA, hace tener una nueva mirada sobre como usar esta metodología de trabajo.

Problematización: Este esquema que se encuentra en la Unidad N° 3 (Henríquez, 2020), agrega una forma de repensar este análisis, ya que en las variables hacen que exista una especie de apalancamiento en algunos casos como el usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades (FO), pero hay otra situación que es más complicada que implica el minimizar las debilidades y evitar las amenazas, entonces para ocupar esta se requiere avanzar del tradicional FODA hacia el nuevo esquema.

Práctica reflexiva: Basándome en lo anterior, y como se indica en los apuntes (Henríquez, 2020), este análisis busca vincular la planificación, en el diagnóstico empresarial tanto del ambiente interno como externo de la empresa, esto logrará o permitirá a la empresa y recabar antecedentes reales del ambiente, para tomar decisiones. Entonces al momento de analizar nuestro trabajo, nos permitió reconocer distintos factores que son relevantes para llevar a cabo una dirección de la empresa que pueda ver el ambiente y tener los resultados esperados.

Resignificación: Después de estudiar y aplicar en detalle esta forma de diagnóstico en el caso de los trabajos de la asignatura, me hizo mirar como algo nuevo el análisis FODA, que veía de la forma tradicional y no tenía la visión de este nuevo esquema, por tanto hoy encuentro que esto ayudo e incorporo a mi aprendizaje una nueva forma de abordar la planificación estratégica que siempre es necesaria y útil en el trabajo profesional.

Creación-Transformación: Ahora con el avance de la asignatura y habiendo desarrollado con mayor detalle los contenidos, este tipo de análisis esto ha ido cobrando mucha mayor importancia y me hace ver en perspectiva, que siempre uno debe estar abierto a los conocimientos y no creer que la situaciones son estáticas, por el contrario son siempre dinámicas y están en proceso constante y significativo de transformación.

NARRATIVA REFLEXIVA 2

Asignatura: Políticas Económicas

Tópicos de Interés “Inflación: política monetaria”

Reconocimiento de aprendizajes previos: Esta asignatura, si bien no me había tocado realizarla anteriormente, tiene aspectos muy similares a la asignatura de Macroeconomía, si que el revisar los contenidos me ha permitido refrescar muchos conocimientos ya adquiridos, y además en los tiempos actuales relevar la importancia de a lo menos tener conocimientos básicos sobre temas económicos ya que de esta forma uno puede entender mejor la economía tanto en el país como en el exterior.

Problematización: Mayores problemas en el desarrollo de la asignatura, sin embargo uno podría señalar que al escuchar a tantas personas hablar sobre temas económicos al entrar en el estudio de ello, puede verse con preocupación la falta de rigurosidad de

muchos incluso autoridades, que no conocen los temas en detalle y que por tener un micrófono, hacen que el resto de la población tenga muchos conceptos errados.

Practica reflexiva: Respecto de lo señalado, desde fines del año pasado, en la economía nacional se ha ido incorporando el tema de la inflación, como un problema que hoy vemos con aún mayor gravedad, sin embargo cuando a muchos les tocaba tomar medidas, como los retiros, no tuvieron consideración y siguieron con este tipo de políticas erradas, a lo que después se sumó la guerra de Ucrania, que nos ha llevado a un escenario complicado en esta materia, y que lo estamos viviendo cada mes cuando se nos entrega la cifra del IPC, que sube y las remuneraciones son las mismas, con lo cual el poder adquisitivo de las personas baja. Es importante establecer, que esto en economía hace mucho que ha sido estudiado, que no es un fenómeno actual, durante mucho tiempo nuestro país vivió esto, sin embargo hoy estamos frente a un escenario complejo y que no será fácil salir de él.

Resignificación: Las políticas económicas son muy relevantes, por lo cual frente a lo comentado es fundamental que sea algo relevante de conocer y entender por la ciudadanía, para que vea las decisiones que se toman en el día a día tienen consecuencias, por eso quizás ahora el estudiar estos tópicos es muy interesante, ya que uno aprecia el devenir económico y como se condice con lo estudiado y ve en la teoría que frente a la inflación, la política monetaria indica subir las tasas y vemos que es lo que hace el Banco Central, entonces algo que uno puede ver que es muy lejano o que sólo se indica por expertos en libros, es la realidad de lo que se está viviendo a diario, por lo cual el estudiar y profundizar lo más que se pueda en estas materias es de suyo relevante y ojalá todos pudiesen acceder a lo menos a conceptos que permitan entender con claridad la situación que estamos viviendo hoy.

