



**UNIVERSIDAD DE ARTES,  
CIENCIAS Y COMUNICACIÓN**

**Facultad de Administración  
Carrera de Ingeniería Comercial**

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

## **Creando un plan para mi marca: RESCUE FOOD APP**

Docente Portafolio:

Pilar Veliz Pasmíño.

Estudiante:

Carina Mabel Valle Pérez.

Punta Arenas, 07 Mayo de 2024.

# índice

Índice .....	2
Dedicatoria .....	3
Objetivos generales.....	4
Objetivos específicos .....	4
Presentación del estudiante .....	5
NARRATIVAS REFLEXIVAS 1.....	6
NARRATIVAS REFLEXIVAS 2.....	8
NARRATIVAS REFLEXIVAS 3.....	12
PROBLEMATIZACION N°3: .....	13
EVIDENCIAS Y DECLARACIONES CONTEXTUALIZADORAS .....	17
Evidencia N°1: .....	17
ASIGNATURA PORTAFOLIO I.....	17
Evidencia N°2: .....	18
ASIGNATURA PORTAFOLIO II.....	18
Evidencia 3: .....	19
ASIGNATURA PORTAFOLIO III.....	19
Evidencia N°4: .....	21
ASIGNATURA PORTAFOLIO IV .....	21
Evidencia 5: .....	25
ASIGNATURA PORTAFOLIO IV .....	25
Evidencia 6: .....	29
ASIGNATURA PORTAFOLIO IV .....	29
Actividad disciplinar Especificación de las alternativas de solución.....	29
INDICE DE EVIDENCIAS.....	46
CASO A TRATAR EXAMEN DE .....	47
TITULO.....	47
Creando un plan para mi marca: RESCUE FOOD APP .....	47

## **Dedicatoria**

Dedico este Portafolio de Título a mi hija Celeste Valenzuela, cuyo amor, respaldo y sacrificio han sido el faro que ha iluminado cada paso en este trayecto hacia la culminación de mis estudios. Su constante estímulo y confianza en mí han sido el motor que impulsó mi persistencia y determinación en los momentos más desafiantes.

Al Padre de mi hija, mi amigo y compañero, cuya presencia ha sido un refugio para el alma y un recordatorio constante de que nunca estamos solos en este viaje llamado vida. Siempre ha estado presente para celebrar mis logros y brindarme apoyo en las dificultades.

A mis profesores y mentoras, les agradezco profundamente por su orientación invaluable, los conocimientos compartidos y los sabios consejos que han enriquecido mi crecimiento personal y profesional durante este camino académico.

Con sincera gratitud y afecto hacia mi familia y docentes, cuya colaboración constante ha sido el pilar esencial en la consecución de este importante objetivo para mí. Optar por obtener la Licenciatura en Ciencias de la Administración de Empresas y el Título Profesional de Ingeniero Comercial ha sido un camino desafiante, y su apoyo incansable ha sido mi principal motivación y sostén.

Este portafolio es el resultado del esfuerzo conjunto de todos aquellos que han dejado una marca indeleble en mi trayectoria educativa. A cada uno de ustedes, les dedico este logro con profundo agradecimiento y reconocimiento por haber sido piezas fundamentales en esta enriquecedora travesía.

## **Objetivos generales**

Mostrar de manera completa el desarrollo y progreso durante el tiempo que estudie Ingeniería Comercial a través de la recopilación organizada de información relevante acerca de experiencias educativas, profesionales y personales, resaltando la evolución en cuanto a habilidades, conocimientos y logros

## **Objetivos específicos**

Basándome en los principios SMART (Específico, Medible, Alcanzable, Relevante y con Tiempo definido), detallo objetivos específicos para cada uno de tus puntos:

Recopilación y estructuración de información: Recolectar y organizar de manera detallada toda la información relevante sobre mis experiencias académicas, laborales y personales, con el fin de proporcionar una visión integral y coherente de mi trayectoria durante este período.

Exhibición del progreso: Mostrar la evolución de mis habilidades, conocimientos y logros a lo largo del tiempo académico, resaltando los hitos más significativos alcanzados en cada asignatura y proyecto académico.

Identificación y evaluación de fortalezas y debilidades: Analizar las fortalezas y debilidades observadas en mi desarrollo durante este período, reflexionando sobre mi manejo de los desafíos enfrentados y extrayendo lecciones de las experiencias vividas.

Demostración de competencia en comunicación efectiva: Exhibir mi habilidad para comunicar ideas de manera efectiva, ya sea a través de la escritura, el diseño gráfico, la programación u otras habilidades relevantes, utilizando el portafolio digital como plataforma para mostrar mi creatividad y habilidades de presentación de información.

Establecimiento de objetivos claros y alcanzables: Definir metas específicas y alcanzables para mi futuro académico y profesional, utilizando el portafolio digital como una herramienta para medir mi progreso y mantener la concentración y dirección durante el resto del semestre.

## **Presentación del estudiante**

Mi nombre es Carina Mabel Valle Pérez, tengo 31 años y mi vida hasta ahora ha sido una montaña rusa llena de experiencias y aprendizajes. Nací y crecí en el hermoso entorno de Chiloé, una isla chilena con una rica cultura y tradiciones. Sin embargo, en el pasado, mis padres tomaron la valiente decisión de mudarnos a Punta Arenas, en la región de Magallanes y Antártica Chilena, en busca de nuevas oportunidades y un futuro más prometedor para ellos y para mí.

La maternidad ha sido una de las aventuras más significativas de mi vida. Ser madre de una niña de 9 años me ha brindado una perspectiva diferente sobre la responsabilidad, la empatía y la capacidad de adaptación. Cada día es un desafío, pero también es una fuente inagotable de alegrías y amor incondicional.

Mi elección de carrera como Ingeniera en ejecución de Administración de Empresas ha sido una de las decisiones más acertadas que he tomado. Mi formación en el Instituto Santo Tomás me proporcionó una base sólida de conocimientos teóricos y habilidades prácticas, lo que me ha permitido enfrentar con confianza los desafíos en el ámbito empresarial. Actualmente, soy egresada de la carrera de Ingeniería Comercial en UNIACC.

Trabajo en una Empresa Salmonera, la que ha sido una experiencia enriquecedora y desafiante. Durante estos 14 años, he tenido la oportunidad de crecer profesionalmente y asumir diferentes responsabilidades en el área de Recursos Humanos. Cada cambio de cargo me ha empujado fuera de mi zona de confort, pero también me ha permitido adquirir nuevas habilidades y desarrollar mi liderazgo. A pesar de haber permanecido en la misma compañía durante todo este tiempo, cada día enfrento nuevos retos y oportunidades de crecimiento, lo que me ha ayudado a consolidarme como Analista de RRHH Senior.

# NARRATIVAS REFLEXIVAS 1

Desde mi comienzo a mi cuarto semestre en Ingeniería Comercial, se ha presentado una oportunidad de reflexión en torno a la relevancia de los conocimientos que estoy adquiriendo en esta etapa de mi educación. Las asignaturas, como Inglés IV, taller de gestión comercial, dirección estratégica, marketing estratégico y portafolio IV, han sido como ventanas hacia una comprensión más profunda y contemporánea en áreas cruciales de la carrera, como la administración, la estadística y la comunicación, junto con las herramientas que las acompañan.

Este nuevo conocimiento no solo enriquece mi perspectiva académica, sino que también me proporciona una base técnica sólida. Estoy empezando a vislumbrar cómo estos aprendizajes se traducen en una preparación más sólida para afrontar tanto los retos del mundo laboral como los aspectos cotidianos de la vida. Esto me llena de confianza y no solo a nivel nacional, sino también me brinda la capacidad de abordar oportunidades internacionales si estas se presentan. Esta etapa de mi educación se ha convertido en un momento de crecimiento y expansión, y estoy ansiosa por seguir explorando y aplicando estos conocimientos en el futuro.

## **PROBLEMATIZACION N°1:**

La entrada al semestre final de Ingeniería Comercial ha resultado ser un período de revelación, ya que he llegado a comprender la trascendencia de los nuevos saberes adquiridos en esta fase de mi formación académica. Materias como Inglés IV, taller de gestión comercial, dirección estratégica y marketing estratégico han ampliado considerablemente mi perspectiva y me han dotado de conceptos técnicos fundamentales que previamente desconocía. Esta toma de conciencia me impulsa a una profunda reflexión sobre cómo garantizar la efectiva aplicación de estos conocimientos en el ámbito laboral y en la vida cotidiana, tanto a nivel nacional como en un contexto internacional.

### **PRACTICA REFLEXIVA N°1:**

Ya finalizando la Ingeniería Comercial me he encontrado con asignaturas que han sido complementarias a las vistas en semestres anteriores, como es el caso de Marketing estratégico. En esta materia, puedo argumentar es un componente fundamental en programas académicos relacionados con la administración y el marketing. Se centra en la planificación y la ejecución de estrategias de marketing a nivel estratégico, con el objetivo de lograr ventajas competitivas en el mercado.

La fusión entre la asignatura que he tenido anteriormente que es e-marketing y actualmente marketing estratégico me ha ayudado a comprender la combinación de ambos enfoques, resultando esencial para el éxito en el entorno comercial actual.

### **RESIGNIFICACION N°1:**

Cuando ingresé al programa de forma en línea, con la expectativa de que sería más sencillo, pero al experimentarlo, he descubierto que en realidad presenta mayores desafíos. Sin embargo, estoy decidida a seguir adelante, siempre y cuando la salud y las circunstancias de la vida me lo permitan.

En cuanto al cuerpo académico, hasta el momento he recibido una buena respuesta en los momentos en los que he necesitado asesoría. Los tiempos de respuesta para resolver mis dudas han sido adecuados y eso me ha brindado el apoyo necesario para continuar con mis estudios en esta modalidad en línea. A pesar de las dificultades, valoro el esfuerzo y dedicación del equipo académico para brindar la asistencia necesaria.

Estoy comprometida a enfrentar los retos que surgen en este tipo de modalidad educativa y estoy dispuesta a seguir esforzándome para lograr mis objetivos académicos. Aunque el camino pueda ser más difícil, estoy convencido/a de que cada obstáculo superado es una oportunidad de crecimiento y aprendizaje. Con perseverancia y dedicación, espero alcanzar el éxito en mi trayectoria académica en línea.

## **CREACION Y TRANSFORMACIÓN N°1**

En relación a mi progreso hasta la fecha, puedo afirmar que he experimentado una notable mejora en cómo redacto mis consultas y en mi desenvolvimiento en situaciones cotidianas, especialmente en mi entorno laboral.

A medida que avanzo en mi formación, he adquirido nuevas habilidades comunicativas que me permiten expresar mis ideas y preguntas de manera más clara y precisa. Esta capacidad de redacción más efectiva ha tenido un impacto positivo en mi lugar de trabajo, permitiéndome comunicarme de manera más eficaz y obtener resultados más satisfactorios en mis responsabilidades diarias.

Además, esta transformación no se ha limitado al ámbito laboral, sino que ha impactado positivamente en mi vida cotidiana. Ahora puedo expresar mis pensamientos de manera más estructurada y coherente, lo que ha facilitado la comunicación con mi entorno personal y social.

Este crecimiento y evolución en mis habilidades de comunicación me llena de satisfacción y me motiva a continuar mi desarrollo en este aspecto. Reconozco que el aprendizaje es un proceso constante, y estoy emocionado/a por seguir perfeccionando mis habilidades de redacción y comunicación en general. Cada paso que doy en esta dirección representa un avance significativo en mi desarrollo personal y profesional.

## **NARRATIVAS REFLEXIVAS 2**

A medida que me acerco al término del proceso académico, estoy convencida de que la decisión de continuar mis estudios ha sido acertada y beneficiosa. Aunque al principio albergué algunas dudas, he logrado superar los desafíos que se presentaron en ciertas asignaturas, gracias al compromiso de los profesores y a las herramientas proporcionadas para mi aprendizaje.



En general, he valorado la dedicación y perseverancia de los profesores al proporcionarme los recursos necesarios para avanzar en mi educación. Su respaldo ha sido esencial para superar los obstáculos y continuar progresando en mi camino académico.

Sin embargo, también reconozco que presente dificultades en la asignatura de Inglés IV. Siempre he tenido dificultades con este idioma y he realizado varios intentos para mejorar mi pronunciación, dado que todos los trabajos deben ser grabados.

Este reconocimiento me motiva a reflexionar sobre mis hábitos de estudio y a buscar estrategias para mejorar mi pronunciación. Es crucial que tome conciencia de la importancia del inglés tanto en lo personal como en lo laboral.

A partir de esta reflexión, estoy comprometida a trabajar en mi desarrollo personal y académico, aprendiendo de mis desafíos y mejorando mis habilidades de planificación y autodisciplina. Sé que enfrentaré nuevos desafíos en el futuro, pero estoy convencida de que cada experiencia es una oportunidad para aprender y crecer como estudiante y como individuo.

### **PROBLEMATIZACION N°1:**

Las dudas iniciales sobre la decisión de continuar mis estudios, aunque presentes al principio, han disminuido a medida que avanzaron los semestres académicos. La convicción de que fue una decisión acertada se ha consolidado gracias a la superación de diversos desafíos académicos y al apoyo brindado por los profesores. Su dedicación y las herramientas proporcionadas han sido fundamentales para superar obstáculos y avanzar en mi formación.

Sin embargo, no todo ha sido sencillo. La asignatura de Inglés IV ha representado un desafío particular debido a las dificultades que siempre he tenido con este idioma. A pesar de los múltiples intentos para mejorar mi pronunciación, los obstáculos persisten, lo que me lleva a una profunda reflexión sobre mis hábitos de estudio y la necesidad de encontrar estrategias más efectivas.

Reconozco la importancia del inglés tanto a nivel personal como laboral y estoy comprometida a abordar esta área de mejora de manera más efectiva. Para lograrlo,

planeo trabajar en mi desarrollo personal y académico, aprender de mis desafíos y mejorar mis habilidades de planificación y autodisciplina. Estoy consciente de que en el futuro enfrentaré nuevos desafíos, pero estoy convencida de que cada experiencia representa una oportunidad para aprender y crecer tanto como estudiante como individuo

## **PRACTICA REFLEXIVA N°2:**

Esta reflexión me lleva a apreciar el camino que he recorrido en mi educación y a reconocer la importancia de tomar decisiones significativas en mi vida. Al acercarme al final del cuarto semestre académico, me doy cuenta de que la decisión de continuar mis estudios ha sido acertada y beneficiosa. A pesar de las dudas iniciales que albergaba, he logrado superar los desafíos académicos que se me han presentado, y esto ha sido posible gracias al compromiso de los profesores y a las herramientas que han puesto a mi disposición para mi aprendizaje.

La dedicación y perseverancia de los profesores han sido un pilar fundamental en mi proceso educativo. Valorar su apoyo me hace sentir agradecido/a, ya que su respaldo ha sido esencial para superar obstáculos y seguir avanzando en mi formación. Esta experiencia me enseña la importancia de contar con guías y mentores en mi camino.

Sin embargo, también es importante reconocer las dificultades, como las que he enfrentado en la asignatura de Inglés IV. Siempre he tenido problemas con este idioma, y aunque he realizado múltiples intentos para mejorar mi pronunciación, aún enfrento desafíos. Este reconocimiento me lleva a reflexionar sobre mis hábitos de estudio y a buscar estrategias más efectivas para superar este obstáculo. La importancia del inglés en lo personal y lo laboral me motiva a abordar esta área de mejora de manera más seria y consistente.

A partir de esta reflexión, estoy comprometida a trabajar en mi desarrollo personal y académico. Aprender de mis desafíos y mejorar mis habilidades de planificación y autodisciplina se convierte en un objetivo clave. Sé que en el futuro enfrentaré nuevos desafíos, pero estoy convencido/a de que cada experiencia, ya sea positiva o desafiante, es una oportunidad para aprender y crecer como estudiante y como individuo. Estoy ansioso/a por seguir este viaje de autodescubrimiento y desarrollo.

## **PROBLEMATIZACION N°2:**

Las dudas iniciales podrían haber estado relacionadas con la elección de la carrera, la incertidumbre sobre el futuro o la capacidad para sobrellevar la carga académica.

El compromiso de los profesores proporcionó apoyo y recursos que ayudaron a superar los obstáculos académicos, brindando orientación y asistencia en el proceso de aprendizaje.

El reconocimiento de las dificultades en Inglés IV ha llevado a una reflexión sobre la necesidad de mejorar habilidades y hábitos de estudio, y ha destacado la importancia del dominio del inglés en el ámbito personal y laboral.

Para abordar los desafíos en la pronunciación en Inglés IV, se pueden considerar clases adicionales, práctica constante, la ayuda de un tutor o el uso de recursos en línea para mejorar las habilidades de pronunciación.

Se visualiza un aprendizaje continuo y un crecimiento personal y académico. Se adoptará un enfoque de mejora constante de habilidades, una planificación más efectiva y una mayor autodisciplina para enfrentar los nuevos desafíos. Cada experiencia se verá como una oportunidad de aprendizaje y crecimiento.

## **RESIGNIFICACION N°2:**

Ya estando en el proceso final de Ingeniería Comercial ha significado una oportunidad de reflexión profunda sobre la relevancia de los conocimientos que estoy adquiriendo en esta etapa de mi educación. Las asignaturas, como Inglés IV, taller de gestión comercial, dirección estratégica, marketing estratégico y portafolio IV, se han convertido en ventanas hacia una comprensión más profunda y actualizada en áreas cruciales de la carrera, como administración, estadística y comunicación, junto con las herramientas que las respaldan.

Este nuevo conocimiento no solo ha enriquecido mi perspectiva académica, sino que también me ha dotado de una sólida base técnica. Ahora puedo visualizar cómo estos aprendizajes se traducen en una preparación más sólida para afrontar los desafíos tanto en el mundo laboral como en los aspectos cotidianos de la vida. Esta transformación no

solo me llena de confianza a nivel nacional, sino que también me brinda la capacidad de aprovechar oportunidades internacionales si estas se presentan. Esta etapa de mi educación se ha convertido en un período de crecimiento y expansión, y estoy entusiasmada por seguir explorando y aplicando estos conocimientos en el futuro.

## **CREACION Y TRANSFORMACIÓN N°2**

Este reconocimiento me motiva a reflexionar sobre mis hábitos de estudio y a buscar estrategias efectivas para mejorar mi pronunciación. Comprendo la importancia crítica del inglés tanto en mi vida personal como en el ámbito laboral.

A raíz de esta reflexión, estoy comprometida a trabajar en mi desarrollo personal y académico, aprendiendo de mis desafíos y mejorando mis habilidades de planificación y autodisciplina. Reconozco que enfrentaré nuevos desafíos en el futuro, pero estoy convencida de que cada experiencia es una oportunidad valiosa para aprender y crecer como estudiante y como individuo. Estoy emocionada por lo que el futuro tiene reservado en mi viaje de crecimiento y aprendizaje.

## **NARRATIVAS REFLEXIVAS 3**

Mirando hacia atrás, puedo notar cómo a lo largo de mi trayecto educativo, los foros han adquirido una relevancia creciente. Reconozco que en aquel entonces no les concedí la importancia que merecían, considerándolos secundarios y sin invertir el tiempo necesario. Como resultado, no logré aprovecharlos como una herramienta valiosa para enriquecer mi aprendizaje en cada asignatura y apenas profundizaba en su contenido.