Creación-Transformación: En esta fase, sería importante generar los mecanismos que permitan como se ha indicado anteriormente avanzar en que todos conozcan las políticas económicas, especialmente la fiscal y la monetaria, que permita conocer el funcionamiento de la economía.

NARRATIVA REFLEXIVA 3

Asignatura: Marketing Estratégico

Tópicos de Interés “Estrategia Digital”

Reconocimiento de aprendizajes previos: La verdad que sobre marketing no he tenido conocimiento ni estudios anteriores y menos aún estratégico, por tanto en esta asignatura, me ha tocado revisar solo cosas nuevas, sin embargo, a lo largo de este semestre he podido dimensionar la importancia que tiene en el desarrollo de una empresa, como lo hemos podido ver en los trabajos realizados, ya que no es sólo como se puede entender de hacer algo de publicidad, sino que implica el desarrollo e implementación de una serie de estrategias para posicionar un negocio en el mercado.

Problematización: Uno que siempre conoció la publicidad en los medios tradicionales, como diarios, radio y tv, ver hoy día como las redes sociales, avanzan en estos aspectos teniendo claramente segmentados sus públicos, lo que hace que todo el proceso publicitario sea más eficiente, por tanto el posicionar un producto sabiendo manejar los medios puede ser una tarea que hoy con un buen plan de medios tenga mejores resultados, especialmente en lo que significa la publicidad en redes sociales, que permite llegar al público objetivo, además permite una medición certera, lo que hace tener resultado y poder mejorar en el camino.

Practica reflexiva: En este marco, el haber desarrollado casos más que teorías, permite ir aplicando los criterios en los trabajos, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos y así ir conociendo como se desarrollan los distintos temas y estrategias de marketing, especialmente para aquellos que estamos lejos de estos temas, en este sentido uno puede ver que es un campo complejo, que si bien hoy hay muchos mas medios, todo plan de marketing con lleva un costo importante, por lo cual no tomar buenas decisiones, puede a las empresas hacer perder una cantidad importante de recursos, por eso uno vio que existen los instrumentos y formas de hacer un trabajo profesional para obtener los reditos buscados.

Resignificación: La importancia que tienen las redes sociales, en el desarrollo publicitario es hoy importante, el no considerarlas puede ser un grave error, por eso en todo plan deben ser consideradas y quizás por el tipo de producto o por el público, sea mejor invertir todo en ellas, que seguir con los medios tradicionales.

Creación-Transformación: El haber visto marcas y crear otras, hace que uno se sienta parte de procesos creativos y publicitarios guardando todas las proporciones, pero si hace que si uno trabaja o quiera tomar ese camino, hay muchos elementos que se deben considerar para desarrollar un trabajo, y aquí la transformación es imprescindible, pasando de medios tradicionales a redes sociales, todo asociado a las nuevas tecnologías que llegaron para quedarse y transformar las formas tradicionales de comunicarse.

NARRATIVA REFLEXIVA 4

Asignatura: Taller de Gestión Comercial

Tópicos de Interés “Gestión comercial vs. Ventas”

Reconocimiento de aprendizajes previos: Un taller sobre estos temas no había tenido, por lo cual todo lo visto y los trabajos realizados fueron cosas nuevas, en este sentido considero que los tópicos tratados son muy relevantes para el conocimiento que debe tener todo ingeniero comercial, pero muy especialmente, para aquellos que quieran comenzar un emprendimiento o algún tipo de negocios, puesto que aquí se presentaron cosas que en la practica son de mucha utilidad.

Problematización: El haber estudiado y desarrollado el trabajo sobre diversos aspectos de la gestión comercial y de ventas, me hizo plantearme la diferencia que existe entre los conceptos, que en una primera mirad uno tiende a mezclar y pensar que los dos se tratan sobre lo mismo, sin embargo, al entrar al detalle, uno puede apreciar que abarcan situaciones similares en origen, pero en el fondo diversas.