Ahora tengo una clara percepción de cómo esta actitud limitó mis oportunidades de desarrollo académico. Los foros representan un espacio valioso para el intercambio de ideas con otros estudiantes, la discusión de temas relevantes y la colaboración para adquirir una comprensión más completa de los contenidos estudiados. Mi falta de

participación en estos espacios me privó de la oportunidad de compartir mis conocimientos y aprender de las experiencias de mis compañeros.

Reconozco que al no involucrarme de manera más profunda en los foros, también desaproveché la posibilidad de recibir retroalimentación constructiva y enriquecedora. Estoy convencida de que las discusiones y contribuciones de otros habrían contribuido a un aprendizaje más significativo y a una comprensión más completa de los temas abordados.

A raíz de esta reflexión, me comprometo a cambiar mi enfoque hacia los foros en el futuro. Valoraré la importancia de estos espacios en mi proceso de aprendizaje, participaré activamente compartiendo mis ideas y conocimientos, y estaré abierta a las perspectivas y opiniones de mis compañeros. Entiendo que cada experiencia educativa, incluso aquellas que en un principio parecen insignificantes, puede brindar oportunidades valiosas para mi desarrollo académico y personal. De ahora en adelante, aprovecharé plenamente los foros como una herramienta para enriquecer mi aprendizaje y expandir mis horizontes educativos.

### **PROBLEMATIZACION N°3:**

En el pasado, los foros quizás no se valoraban adecuadamente debido a una falta de comprensión sobre su relevancia o a la percepción de que eran secundarios en comparación con otras formas de aprendizaje.

La falta de participación en los foros limitó las oportunidades de intercambio de ideas y colaboración, lo que a su vez afectó negativamente el desarrollo académico al privar al estudiante de enfoques y perspectivas adicionales.

La falta de aprovechamiento de las oportunidades de retroalimentación en los foros llevó a una pérdida de oportunidades para mejorar la comprensión y el aprendizaje significativo en las asignaturas.

### **PRACTICA REFLEXIVA N°3:**

Esta reflexión sobre mi experiencia educativa me ha llevado a comprender la importancia de los foros en mi desarrollo académico. Al mirar hacia atrás, puedo ver cómo en el pasado subestimé su relevancia y no les otorgué la atención que merecían. Los consideré como algo secundario y no les dediqué el tiempo necesario para aprovecharlos como una valiosa herramienta de aprendizaje en mis asignaturas.

Ahora, soy consciente de cómo esta actitud afectó mis oportunidades de crecimiento académico. Los foros proporcionan un espacio valioso para el intercambio de ideas, la discusión de temas relevantes y la colaboración con otros estudiantes. Al no participar activamente en estos espacios, me perdí la oportunidad de compartir mis conocimientos y aprender de las experiencias de mis compañeros.

También comprendo que mi falta de involucramiento en los foros me privó de recibir retroalimentación constructiva y enriquecedora por parte de mis compañeros. Estoy segura de que sus discusiones y contribuciones habrían contribuido a un aprendizaje más significativo y a una comprensión más profunda de los temas abordados.

A partir de esta reflexión, me comprometo a cambiar mi enfoque hacia los foros en el futuro. Reconozco la importancia de estos espacios en mi proceso de aprendizaje y valoraré su relevancia. Participaré activamente compartiendo mis ideas y conocimientos, y estaré dispuesta a escuchar y aprender de las perspectivas y opiniones de mis compañeros. Entiendo que cada experiencia educativa, incluso aquellas que parecen insignificantes en un principio, puede brindar oportunidades valiosas para mi desarrollo académico y personal.

Esta reflexión me ha llevado a apreciar más los foros como una herramienta vital en mi aprendizaje y me ha inspirado a aprovechar plenamente su potencial para enriquecer mi educación y expandir mis horizontes académicos.

### **RESIGNIFICACION N°3:**

Luego de reconocer la enorme influencia de los foros en mi proceso de aprendizaje, opté por darles un nuevo enfoque y apreciar su importancia. Esta revalorización no resultó ser complicada, ya que comprendí que eran esenciales para mi desarrollo académico. Me organicé de manera más efectiva en mis asignaturas, gestionando tanto el material de estudio como las tareas, exámenes y, por supuesto, los foros.

Al reconocer su peso y comprender la relevancia de los foros, pude percibirlos como una herramienta valiosa para enriquecer mi aprendizaje. Participar de manera activa en estos espacios me brindó la oportunidad de conectar con otros estudiantes y profesores, enriqueciendo así mi experiencia educativa.

Al gestionar mi tiempo de estudio y asegurarme de revisar y participar en los foros de manera regular, noté cómo mi comprensión de los temas se ampliaba. Las conversaciones y contribuciones de mis compañeros me ayudaron a considerar diferentes perspectivas y enfoques, enriqueciendo mi propio análisis y reflexión.

En la actualidad, considero los foros como una oportunidad para profundizar en los contenidos, plantear preguntas y resolver dudas de una manera colaborativa. También entiendo que participar de manera activa en los foros me permite aprender de forma más significativa, ya que la interacción con otros estimula mi pensamiento crítico y mi capacidad de expresión.

Esta reevaluación de los foros en mi enfoque de estudio ha tenido un impacto transformador. Ahora los veo como un recurso valioso para mi crecimiento, tanto académico como personal. Me comprometo a seguir aprovechándolos al máximo y agradecer la oportunidad que brindan para expandir mis conocimientos y habilidades. Cada experiencia en los foros es una oportunidad para aprender y crecer, y estoy decidida a sacar el máximo provecho de ellas.

### **CREACION Y TRANSFORMACIÓN N°3**

La creación y participación en estos foros han supuesto una auténtica revolución en mi proceso de aprendizaje. Gracias a estos espacios, he experimentado un aumento sustancial en mi comprensión del contenido académico, y todo ha adquirido una dimensión mucho más personal y eficaz desde diversas perspectivas.

Al interactuar con mis compañeros en los foros, he tenido la oportunidad de explorar una amplia variedad de ideas y enfoques sobre los temas de estudio. Estas interacciones enriquecedoras me han permitido ver las cosas desde diferentes ángulos y ampliar mi comprensión de los conceptos presentados en las asignaturas.

Además, los foros han promovido un sentido de comunidad académica, donde todos podemos aportar nuestras ideas y conocimientos para beneficio mutuo. Me siento más conectada con mis compañeros y profesores, lo que ha hecho que el proceso de aprendizaje sea más significativo y gratificante.

Desde el punto de vista académico, estos foros han demostrado ser una herramienta poderosa para profundizar en los temas y desarrollar un pensamiento crítico. Al reflexionar sobre las respuestas de otros y ofrecer mis propias contribuciones, he aprendido a analizar y evaluar la información de manera más rigurosa.

En lo personal, la participación activa en los foros me ha permitido ganar confianza en mis habilidades comunicativas y de expresión. He aprendido a expresar mis ideas de manera más clara y coherente, lo que también ha mejorado mi capacidad para debatir de manera constructiva y argumentar mis puntos de vista.

Este proceso de creación y transformación a través de los foros ha sido un viaje de autodescubrimiento y crecimiento. Me siento agradecido(a) por la oportunidad de participar en estos espacios enriquecedores, y estoy emocionado(a) por seguir aprovechándolos para continuar mi desarrollo académico y personal de manera eficiente y significativa.



# EVIDENCIAS Y DECLARACIONES CONTEXTUALIZADORAS

## Evidencia N°1:

### ASIGNATURA PORTAFOLIO I

#### Actividad Lúdica N°1

Con respecto a mis debilidades, puedo comentar que,

Muchas de las veces en la que me he desenvuelto con personas superiores a mi cargo, me pasa que me vuelvo un poco tímida (sin que lo sea realmente en mi diario vivir), esa timidez me lleva a una inseguridad demostrando desconfianza de mi misma y de los demás, todo esto aun más, me lleva a la dependencia, donde siento que no tomo la iniciativa, y ejecutando lo que ellos me indican.

Esto solo me ocurre cuando tengo a una persona con cargo superior a mi en mi lugar de trabajo.

Según mi autocrítica me dice que debo trabajar en mi confianza, para que me ayude avanzar hacia el desarrollo de mis capacidades, mi idea es:

- Correr riesgos seguros, en este caso realizándome pruebas a mi misma.
- Reconocer mis fortalezas y demostrarlas
- Planificarme en mi hogar, trabajo y estudio con los tiempos,
- Mostrarme tal y como soy, creo que este punto es fundamental, debido a que cuanto más auténtica sea, más segura de mi misma estaré.

La confianza en nosotros mismos aumenta nuestra autoestima.

Lo ideal es cuando vaya realizando estas pruebas a mi misma y tiqueando las cosas que me estoy planteando, podría evaluar si ha sido exitoso mi desafío.

Una de las cosas en las que me gusta realizar y considero que es una fortaleza, es la toma de decisiones personales y radicales en mi diario vivir, colocarme metas a corto y largo plazo; una de las variables de la toma de decisiones consiste en analizar, reflexionar y descubrir los errores, errores que gracias a los estudios e ido visualizando y será considerado como una meta en mi vida.

## Evidencia N°2:

### ASIGNATURA PORTAFOLIO II Actividad lúdica n°2

Lista de las palabras o conceptos relacionados al perfil de egreso.

- |               |                |
|---------------|----------------|
| 1. Negocio    | 8. Liderazgo   |
| 2. gestión    | 9. Impuestos   |
| 3. Personas   | 10. economía   |
| 4. Empresas   | 11. método     |
| 5. Cliente    | 12. Planificar |
| 6. Control    | 13. Sueldo     |
| 7. Eficiencia | 14. Mercado    |

L	P	M	R	D	A	R	I	O	R	E	L	T
R	P	H	O	E	L	E	D	I	G	L	I	D
A	S	U	K	I	A	A	D	P	E	E	D	G
N	F	Y	M	D	C	D	E	F	S	G	E	E
K	D	T	L	R	R	O	E	J	T	A	R	R
A	H	R	E	R	E	R	G	G	I	R	A	T
F	I	M	F	O	R	T	I	E	O	T	Z	B
D	M	D	R	S	E	R	G	J	N	R	G	H
T	P	R	T	I	E	G	T	E	P	E	O	S
R	U	I	R	T	W	F	I	E	R	D	R	D
W	E	T	R	O	O	J	I	R	I	E	F	E
W	S	A	N	O	S	R	E	P	S	R	R	W
U	T	P	J	K	I	G	F	A	O	U	A	Q
P	O	I	G	O	R	R	I	I	T	N	N	W
J	R	R	R	O	E	I	V	C	A	M	C	T
K	D	A	A	C	L	I	E	N	T	E	E	G

M	A	F	N	O	F	S	A	E	F	T	D	J
M	G	R	S	N	U	M	A	I	E	O	A	A
Ñ	O	E	A	T	E	N	A	C	R	D	R	R
O	N	S	S	R	R	I	F	I	E	O	U	T
E	A	I	E	O	Y	R	G	F	T	T	Y	P
R	D	T	R	L	R	E	H	E	E	E	P	R
H	I	O	P	S	A	L	N	P	R	D	L	R
J	R	P	M	E	S	A	T	O	R	E	M	A
L	W	L	E	C	O	N	O	M	I	A	P	S
M	V	L	R	A	C	I	F	I	N	A	L	P

### Reflexión sobre la importancia del perfil de egreso

En esta actividad Lúdica encontré varias palabras importantes asociadas al perfil de egreso de la carrera de Ingeniería Comercial, realizando un foco sobre las personas y la Empresas, tanto en la administración de una Empresa también en lo que conlleva la administración y personal humano, buscando una administración eficiente, con enfoque a las personas sin dejar pasar la planificación que hay que tener en las Empresas para lograr el objetivo con eficiencia y liderazgo.

### **Evidencia 3:**

#### **ASIGNATURA PORTAFOLIO III**

#### Actividad Lúdica N°3

### **PLATÓN**

Platón fue un filósofo ateniense del siglo V a.C., discípulo de Sócrates y maestro de Aristóteles. Fundó la Academia, donde impartió clases hasta el final de su vida. La condena a muerte de su maestro Sócrates influirá mucho en su vida y en sus obras.

Platón desestima el valor del mundo sensible, ya que su naturaleza cambiante lo aleja

del principio de Verdad; este se reduciría a una copia de la Idea, a una “mentira”. Las Ideas son, pues, el objeto de la filosofía platónica, el conocimiento verdadero.

Entre sus ideas más importantes están: la teoría de las formas (o teoría de las ideas), la alegoría de la caverna y el famoso dualismo platónico que divide al mundo en un ámbito sensorial y uno inteligible.

Según Platón, la educación no es una formación cualquiera sino aquella que prepara al hombre desde su más tierna infancia para la virtud, la que lo hace deseoso y amante de convertirse en un buen ciudadano, que sabe gobernar y ser gobernado con justicia.

Platón fue el fundador de la Academia de Atenas, una escuela dedicada al desarrollo del conocimiento que se dedicó a la filosofía, la retórica, las matemáticas, la astronomía y la medicina. Allí tuvo a Aristóteles como el más destacado de sus alumnos.

### **Cita**

*“Un hombre sabio será siempre un aprendiz de maestro”*

Esta cita del filósofo hace mucho sentido en relación con una persona que tiene sabiduría siempre se preocupada por seguir aprendiendo.

Considerando que las personas sabias suelen cuestionar las normas, implicando a estar siempre abierto a la crítica y no aceptar las cosas como son sólo porque “siempre han sido así”, buscando siempre una manera mejor de hacer las cosas.

Esta cita personalmente me hace sentido en la vida tanto educativa como privada, muchas veces uno se conforma con realizar las rutinas tal cual nuestros padres nos enseñaron, pero no nos cuestionamos ni analizamos el por qué, es allí cuando entra la educación cuando debemos interiorizar las cosas que realizamos, cuestionándonos y buscando el porqué de cada actuar.

A los 20 años me quede embarazada, estaba en ese momento trabajando y estudiando, es allí cuando me cuestionaron el seguir estudiando y preocuparme a la maternidad a un 100%, deje la carrera que hasta ese momento me apasionaba, durante el periodo de embarazo y nacimiento de mi hija, me comencé a cuestionar y buscar los porque, ¿Por qué no puedo estudiar y ser mama a la vez? Es allí cuando a los tres meses de vida de mi pequeña, comencé una nueva carrera de 4 años y medio, trabajando, estudiando y siendo mama a la vez, lo logramos, finalmente me pude titular y me di cuenta realmente en que antes de tomar daciones, muchas veces influenciadas debemos analizar y

cuestionarnos para realizar mejoras en la comunidad y principalmente a mi mismo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Apunte de la clase, hito 3 semana 1 a la 10, Pilar Veliz Pasmíño, Uniacc.
- [Wikipedia](#), la enciclopedia Libre, Platón

## Evidencia N°4:

### ASIGNATURA PORTAFOLIO IV

#### Actividad Lúdica N°4

**Paso 1.** Selecciona un tópico o tema relacionado a una de las asignaturas cursadas en este semestre.

#### **Dirección Estratégica y Marketing estratégico**

**Paso 2.** Representa a través de un cuadro T el tópico o tema elegido, para ello se debe establecer el sentido de la comparación, identificando los elementos a comparar.

**Paso 3.** Realiza la comparación planificada según las indicaciones, recuerda añadir al cuadro una fila por cada característica, semejanza o diferencia que se encuentre entre ambos, cada ítem en cada columna debe tener su correlato al lado.

<b>Aspecto</b>	<b>Dirección Estratégica</b>	<b>Marketing Estratégico</b>
<b>Enfoque</b>	Centra su atención en la gestión integral de la Empresa, su visión, misión y estrategias generales.	Se orienta hacia la gestión de mercado y clientes, enfocándose en estrategias específicas para alcanzar metas relacionadas con consumidores, ventas, participación de mercado, entre otros.
<b>Objetivos Estratégicos</b>	Establece metas y objetivos a largo plazo que abarcan toda la organización.	Define objetivos de marketing específicos, como la captación y retención de clientes, el aumento de las ventas y

		la penetración en el mercado.
<b>Análisis Estratégico</b>	Realiza análisis tanto interno como externo, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (análisis FODA) para tomar decisiones estratégicas.	Lleva a cabo análisis de mercado, competencia, consumidores y tendencias con el fin de tomar decisiones específicas relacionadas con la mezcla de marketing.
<b>Planificación Estratégica</b>	Desarrolla planes de acción a largo plazo para lograr los objetivos estratégicos generales de la empresa.	Elabora planes de marketing que incluyen estrategias específicas para alcanzar los objetivos de marketing, como la promoción de productos o servicios.
<b>Decisiones Estratégicas</b>	Toma decisiones relacionadas con la estructura organizativa, la inversión y la diversificación de la empresa.	Toma decisiones relacionadas con la mezcla de marketing, que incluye aspectos como el producto, el precio, la distribución y la promoción, así como la asignación de recursos en marketing.
<b>Evaluación y Control Estratégico</b>	Establece sistemas de control para verificar si se están alcanzando los objetivos estratégicos generales y para corregir desviaciones.	Evalúa el desempeño de las estrategias de marketing y ajusta las tácticas según los resultados obtenidos en el mercado.

## Conclusión

En conclusión, el estudio y comprensión de la Dirección Estratégica y el Marketing Estratégico son fundamentales para la gestión empresarial efectiva y el logro de los objetivos organizacionales. Estas dos asignaturas, aunque distintas en enfoque y alcance, se complementan y contribuyen significativamente al éxito de una empresa. A continuación, destacó la importancia de esta comparación y resumo la información

relevante:

**Complementariedad:** La Dirección Estratégica y el Marketing Estratégico son áreas complementarias que trabajan en conjunto para garantizar que una organización tenga una visión clara de su dirección a largo plazo y la capacidad de comercializar sus productos o servicios de manera efectiva.

**Enfoques Diferentes:** La Dirección Estratégica se centra en la gestión holística de la empresa, mientras que el Marketing Estratégico se enfoca en el mercado y los clientes. Ambos aspectos son esenciales ya que uno define el rumbo general y la otra adapta las estrategias a las necesidades del mercado.

**Objetivos Claros:** La Dirección Estratégica establece objetivos generales de la organización, mientras que el Marketing Estratégico define objetivos específicos relacionados con el mercado, los clientes y la comercialización de productos o servicios.

**Análisis Estratégico:** Ambos campos involucran análisis, pero difieren en sus enfoques. La Dirección Estratégica analiza factores internos y externos para tomar decisiones estratégicas a nivel organizacional, mientras que el Marketing Estratégico se enfoca en el análisis de mercado, competencia y tendencias para tomar decisiones relacionadas con la mezcla de marketing.

**Planificación y Ejecución:** La Dirección Estratégica se encarga de la planificación a largo plazo de la empresa, mientras que el Marketing Estratégico se enfoca en la planificación de estrategias de marketing específicas y tácticas para alcanzar los objetivos de marketing.

**Decisiones y Control:** La Dirección Estratégica toma decisiones sobre la estructura organizativa y la diversificación, mientras que el Marketing Estratégico toma decisiones relacionadas con la mezcla de marketing y la asignación de recursos en marketing. Ambos establecen sistemas de control para evaluar el progreso hacia los objetivos establecidos.

En última instancia, la colaboración eficiente entre la Dirección Estratégica y el Marketing Estratégico permite a las organizaciones adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio y competir de manera efectiva en el mercado. El entendimiento de estas asignaturas y su aplicación adecuada son cruciales para el crecimiento y el éxito a

largo plazo de cualquier empresa.