Practica reflexiva: en el primer foro se planteó como pregunta las diferencias entre fuerzas de ventas y fuerza comercial, para esto tomando información de la web en <https://rockcontent.com/es/blog/fuerza-de-ventas/> se indica que la fuerza de ventas es hacer referencia a todos los recursos humanos y materiales que las empresas utilizan para vender. Al tratarse de ventas, lo común es que los empresarios motiven a sus equipos a trabajar por metas, por lo que la fuerza de ventas se encuentra enfocada en alcanzarlos. En otras palabras, la fuerza de ventas es un factor fundamental, puesto que las empresas viven de sus ganancias y vender es vital para continuar con la producción de productos o la prestación de servicios.

Mientras que al hablar de fuerza comercial en la web <https://simpliroute.com/es/blog/fuerza-comercial> la fuerza comercial es una herramienta fundamental para ayudar a las empresas a mejorar sus resultados en términos de ingresos y rentabilidad. La fuerza comercial es esencial para el éxito de muchas

empresas, ya que es el principal medio a través del cual los clientes potenciales conocen y adquieren los productos o servicios de la compañía.

Resignificación: Analizando estas definiciones y acompañado de los trabajos realizados, estos dos conceptos tomaron una significación nueva, lo que hace entender que en todo tipo de negocios deberían tener una área comercial y una de ventas, quizás para las pequeñas y hasta medianas empresas, puede ser difícil de asumir con persona propiamente tal en los cargos, si las funciones deben estar presente en el desarrollo del negocio, puesto que estas se requieren para la buena marcha y hacer que la empresa se desarrolle, ahora talvez en un primer momento las dos puedan estar unidas, y seguramente los que trabajen sean multifunciones, pero con el crecimiento se deben ir separando para obtener los resultados deseado en el tiempo.

Creación-Transformación: El haber adquirido estos conocimiento, me hacen mirar de otra forma la gestión comercial, puesto que ahí se diseña parte importante del negocio, en este sentido también se vuelve apreciar las ventas y las personas que desempeñan estas funciones lo relevante que son la para empresa y que además requieren una formación y capacitación permanente, puesto que son la primera fila antes el cliente y se requiere la empatía necesaria para ganar un cliente mas y no perderlo por una mala atención.

NARRATIVA REFLEXIVA 5

Asignatura: Portafolio IV

Tópicos de Interés “Actividad Disciplinar”

Reconocimiento de aprendizajes previos: Como se ha señalado en los portafolios anteriores, esta asignatura ha sido un permanente descubrimiento, donde tanto las actividades lúdicas como las disciplinares han aportado al crecimiento personal, ya que

en mi caso, no me había tocado desarrollarlas. Por tanto, en lo inicial para comprender la dinámica de este Portafolio, hay que desarrollar una mente abierta para asimilar y comprender esta asignatura.

Problematización: En la actividad disciplinar, se me presento una situación que no había acontecido anteriormente, puesto que, al desarrollarla y entregarla, los resultados no fueron de los mejores, sin embargo, el real problema fue que, en este desarrollo nos enteramos que esta actividad era parte de un proceso para acceder al título, y ahí se complejizo todo, ya que fue la primera información que recibimos, por tanto, agrego una variable que no estaba en la ecuación al principio, por tanto, esto implica un estudio y análisis de todo lo realizado anteriormente, para obtener buenos resultados.

Practica reflexiva: Con la evaluación que se realizo de la actividad disciplinar, me ayuda a replantearme como realizar el trabajo de título, puesto que hay que mejorar una serie de aspectos para poder cumplir de buena forma, especialmente en todo lo que significa realizar el proyecto, apuntando a todos los aspectos requeridos, sin duda será un nuevo y buen desafío que queda por delante.

Resignificación: El trabajo ya mencionado la actividad disciplinar, me hace, por una parte me hace repensar el tema de mejorar mi organización personal para hacer el trabajo final de buena forma con tiempo y la calidad requerida, pero también para seguir avanzando y revisar los apuntes para encontrar los contenidos que se requieren en esta nueva etapa de los estudios especialmente cuando estamos llegando al final.

Creación-Transformación: Estoy seguro que ahora con los conocimientos adquiridos, se superaran las brechas antes señaladas, con esto espero lograr la transformación en mi Ciclo de Aprendizaje necesaria para finalizar de buena manera la carrera y así cumplir los objetivos tanto personales como para el logro del título profesional.