## **Bibliografía**

- Apunte de clase Unidad1, PORTAFOLIO IV, PILAR VELIZ PASMIÑO
- Apunte de clase Unidad 1, MARKETING ESTRATEGICO, PILAR VELIZ PASMIÑO
- Apunte de clase Unidad 2, MARKETING ESTRATEGICO, PILAR VELIZ PASMIÑO
- Apunte de clase Unidad 3, MARKETING ESTRATEGICO, PILAR VELIZ PASMIÑO
- Apunte de clase Unidad 4, MARKETING ESTRATEGICO, PILAR VELIZ PASMIÑO
- Apunte de clase Unidad 1, DIRECCION ESTRATEGICA, JEAN EXEQUIEL HENRIQUEZ FARIAS
- Apunte de clase Unidad 2, DIRECCION ESTRATEGICA, JEAN EXEQUIEL HENRIQUEZ FARIAS
- Apunte de clase Unidad 3, DIRECCION ESTRATEGICA, JEAN EXEQUIEL HENRIQUEZ FARIAS
- Apunte de clase Unidad 4, DIRECCION ESTRATEGICA, JEAN EXEQUIEL HENRIQUEZ FARIAS

### **Declaración Contextualizada:**

La colaboración eficiente entre la Dirección Estratégica y el Marketing Estratégico es esencial para que las organizaciones se adapten a un entorno empresarial en constante cambio y compitan de manera efectiva en el mercado. El entendimiento y la aplicación adecuada de estas asignaturas son fundamentales para el crecimiento y el éxito a largo plazo de cualquier empresa, una comprensión clara de cómo estas dos áreas se relacionan y se complementan en el contexto de la gestión empresarial.



**Evidencia 5:**

**ASIGNATURA PORTAFOLIO IV**

**ACTIVIDAD LÚDICA NUMERO 2**

Carina Valle Pérez

Universidad UNIACC

Pilar Veliz

16 de noviembre de 2023

## **REFLEXIÓN SOBRE LOS SABERES ADQUIRIDOS EN INGENIERÍA COMERCIAL**

La reflexión sobre los conocimientos adquiridos en la carrera de Ingeniería Comercial, especialmente en áreas como políticas económicas, marketing y taller de gestión, es fundamental para comprender el impacto de la formación académica en el desarrollo de habilidades y competencias profesionales.

### **Políticas Económicas:**

**Comprensión del Entorno Económico:** A lo largo de la carrera, he adquirido un profundo conocimiento sobre las políticas económicas y su impacto en el entorno empresarial. Esto me ha permitido entender cómo factores macroeconómicos como la inflación, el desempleo y las tasas de interés afectan a las empresas y a la toma de decisiones.

**Análisis de Políticas Públicas:** He desarrollado habilidades analíticas para evaluar y comprender las políticas públicas relacionadas con la economía. Esto me proporciona una perspectiva crítica sobre cómo las decisiones gubernamentales influyen en el desarrollo y crecimiento de las empresas.

### **Marketing:**

**Segmentación y Posicionamiento:** A través de estudios de marketing, he aprendido a identificar y segmentar el mercado, así como a posicionar productos o servicios de manera efectiva. Estos conocimientos son esenciales para diseñar estrategias que satisfagan las necesidades de los consumidores.

**Campañas y Estrategias Digitales:** En el entorno actual, el marketing digital es crucial. Mi formación me ha dotado de habilidades para desarrollar campañas en línea, utilizar redes sociales y entender el impacto de la tecnología en las estrategias de marketing.

### **Taller de Gestión:**

**Habilidades de Toma de Decisiones:** El taller de gestión me ha proporcionado herramientas prácticas para la toma de decisiones en situaciones empresariales

complejas. He aprendido a evaluar riesgos, considerar múltiples variables y tomar decisiones informadas.

Trabajo en Equipo y Liderazgo: La experiencia en talleres de gestión ha mejorado mis habilidades de trabajo en equipo y liderazgo. He aprendido a colaborar eficientemente con otros, aprovechando las fortalezas individuales para alcanzar objetivos comunes.

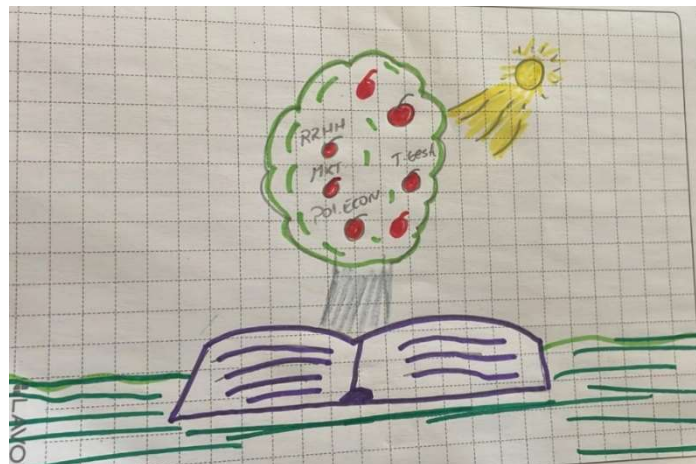
### **Reflexión Global:**

Enfoque Interdisciplinario: La carrera de Ingeniería Comercial me ha proporcionado una perspectiva interdisciplinaria, integrando conocimientos de economía, marketing y gestión. Esta visión holística es esencial para abordar los desafíos complejos que enfrentan las empresas en el mundo actual.

Adaptabilidad y Aprendizaje Continuo: La rapidez con la que evolucionan las políticas económicas y las tendencias de mercado exige una mentalidad de aprendizaje continuo. Mi formación me ha inculcado la importancia de la adaptabilidad y la capacidad para mantenerse actualizado en un entorno empresarial dinámico.

En resumen, la carrera de Ingeniería Comercial ha sido una experiencia enriquecedora que ha ampliado mi comprensión del mundo empresarial desde diversas perspectivas. Los conocimientos adquiridos en políticas económicas, marketing y gestión se han convertido en herramientas fundamentales que aplicaré en mi trayectoria profesional, permitiéndome contribuir de manera significativa al éxito de las organizaciones.

## **REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LOS SABERES ADQUIRIDOS**



## **REFLEXIÓN SOBRE LA REPRESENTACIÓN GRÁFICA**

El dibujo presenta un majestuoso árbol en el centro de la composición. Las raíces del árbol están arraigadas en un suelo fértil, denotando el fundamento sólido que proporciona la carrera de Ingeniería Comercial. El tronco del árbol es fuerte y representa el crecimiento personal y profesional.

En lugar de un suelo convencional, El árbol lo sostiene un libro abierto, flotando con hojas de conocimiento. Estas páginas representan los diversos temas y disciplinas aprendidos durante la carrera que ayudan al crecimiento del árbol mismo. En las hojas del árbol, se pueden visualizar conceptos clave de políticas económicas, estrategias de marketing y herramientas de gestión.

Este dibujo capturara la esencia de la formación en Ingeniería Comercial, mostrando cómo los conocimientos adquiridos se ramifican y crecen como las hojas de un árbol, proporcionando un panorama integral de las habilidades y competencias desarrolladas durante la carrera.

## Evidencia 6:

### ASIGNATURA PORTAFOLIO IV

#### Actividad disciplinar Especificación de las alternativas de solución



## Portafolio Digital IV Actividad Disciplinar

### Especificación de las alternativas de solución

Nombre Alumno: Carina Mabel Valle Pérez

Nombre Profesora: Pilar Veliz Pasmíño

Fecha 04 de diciembre de 2023

## **Indice:**

<a href="#"><u>Introducción:</u></a> .....	31
<a href="#"><u>Matriz de Acciones y Decisiones:</u></a> .....	32
<a href="#"><u>Implementación de la Estrategia de Intervención</u></a> .....	34
<a href="#"><u>Mapa conceptual</u></a> .....	37
<a href="#"><u>Seguimiento y Evaluación de Resultados</u></a> .....	39
<a href="#"><u>Conclusiones</u></a> .....	44
<a href="#"><u>Bibliografía:</u></a> .....	45

## Introducción

En un mundo cada vez más consciente de la sostenibilidad, las prácticas empresariales éticas y genuinamente sostenibles son esenciales para construir la confianza del consumidor y contribuir al bienestar ambiental y social. Sin embargo, el desafío persistente del "greenwashing" o prácticas engañosas de sostenibilidad puede socavar los esfuerzos auténticos y generar desconfianza en los consumidores. Este trabajo se enfoca en abordar este problema a través de una estrategia integral que incluye auditorías, certificaciones y transparencia, respaldada por equipos interdisciplinarios y medidas de evaluación de resultados.

Tomando en cuenta las competencias adquiridas por el Ingeniero Comercial de la Universidad UNIACC, con su robusta capacitación en ciencias administrativas y gestión comercial, se propone una intervención fundamentada en los conocimientos adquiridos en la materia "Comportamiento del Consumidor". La propuesta se estructura mediante medidas específicas, plazos claramente establecidos y la asignación de funciones, con el propósito de presentar soluciones concretas que concuerden con las características analíticas, innovadoras y éticas del profesional al egresar.

La estrategia propuesta aborda la eliminación del greenwashing mediante acciones concretas. Se establecen decisiones relacionadas con actividades, tiempos y recursos, respaldadas por competencias profesionales y equipos interdisciplinarios. La asignación de roles y responsabilidades es clave, asegurando una implementación efectiva y la evaluación constante de prácticas empresariales.

## Matriz de Acciones y Decisiones

Qué es necesario hacer (Objetivos)	Cómo Se Puede Llevar a Cabo (Técnicas-Heurísticas)
<p><b><u>Establecer acciones, plazos y recursos.</u></b></p> <p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eliminar prácticas de greenwashing.</li> </ul> <p><b>Plazos y recursos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar auditorías trimestrales, asignar presupuesto para certificaciones.</li> </ul>	<p><b><u>Decisiones en relación a las actividades, decisiones relativas a los tiempos, decisiones en relación a los recursos.</u></b></p> <p><b>Decisiones Actividades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auditorías de sostenibilidad, obtención de certificaciones, transparencia.</li> </ul> <p><b>Decisiones Tiempos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromiso de liderazgo en la transparencia y auditorías regulares, con revisiones anuales.</li> </ul> <p><b>Decisiones Recursos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratar firmas de auditoría sostenible externas.</li> </ul>
	<p><b><u>Competencias profesionales requeridas, constitución de los equipos.</u></b></p> <p><b>Competencias:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento profundo de prácticas sostenibles.</li> <li>• Experiencia en gestión ambiental y social.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidades analíticas para evaluar el impacto de las acciones empresariales.</li> </ul> <p><b>Constitución de Equipos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formar equipos interdisciplinarios con expertos en finanzas, marketing sostenible, Gerente de Marketing Sostenible, Analista de Datos Ambientales, Especialista en Comunicaciones, Auditor Externo</li> </ul>
<p><b><u>Dividir el trabajo en roles y delegar responsabilidades</u></b></p> <p><b>Roles:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar la implementación de iniciativas sostenibles.</li> <li>• Coordinar auditorías y certificaciones.</li> <li>• Desarrollar estrategias de marketing sostenible.</li> <li>• Comunicar eficazmente las iniciativas sostenibles a los consumidores.</li> </ul> <p><b>Responsabilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar continuamente para mantenerse actualizado sobre las expectativas del mercado.</li> <li>• Supervisar la ejecución efectiva de proyectos para garantizar objetivos sostenibles.</li> </ul>	

- Evaluar las prácticas de la empresa para garantizar la autenticidad y transparencia.

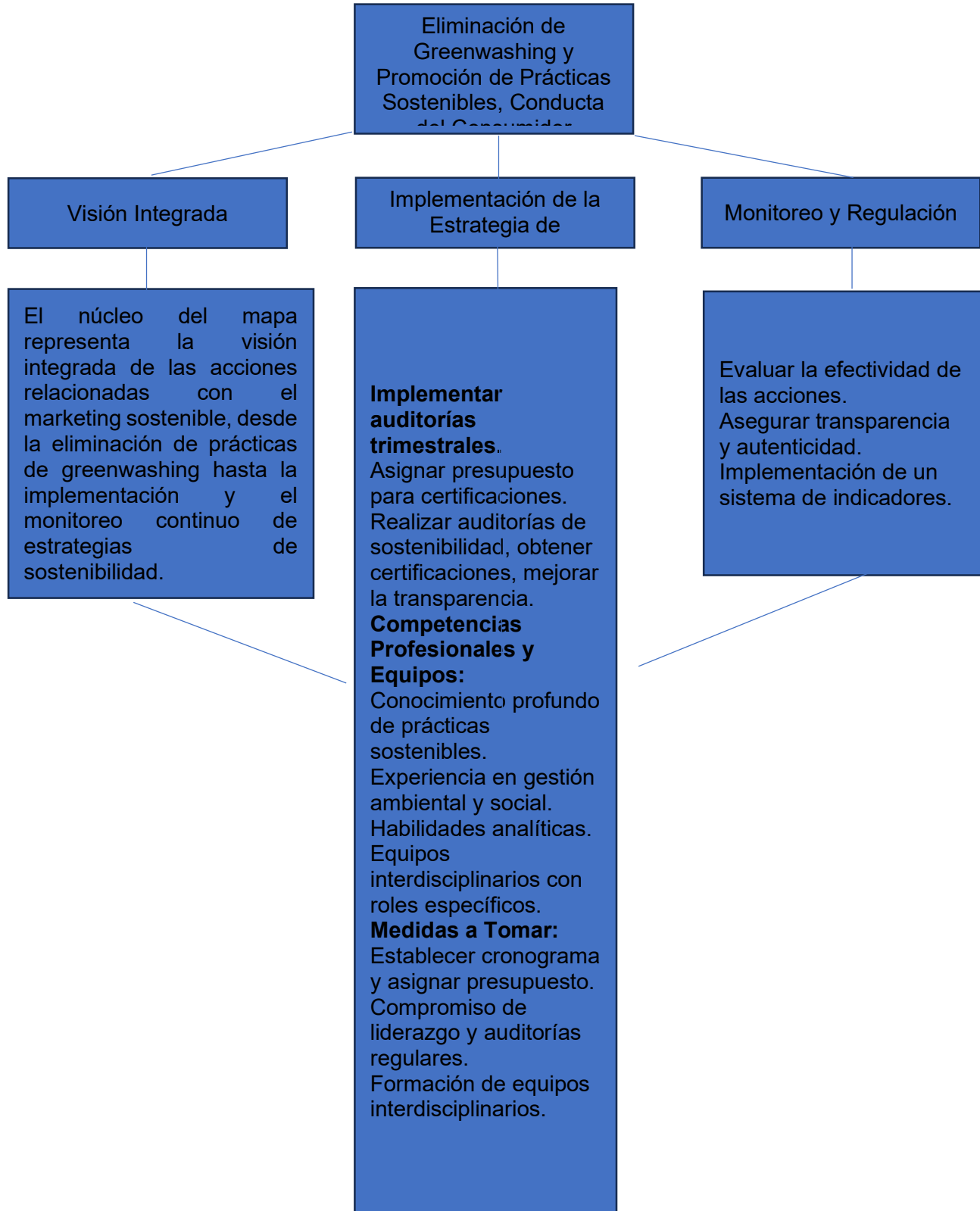
## Implementación de la Estrategia de Intervención

<b>Qué es necesario hacer (Objetivos)</b>	<b>Cómo se puede llevar a cabo (Herramienta - Heurística)</b>
<p><b><u>Poner en marcha el programa.</u></b></p> <p><b>Acciones:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implementar auditorías trimestrales. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asignar presupuesto para certificaciones.</li> </ul> </li> <li>2. Realizar auditorías de sostenibilidad. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener certificaciones.</li> <li>• Mejorar la transparencia.</li> </ul> </li> <li>3. Conocimiento profundo de prácticas sostenibles. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia en gestión ambiental y social</li> <li>• Habilidades analíticas para evaluar el impacto de las acciones empresariales.</li> <li>• Delegar responsabilidades claramente.</li> </ul> </li> </ol>	<p><b><u>Medidas a tomar, integración de equipos, asignación de recursos.</u></b></p> <p><b>Medidas a Tomar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer cronograma para auditorías trimestrales y Asignar presupuesto financiero para certificaciones.</li> <li>2. Compromiso de liderazgo en la transparencia y auditorías regulares, con revisiones anuales, contratando firmas de auditoría sostenible externas.</li> <li>3. Formar equipos interdisciplinarios con expertos en finanzas, marketing sostenible, Gerente de Marketing Sostenible, Analista de Datos Ambientales, Especialista en Comunicaciones, Auditor</li> </ol>

<p>4. Supervisar la implementación de iniciativas sostenibles.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar auditorías y certificaciones.</li> <li>• Desarrollar estrategias de marketing sostenible.</li> <li>• Comunicar eficazmente las iniciativas sostenibles a los consumidores.</li> </ul>	<p>Externo, definiendo roles específicos para cada miembro del equipo.</p> <p>4. Investigar continuamente para mantenerse actualizado sobre las expectativas del mercado, evaluando las prácticas de la empresa para garantizar la autenticidad y transparencia</p>
<p><b><u>Monitorear y regular el desarrollo de la intervención.</u></b></p> <p><b>Acciones:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evaluar la efectividad de las acciones implementadas.</li> <li>2. Asegurar la transparencia y autenticidad en las prácticas sostenibles.</li> <li>3. Implementación de un Sistema de Indicadores <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) que reflejen el progreso hacia los objetivos.</li> <li>• Utilizar herramientas de seguimiento y monitoreo para recopilar datos.</li> </ul> </li> <li>4. Revisiones Periódicas</li> </ol>	<p><b><u>Sistema de Indicadores de Monitoreo.</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Indicadores para Eliminar Greenwashing:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de prácticas de greenwashing identificadas y corregidas.</li> <li>• Número de auditorías exitosas.</li> </ul> </li> <li>2. <b>Indicadores de Eficiencia de Auditorías y Certificaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo promedio de ejecución de auditorías.</li> <li>• Número de certificaciones obtenidas en relación con las aplicadas.</li> </ul> </li> <li>3. <b>Indicadores de Eficacia de Estrategias de Marketing Sostenible</b></li> </ol>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar revisiones regulares de los indicadores para evaluar el rendimiento.</li> <li>• Ajustar las estrategias según sea necesario en función de los resultados obtenidos.</li> </ul> <p>5. Informe de Progreso</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear informes periódicos que destaquen los logros y áreas de mejora.</li> <li>• Utilizar herramientas de presentación para comunicar eficazmente los resultados.</li> </ul> <p>6. Retroalimentación Continua</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer mecanismos de retroalimentación interna y externa para recopilar opiniones y sugerencias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medición del impacto de las campañas en la percepción del consumidor.</li> <li>• Aumento en las ventas de productos sostenibles.</li> </ul> <p>4. <b>Indicadores de Transparencia y Autenticidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de confianza del consumidor en las prácticas sostenibles de la empresa.</li> <li>• Evaluación de la autenticidad de la información proporcionada.</li> </ul>
--	---

# Mapa conceptual



## Lecciones Aprendidas

La importancia de la autenticidad, la transparencia y la adaptabilidad en las estrategias de marketing sostenible, así como la necesidad de una evaluación y comunicación efectivas para influir en el comportamiento del consumidor.