Evidencias y sus declaraciones Contextualizadoras

EVIDENCIA 1 - Narrativas Reflexiva Dirección Estratégicas:

Link n°1

https://docs.google.com/document/d/1nzkG6jWSJ4XLJv_2tii9OXKBdcxMg234/edit?usp=sharing&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

En el enlace N°1, se encuentra el trabajo de la unidad 3 que desarrollamos en el grupo, con la empresa que se creó para este efecto, donde se hace el análisis FODA, en el esquema de las estrategia DA – DO – FO – FA, lo que hizo tener una nueva visión de como hacer la planificación, especialmente en la fase de diagnóstico.

EVIDENCIA 2 - Narrativas Reflexivas Políticas Económicas:

Link n°1

<https://docs.google.com/document/d/1TXxIFkrcokGaZkL4wTApoJMVrYN-Y6f9/edit?usp=sharing&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true>

En el enlace N°1, se encuentra el trabajo de la unidad 2, donde se aprecia como funciono la política monetaria en situaciones de crisis.

EVIDENCIA 3 - Narrativas Reflexivas Marketing Estratégico:

Link n°1

https://docs.google.com/presentation/d/1-3SyJ0WSJ9v6xRzW-yDv6PWCh_FIHqpl/edit?usp=sharing&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

En el enlace N°1, se encuentra el trabajo de la unidad 4, donde como parte del trabajo de Creación de un Plan para mi marca, se abarcaron una serie de puntos donde me toco ver el tema de la estrategia de diferenciación y también la estrategia digital en redes sociales.

EVIDENCIA 4 - Narrativas Reflexivas Taller de Gestión Comercial:

Link n°1

<https://drive.google.com/file/d/1hLfKp6txDbZMtxKnyexe21izTXUJwFwX/view?usp=sharing>

En el enlace N°1, se encuentra el mapa conceptual, donde se presenta como la gestión comercial y de ventas aportan para la generación de valor para la empresa.

EVIDENCIA 5 - Narrativas Reflexivas Portafolio IV:

Link n°1

<https://docs.google.com/document/d/1FleCaeKsgcA7HQPOBU9ay0tfCAFjx8ZM/edit?usp=sharing&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true>

En el enlace se encuentra la Actividad Disciplinar, la cual si bien no tuvo una buena evaluación, sirve para asimilar una serie de conceptos que se deben manejar para tener un buen resultado en el examen final, por tanto este trabajo y los comentarios serán de una gran utilidad.

Además, conforme a lo solicitado se adjunta lo siguiente:

Actividad Lúdica N° 1

<https://docs.google.com/document/d/1kjBUeND3N-y6smZld7Gu2YCryrpVzK7C/edit?usp=sharing&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true>

Actividad Lúdica N° 2

https://docs.google.com/document/d/1k8_0wttSnijGlddpgDRkkmyMdL2nSWuj/edit?usp=sharing&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

Actividad Disciplinar

https://docs.google.com/document/d/1FleCaeKsgcA7HQPOBU9ay0tfCAFjx8ZM/edit?usp=drive_link&oid=109527510086191820922&rtpof=true&sd=true

Índice de Evidencias

EVIDENCIA 1 - Narrativas Reflexiva Dirección Estratégicas.

EVIDENCIA 2 - Narrativas Reflexivas Políticas Económicas.

EVIDENCIA 3 - Narrativas Reflexivas Marketing Estratégico.

EVIDENCIA 4 - Narrativas Reflexivas Taller de Gestión Comercial.

EVIDENCIA 5 - Narrativas Reflexivas Portafolio IV.

Actividad Lúdica N° 1

Actividad Lúdica N° 2

Actividad Disciplinar

Referencias Bibliográficas

Henríquez, J. (2020). *Análisis interno de la organización. Detección de factores.*

Santiago: Universidad UNIACC.

<https://rockcontent.com/es/blog/fuerza-de-ventas/>

<https://simpliroute.com/es/blog/fuerza-comercial>

HITO 4: ACTIVIDAD DISCIPLINAR

INTRODUCCIÓN

Para dar un contexto al presente trabajo, en las anteriores actividades disciplinares se planteo como el problema la falta de conocimiento por parte de la ciudadanía, que existe y cuál es el rol de la Defensoría Penal Pública.

Para lo anterior se planteó que “Es relevante que se conozca que hay un organismo público que entrega un servicio calidad, oportuno, eficaz y eficiente a todos los usuarios es gratuito cuando corresponda y presenta buenos resultados para las personas que requieren de esto. Considerar que por la labor que se realiza en la defensoría su nombre o marca debe ser ampliamente conocida por la población” lo cual es también aplicable en la actualidad.