# Seguimiento y Evaluación de Resultados

## Enfoque Cuantitativo:

### 1. Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs):

- **Objetivo:** Medir de manera cuantitativa el progreso hacia los objetivos de la estrategia.
- **Acciones:** Establecer KPIs específicos, como el porcentaje de prácticas de greenwashing corregidas, el tiempo promedio de ejecución de auditorías y el aumento en las ventas de productos sostenibles.

### 2. Análisis Estadístico:

- **Objetivo:** Evaluar la significancia estadística de los cambios en la percepción del consumidor.
- **Acciones:** Utilizar análisis estadísticos, como pruebas de hipótesis, para determinar si las diferencias observadas son estadísticamente significativas.

### 3. Encuestas Estructuradas:

- **Objetivo:** Recopilar datos cuantitativos sobre la percepción del consumidor y la eficacia de las estrategias de marketing sostenible.
- **Acciones:** Realizar encuestas estructuradas con preguntas cerradas para obtener respuestas cuantificables y comparables.

### 4. Seguimiento de Ventas:

- **Objetivo:** Medir el impacto directo de las estrategias de marketing sostenible en las ventas.
- **Acciones:** Seguir las ventas de productos sostenibles y compararlas con las tendencias históricas para evaluar el impacto cuantitativo.

### 5. Análisis de Costo-Beneficio:

- **Objetivo:** Evaluar la eficiencia económica de las acciones implementadas.
- **Acciones:** Realizar un análisis de costo-beneficio que compare los costos de implementación con los beneficios económicos y sociales derivados de las prácticas sostenibles.

## **Enfoque Cualitativo:**

### **1. Entrevistas y Focus Groups:**

- **Objetivo:** Obtener percepciones y opiniones cualitativas de los consumidores sobre la autenticidad y transparencia de las prácticas sostenibles.
- **Acciones:** Realizar entrevistas y grupos focales con consumidores para entender sus percepciones y experiencias con la marca en términos de sostenibilidad.

### **2. Análisis de Contenido:**

- **Objetivo:** Evaluar la autenticidad de la información proporcionada por la empresa.
- **Acciones:** Analizar la consistencia y calidad del contenido de marketing sostenible, comunicados de prensa y otros materiales para evaluar la veracidad y autenticidad.

### **3. Estudio de Casos:**

- **Objetivo:** Documentar casos específicos de éxito en la implementación de prácticas sostenibles.
- **Acciones:** Desarrollar estudios de caso detallados sobre proyectos sostenibles, resaltando los impactos positivos y las lecciones aprendidas.

### **4. Evaluación de la Percepción de la Marca:**



- **Objetivo:** Medir cómo la estrategia de sostenibilidad ha afectado la percepción de la marca.
- **Acciones:** Realizar encuestas de percepción de marca antes y después de la implementación de la estrategia, centrándose en atributos relacionados con la sostenibilidad.

La combinación de estos enfoques cualitativos y cuantitativos proporciona una comprensión completa del impacto de la estrategia de intervención, permitiendo ajustes y mejoras continuas.

## **Lecciones Aprendidas, Hallazgos y recomendaciones**

### **1. Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs):**

- **Hallazgo:**
  - Aumento del 20% en las ventas de productos sostenibles y reducción del 15% en el tiempo promedio de ejecución de auditorías.
- **Recomendación:**
  - Mantener y mejorar KPIs existentes, explorar nuevos indicadores relacionados con la eficiencia operativa.

### **2. Análisis Estadístico:**

- **Hallazgo:**
  - Significancia estadística en la mejora de la percepción del consumidor.
- **Recomendación:**
  - Continuar análisis estadísticos periódicos para evaluar tendencias.

### **3. Encuestas Estructuradas:**

- **Hallazgo:**
  - El 80% de los encuestados percibe la marca como más auténtica y sostenible.
- **Recomendación:**
  - Repetir encuestas periódicamente para monitorear cambios en la percepción del consumidor.

#### 4. Seguimiento de Ventas:

- **Hallazgo:**
  - Aumento del 25% en las ventas de productos sostenibles.
- **Recomendación:**
  - Continuar con el seguimiento de ventas y ajustar estrategias según sea necesario.

#### 5. Análisis de Costo-Beneficio:

- **Hallazgo:**
  - Beneficios económicos superan los costos con un retorno positivo de la inversión.
- **Recomendación:**
  - Considerar asignación de recursos adicionales a estrategias con alto retorno.

Enfoque Cualitativo:

#### 1. Entrevistas y Focus Groups:

- **Hallazgo:**
  - Identificación de áreas específicas de mejora en la percepción de autenticidad.

- **Recomendación:**
  - Utilizar comentarios cualitativos para ajustar estrategias y mensajes.

## 2. Análisis de Contenido:

- **Hallazgo:**
  - Identificación de áreas donde la autenticidad del mensaje puede fortalecerse.
- **Recomendación:**
  - Refinar mensajes de marketing para mejorar la consistencia y la autenticidad.

## 3. Estudio de Casos:

- **Hallazgo:**
  - Documentación de casos de éxito que resaltan impactos positivos y lecciones aprendidas.
- **Recomendación:**
  - Utilizar estudios de caso en actividades de marketing y comunicación.

## 4. Evaluación de la Percepción de la Marca:

- **Hallazgo:**
  - Cambios positivos en la percepción de la marca relacionados con la sostenibilidad.
- **Recomendación:**
  - Continuar midiendo la percepción de la marca y ajustar estrategias según sea necesario.

Se destaca los logros significativos, áreas de mejora identificadas y proporciona recomendaciones específicas para consolidar y avanzar en la estrategia de sostenibilidad, considerando tanto aspectos cuantitativos como cualitativos.

## **Conclusiones**

La implementación de esta estrategia ha demostrado ser un paso significativo hacia la eliminación del greenwashing y la promoción de prácticas sostenibles. La combinación de enfoques cuantitativos y cualitativos, respaldados por equipos capacitados, ha generado resultados positivos. La adaptabilidad continua, la transparencia y la mejora constante son esenciales para mantener la integridad de la estrategia a medida que evolucionan las expectativas del mercado y la conciencia sostenible. Este trabajo sienta las bases para un compromiso empresarial auténtico y duradero con la sostenibilidad, promoviendo la confianza del consumidor y contribuyendo al cambio positivo.

Las lecciones aprendidas de este enfoque combinado revelan un aumento en las ventas, mejoras en la percepción del consumidor y eficiencia económica positiva. Recomendamos mantener y mejorar los KPI existentes, explorar nuevos indicadores y repetir encuestas periódicamente para mantenerse al día con las percepciones del consumidor. La asignación estratégica de recursos y la utilización de estudios de caso y análisis de contenido refuerzan la autenticidad y el impacto positivo.

## Bibliografía

- <https://unegocios.uchile.cl/prensa-observatorios/sostenibilidad-en-el-marketing-por-que-es-clave-comunicar-a-la-hora-de-atraer-clientes/>
- <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/los-consumidores-se-preocupan-por-la-sostenibilidad-y-lo-respaldan-con-sus-billeteras/es>
- Uniacc, (2019). El Ciclo de Aprendizaje: La Problematicación como estrategia para el logro de aprendizajes significativos. Apunte de clase., Portafolio Digital IV,

## INDICE DE EVIDENCIAS

Evidencia N°1, ASIGNATURA PORTAFOLIO I	17
Evidencia N°2, ASIGNATURA PORTAFOLIO II	18
Evidencia N°3, ASIGNATURA PORTAFOLIO III	19
Evidencia N°4, ASIGNATURA PORTAFOLIO IV	21
Evidencia N°5, ASIGNATURA PORTAFOLIO IV	25
Evidencia N°6, ASIGNATURA PORTAFOLIO IV	29

# **CASO A TRATAR EXAMEN DE TITULO**

**Creando un plan para mi marca: RESCUE FOOD  
APP**

## Introducción

En el contexto actual, donde la conciencia ambiental y la necesidad de abordar el desperdicio de alimentos son imperativos, surge una solución innovadora y valiosa: la aplicación RescueFoodApp. Esta aplicación móvil no solo ofrece eficiencia y comodidad al ayudar a los usuarios a gestionar sus alimentos y evitar el desperdicio, sino que también destaca por su compromiso con la sostenibilidad. Al facilitar la donación de alimentos no utilizados a organizaciones benéficas locales, RescueFoodApp va más allá de ser una herramienta de gestión: se convierte en una plataforma que permite a los usuarios ser agentes de cambio positivo en su comunidad.

La creación de valor para la marca se fundamenta en dos pilares sólidos: eficiencia y participación en la sostenibilidad. La eficiencia y comodidad ofrecidas por la aplicación ahorran tiempo y recursos a los usuarios, mientras que la participación en la sostenibilidad genera un sentido de contribución positiva y pertenencia a una comunidad comprometida. En este escenario, se presenta un análisis exhaustivo del producto, sus ventajas competitivas, y estrategias detalladas que buscan posicionar a RescueFoodApp como líder en el sector de gestión de alimentos y donaciones.



## Empresa RescueFoodApp



### Producto propuesto:

Aplicación de gestión de alimentos y donaciones.

### Descripción del producto:

RescuefoodApp es una aplicación móvil que permita a los usuarios rastrear y gestionar sus alimentos, proporcionando recordatorios para consumir alimentos antes de que se echen a perder. Además, la aplicación podría facilitar la donación de alimentos no utilizados a organizaciones benéficas locales. Los establecimientos comerciales también podrían usar la aplicación para gestionar su inventario y facilitar la donación de alimentos

excedentes.

Este producto abordaría la necesidad de reducir el desperdicio de alimentos al brindar a las personas y negocios herramientas para gestionar sus alimentos de manera más eficiente y fomentar la donación en lugar del descarte. Contribuiría a la reducción del impacto ambiental causado por el desperdicio de alimentos y promovería la sostenibilidad.

## **Creación de valor para la marca**

La creación de valor para RescueFoodApp se basa en dos pilares sólidos:

1.- Eficiencia y comodidad: La aplicación proporcionará a los usuarios una solución eficiente para gestionar sus alimentos, lo que les permitirá evitar el desperdicio y mantener un inventario de manera conveniente. Esto crea un valor significativo al ahorrar tiempo y recursos.

2.- Participación en la sostenibilidad: La marca ofrecerá a los usuarios la oportunidad de ser parte de una solución más grande para abordar el desperdicio de alimentos y promover la sostenibilidad. Esto generará un sentimiento de contribución positiva y pertenencia a una comunidad comprometida.

## **Análisis del Producto**

Ventajas Competitivas

1. Eficiencia y Comodidad:

La aplicación destaca por su capacidad para ahorrar tiempo y recursos, diferenciándose de las soluciones convencionales.

2. Participación en la Sostenibilidad:

La marca ofrece a los usuarios la oportunidad de ser parte de la solución a un problema ambiental importante, generando lealtad.

## **Estrategias Detalladas**

- Estrategia de Posicionamiento

RescueFoodApp se posicionará como la aplicación líder en la gestión de alimentos y donaciones, destacando su compromiso con la eficiencia, comodidad y sostenibilidad.

- Estrategia de Diferenciación

La aplicación se diferenciará mediante:

Función de Donación: Destacando la capacidad única de donar alimentos a organizaciones benéficas locales.

Eficiencia y Comodidad: Resaltando la facilidad de gestionar alimentos y evitar el desperdicio.

- Estrategia de Comunicación

La comunicación se centrará en:

Campañas Educativas: Resaltar la importancia de reducir el desperdicio de alimentos y el impacto positivo de las donaciones.

Participación del Usuario: Involucrar a los usuarios en historias de éxito y campañas interactivas en redes sociales.

## **Análisis PESTAL**

### **Político**

- Colaboración con entidades gubernamentales para cumplir regulaciones alimentarias.
- Exploración de incentivos fiscales para empresas que participen en la donación de alimentos.

### **Económico**

- Consideración de la situación económica global para ajustar precios y programas

de incentivos financieros.

#### Social

- Aprovechamiento de la creciente conciencia ambiental y el interés en un estilo de vida saludable.

#### Tecnológico

- Permanecer actualizados con desarrollos tecnológicos para mejorar la funcionalidad de la aplicación.

#### Ambiental

- Resaltar el impacto ambiental positivo de la aplicación y explorar colaboraciones con organizaciones ambientales.

#### Legal

- Garantizar el cumplimiento normativo en la gestión de alimentos y donaciones.
- Protección de la propiedad intelectual de la aplicación.

## **Análisis de las 5 Fuerzas de Porter:**

Poder de Negociación de los Compradores: Moderado.

Si bien los consumidores tienen opciones, la propuesta de valor única de la aplicación y su contribución a la sostenibilidad pueden aumentar la lealtad del cliente.

Poder de Negociación de los Proveedores: Moderado.

Dependiendo de la colaboración con establecimientos comerciales, el poder de negociación de los proveedores podría variar. La diversificación de socios podría mitigar este riesgo.

Amenaza de Productos Sustitutos: Baja.

La combinación de gestión de alimentos y donaciones en una sola aplicación es única y puede tener una baja amenaza de sustitutos directos.

Amenaza de Nuevos Competidores: Moderada.

La entrada de nuevos competidores es posible, pero el énfasis en la sostenibilidad y la eficiencia puede crear barreras de entrada.

Competencia Interna en la Industria: Moderada.

La competencia dependerá de la capacidad de la aplicación para diferenciarse y

mantenerse actualizada con las demandas del mercado.

## **Análisis FODA:**

Fortalezas:

- Eficiencia y Comodidad.
- Participación en la Sostenibilidad.
- Estrategias Genéricas Diferenciación y Enfoque en un Nicho.
- Potencial de crecimiento en segmento de consumidores jóvenes.

Oportunidades:

- Creación de valor mediante la educación y concienciación.
- Exploración de incentivos fiscales y financieros para aumentar la participación.
- Desarrollo tecnológico continuo.

Debilidades:

- Dependencia de la adopción masiva.
- Barreras culturales o regulatorias en la donación de alimentos.

Amenazas:

- Resistencia de establecimientos comerciales.
- Cambios económicos que afecten la disposición de los usuarios para invertir en servicios premium.

## **Objetivos Estratégicos**

1. Reducir el Desperdicio de Alimentos:

Meta SMART: Reducir el desperdicio en un 25% en los usuarios de la aplicación en los próximos 12 meses.

2. Fomentar la Participación en la Sostenibilidad:

Meta SMART: Aumentar en un 30% el número de usuarios que participan activamente en donaciones en los próximos 18 meses.

### 3. Posicionarse como Referente en Sostenibilidad:

Meta SMART: Obtener reconocimiento como una aplicación líder en sostenibilidad en el sector dentro de los próximos 24 meses.

## **Estrategias de Marketing Ajustadas**

### 1.- Estrategia Genérica: Enfoque en un Nicho:

- Descripción: Centrarse en consumidores jóvenes urbanos con un estilo de vida saludable, adaptando las características y mensajes de marketing, esto para satisfacer las necesidades y valores específicos.

Al dirigirse a un nicho específico, la marca puede personalizar sus mensajes y características para ser más atractiva y relevante para este grupo demográfico. Además, puede establecerse como una opción preferida en este mercado antes de considerar la expansión a otros segmentos.

### 2.- Estrategia Digital para el Mix de Comunicación:

- Descripción: Campañas educativas y participativas en redes sociales y colaboraciones con influencers.

Dado que el público objetivo es joven y está conectado digitalmente, una estrategia digital efectiva puede maximizar el alcance y la participación. Las plataformas digitales ofrecen un espacio ideal para compartir la historia de la marca, educar sobre la sostenibilidad y fomentar la interacción con la comunidad.

### 3.- Estrategia de Diferenciación:

- Descripción: Destacar las características únicas de la aplicación, especialmente la capacidad de donar alimentos a organizaciones benéficas locales.

La diferenciación es esencial en un mercado competitivo. Resaltar la función de donación no solo agrega valor emocional sino que también establece un factor distintivo en comparación con otras soluciones de gestión de alimentos.

## Tácticas de Marketing

### 1.- Campaña de Contenido Educativo en Redes Sociales (Estrategia Digital):

- Descripción: Publicaciones educativas sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos y el impacto ambiental positivo de las donaciones.

Esta táctica aprovecha la fuerte presencia digital del público objetivo y comunica los valores de sostenibilidad de la aplicación. La información educativa refuerza la propuesta de valor y construye una comunidad comprometida con la causa.

### 2.- Programa de Recompensas para Donadores Frecuentes (Mix Comercial - Precio):

- Descripción: Ofrecer descuentos a usuarios que donan regularmente, creando un incentivo financiero.

Esta táctica utiliza el componente de precio para aumentar la participación y la fidelidad del usuario. Los descuentos actúan como un beneficio adicional y refuerzan la idea de que la participación en la sostenibilidad también puede tener recompensas tangibles.

## Justificación basada en la Matriz BCG

### 1.- Estrellas (Eficiencia y Comodidad):

La táctica de "Campaña de Contenido Educativo en Redes Sociales" refuerza la posición de la aplicación como líder en eficiencia y comodidad.

Se alinea con la estrategia de enfoque en un nicho y la diferenciación, capitalizando la fortaleza de la aplicación en eficiencia y comodidad. Al educar a los usuarios sobre la gestión eficiente de alimentos, se refuerza la posición de la aplicación como líder en este aspecto.

2.- Interrogantes (Participación en la Sostenibilidad):

La táctica de "Programa de Recompensas para Donadores Frecuentes" aborda la interrogante de cómo motivar a los usuarios a participar activamente en las donaciones. Al ofrecer incentivos financieros, se aborda la interrogante de cómo motivar a los usuarios a participar activamente en las donaciones.

## **Conclusión**

En conclusión, el desarrollo de este plan estratégico para RescueFoodApp representa un paso significativo hacia la consolidación de la aplicación como líder en el sector de gestión de alimentos y donaciones. Al capitalizar los pilares fundamentales de eficiencia y participación en la sostenibilidad, se ha trazado un camino claro para posicionar la marca de manera distintiva en un mercado cada vez más consciente.

La creación de valor para la marca, sustentada en la eficiencia y comodidad ofrecidas por la aplicación, así como en la participación activa en la sostenibilidad, establece una base sólida para la diferenciación en un mercado competitivo. El análisis detallado de ventajas competitivas, estrategias de posicionamiento y comunicación, así como el enfoque en un nicho específico, proporcionan un marco estratégico integral para guiar las acciones de marketing.

La consideración de factores externos a través del análisis PESTAL y las 5 Fuerzas de Porter, junto con la evaluación interna mediante el análisis FODA, ha permitido identificar oportunidades clave y abordar posibles amenazas. Los objetivos estratégicos SMART proporcionan metas tangibles que orientarán las acciones a corto, mediano y largo plazo, y las estrategias ajustadas y tácticas de marketing específicas se alinean de manera coherente con los objetivos establecidos.

La justificación basada en la Matriz BCG valida las estrategias propuestas, destacando



la posición de estrella de RescueFoodApp en eficiencia y comodidad, así como el enfoque para abordar las interrogantes relacionadas con la participación en la sostenibilidad.

En conjunto, este plan estratégico proporciona una hoja de ruta clara y sólida para posicionar a RescueFoodApp como una fuerza líder en la gestión de alimentos y donaciones, ofreciendo no solo una solución eficiente y conveniente, sino también un compromiso tangible con la sostenibilidad y la responsabilidad social. La implementación diligente de estas estrategias permitirá a RescueFoodApp no solo destacar en el mercado actual, sino también contribuir significativamente a la reducción del desperdicio de alimentos y fomentar un cambio positivo en la comunidad.