Por tanto, el propósito de este trabajo es plantear una intervención que permita hacerse cargo del problema planteado, para esto en primer lugar se hará un mapa conceptual donde se mostrara las causas, el problema y las consecuencias, con esta información se preparara una intervención que permita mejorar los índices establecidos en la línea de base.

En esta intervención, a modo indicativo se prepara un plan para el posicionamiento de la marca, tomando en consideración especialmente lo aprendido en branding y las asignaturas relacionadas con marketing.

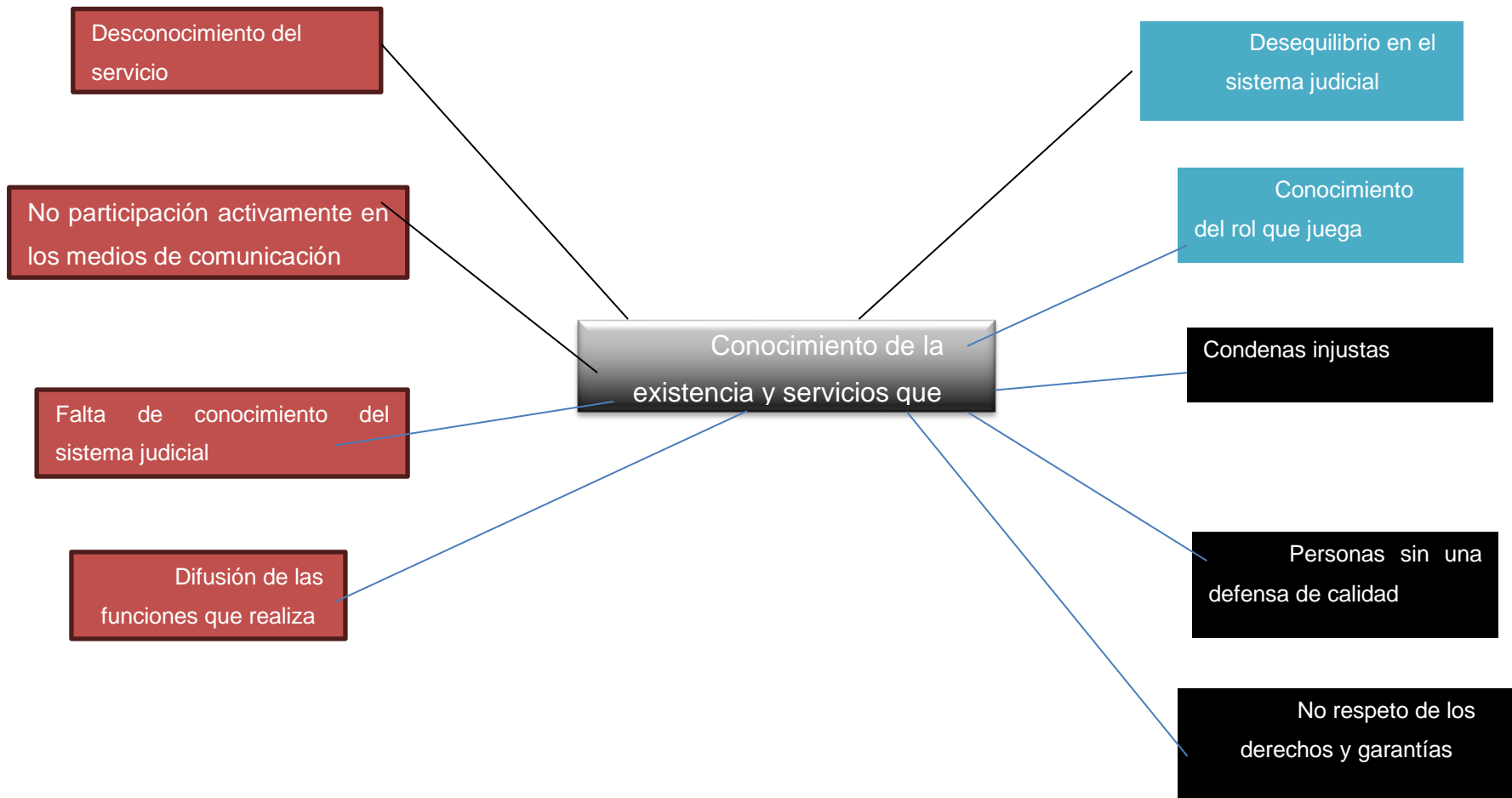
Finalmente, se presentará algunos indicadores que se deberán considerar al momento de hacer las evaluaciones de la intervención, analizando principalmente los resultados obtenidos al inicio, para compararlos con lo que se obtiene después de la intervención, para analizar las mejoras que se producen.

MAPA CONCEPTUAL

CAUSAS

PROBLEMA A SOLUCIONAR

CONSECUENCIAS



INTERVENCIONES

En relación a la intervención, esta busca hacer cargo del problema principal que se ha detectado que es el desconocimiento por parte de la población de la existencia de un servicio público que entrega los servicios de defensa penal.

La intervención buscara establecer un plan de medios que permita posicionar la imagen de la defensoría, para que sea conocida por todos los ciudadanos que en algún momento puedan requerir de sus servicios.

Para esto, primero se definirán las piezas publicitarias, que se usaran, puesto que como no existe una disposición importante de recursos, esta debe ser muy asertiva, intentando llegar a la mayor cantidad de personas. La segunda definición, dice relación donde se dispondrá, por una parte están los canales digitales, pero también, hay lugares donde es esencial llegar, ya que las personas que pueden necesitar del servicios, se acercan a esos lugares, estos son los tribunales de justicia, puesto que en el proceso penal, cuando alguien es detenido o tiene algún problema con la justicia, es llevado a los tribunales donde se verifica su situación, por eso en estos puntos es importante que las personas sepan que hay un servicio que en ese momento de problemas, le puede brindar ayuda.

Teniendo estos elementos presentes, se prepara un plan de marketing con diversos mensajes, para que las personas conozcan este servicio y así como muchos saben que para tener su cedula de identidad tienen que ir al registro civil, en este caso frente a un problema con justicia que sea un delito, puede ir a la defensoría para que le ayude a salir de la situación que lo aqueja.

Como toda intervención, especialmente porque tiene recursos que serán invertidos, se requiere que esto sea medido, para conocer cual fue su impacto para lo cual a

continuación se presentan algunos indicadores, que nos darán luces de los resultados de esta intervención.

INDICADORES

A continuación, hay una propuesta preliminar de indicadores que se usaran para la medición del impacto que tendrá la intervención que se realizara, para resolver en parte el problema que ha sido planteado.

Como se ha señalado anteriormente, para conocer y poder evaluar con certeza esta intervención, se establecerá una línea de base y posteriormente a la intervención se volverá a medir estos indicadores, para establecer si la intervención ayudo a mejorar los niveles de conocimiento de la institución.

Cuantitativos

Porcentaje de Conocimiento del servicio, en base a lo que ya se ha medido, revisando si ha aumentado o disminuido.

Porcentaje de conocimiento de las actividades que realiza la defensoría, en base a lo que ya se ha medido, revisando si ha aumentado o disminuido.

Cualitativos

Focus Group con usuarios para ver la efectividad de las campañas y cuanto saben de la defensoría

CONCLUSIÓN

El problema planteado, pueda ser mejorado con una intervención, que mejore las condiciones de conocimientos y comunicación de la Defensoría hacia los ciudadanos en general y sus usuarios en particular.

Para mejorar la situación planteada debemos trabajar la forma de encadenar lo aprendido en Branding y en el resto de asignatura de Marketing, en esto, la forma de unir se da porque en Branding buscamos el desarrollo y comunicación de una marca, por otra parte con el Marketing podemos dar a conocer nuestros servicios a los ciudadanos a través de distintos medios y plataformas.

Para lo anterior se requiere la elaboración de un buen plan de marketing, que se haga cargo de las debilidades que se han encontrado en estudios realizados con anterioridad permitan mejorar el posicionamiento de la marca defensoría.

En razón de lo antes expuesto, se debe identificar muy especialmente a los públicos a los cuales se requiere hacerles llegar mensaje, cuales es la forma mas efectiva y también cuales es el presupuesto para esto, con esos datos hay que comenzar a tomar las decisiones, que permitan mejorar las mediciones señaladas en los indicadores del punto anterior y otro tipo de medición que sea relevante.

Finalmente, como toda intervención se requiera que esta sea medida para esto se establecerá una línea de base y posterior a la intervención se volverá a medir, para conocer cuan efectiva fue la intervención, comparando los resultados del inicio y del final.

HITO 4: ACTIVIDAD LUDICA N°1

POLITICAS ECONÓMICAS.

En la actividad económica de un país siempre cuando hay situaciones de crisis, todos los agentes económicos deben tomar decisiones para superar esto, frente a esto se presentan dos tipos de medidas que responden a un tipo de política económica, por una

parte esta la Política Monetaria y por otra parte la Política Fiscal, a continuación se presentan estas dos en el modelo de gráfico T:

POLITICA MONETARIA (Arias, 2020)	POLITICA FISCAL (Galan, 2020)
La ejecuta el Banco Central de Chile	La ejecuta el Ministerio de Hacienda
Controla los factores monetarios(masa monetaria y tasa de interés)	Centrada en la gestión de los recursos del estado y su administración.
Expansiva, aumentar la cantidad de dinero para estimular la inversión y con ello reducir el desempleo y conseguir crecimiento económico, puede provocar inflación	Expansiva en situaciones de decrecimiento económico, ej una reducción de impuesto
Restrictiva, persigue la reducción de la oferta monetaria del país, su principal instrumento es el aumento de la tasa de interés.	Contractiva, cuando hay inflación, se aumentan los impuestos y se reduce el gasto público
Controla la inflación	Estabilizar la economía en el corto plazo
Mejora el saldo de la balanza de pagos	Garantiza y protege servicios sociales básicos
Conseguir crecimiento económico	En el largo plazo incrementar la capacidad de crecimiento del país
Reducir el desempleo	Persigue objetivo de equidad y redistribución de la renta

REFLEXION ACTIVIDAD LÚDICA

Al analizar estas políticas económicas tanto la monetaria como la fiscal, a través del gráfico T, podemos ver que cada una tiene sus particularidades y semejanzas, a modo de ejemplo vemos que en los dos casos hay políticas restrictivas y expansivas, sin embargo, por otra parte se ve que en una caso la ejecuta el gobierno a través del ministerio de hacienda y en el otro el Banco Central.

Mas allá de analizar o entrar en mayores detalles de una u otra política, lo relevante en este ejercicio entiendo yo que es, en mi caso a lo menos conocer este modelo de trabajo que es el grafico T, que sirve para comparar dos situaciones o temas, que hacen visible cuales son las características, y sirven en una primera instancia para explicar determinado tema usando este modelo de comparación.

En general, me parece un buen ejercicio ya que nos hace conocer una forma de presentar las comparaciones que son de utilidad al momento de trabajar algún tema en específico tanto en el trabajo como en los estudios, si bien uno siempre trabaja haciendo comparaciones para distintas cosas, yo a lo menos no conocía que se le denominará GRAFICO T.

BIBLIOGRAFÍA

Arias, A. S. (2020, marzo 01). *economipedia.com*. Retrieved from *economipedia.com*: <https://economipedia.com/definiciones/politica-monetaria.html>

Galan, J. S. (2020, febrero 4). *economipeca.com*. Retrieved from *economipedia.com*: <https://economipedia.com/definiciones/politica-fiscal.html>

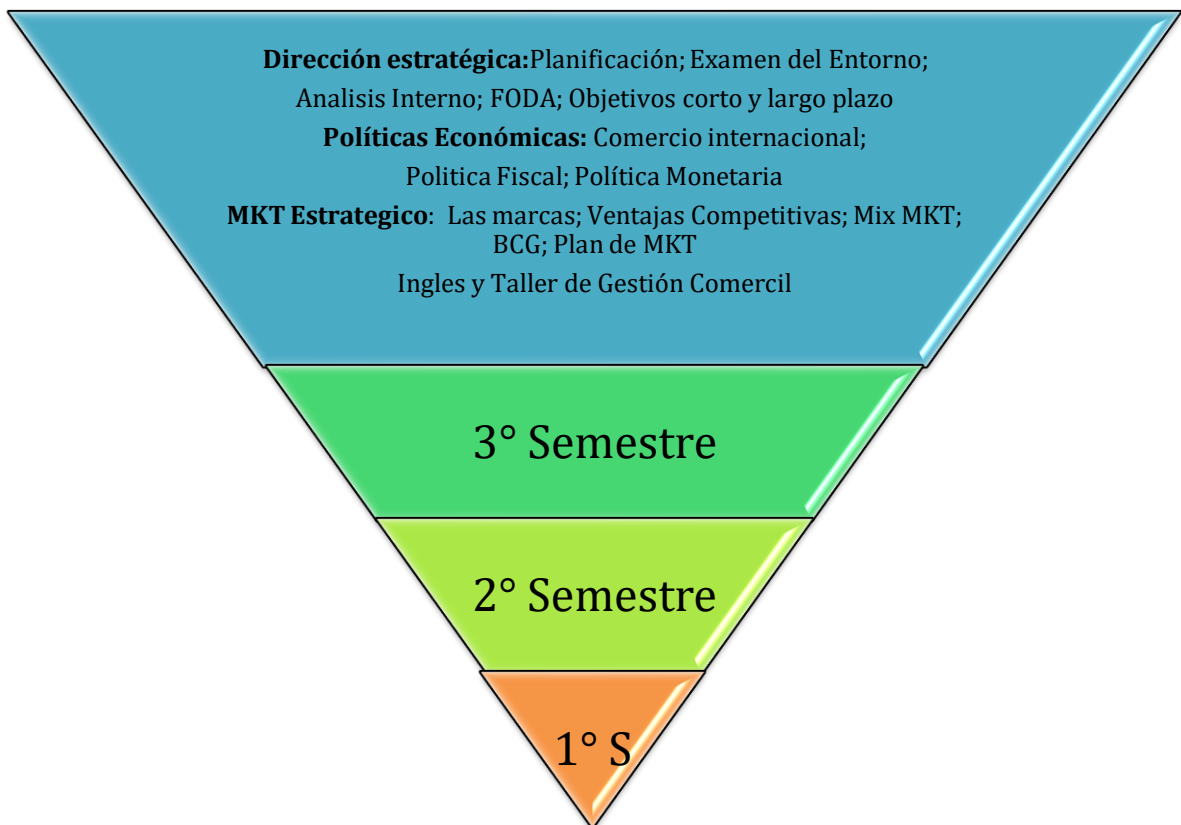
HITO 4: ACTIVIDAD LUDICA N° 2

REPRESENTACIÓN GRÁFICA

Para mí hay una figura que representa por una parte mi avance y logro del objetivo final que es la obtención del Título de Ingeniero Comercial, en este sentido he considerado que una pirámide me representa, porque en el transcurso del estudio uno va avanzando y subiendo hasta lograr el objetivo que se encuentra en la cúspide



Sin embargo, para graficar lo que ha sido este aprendizaje en estos cuatro semestres, lo grafico también con una pirámide, pero en este caso invertida, ya que en ella se va mostrando como con el tiempo se van adquiriendo nuevos conocimientos y ampliando nuestra visión del mundo. A continuación, un esquema con lo más relevantes vistos en este 4° semestre y un esquema de como al ampliarse la pirámide señala como uno va adquiriendo nuevos conocimientos



Elaboración propia

REFLEXIÓN

Como se presenta en el trabajo, la pirámide de acuerdo hacia donde uno la ubique puede representar lo que implica en nuestro caso el estudio de una carrera como lo es Ingeniería Comercial.

En la forma tradicional con la pirámide hacia arriba su cúspide, muestra el camino que uno ha seguido en este transitar por la carrera, para llegar al objetivo final que puede asimilarse a subir una montaña y llegar a la cima, y lograr el objetivo, que al principio se ve lejano, que muchas veces paso por la mente dejarlo hasta ahí, sin embargo, el cumplir el objetivo trazado, siempre es un gran logro personal.

Pero por otra parte, también podemos representar, como a lo largo de la carrera semestre a semestre, realizando las actividades de cada una de las asignaturas, el conocimiento inicial que uno tenía, ha ido creciendo, ampliándose, ya sea reconociendo aprendizajes previos que uno tuvo en otros estudios, o derechamente viendo nuevos conocimientos que uno va entendiendo, asimilando y en los casos que se puede también aplicando eso en el trabajo diario, esta finalmente representa el crecimiento personal que uno obtiene al adquirir nuevos conocimientos que se nos entregan en cada uno de los semestres, que permite consolidarse como un profesional que conoce las materias en las que trabaja o desempeña.