



**UNIVERSIDAD DE ARTES, CIENCIAS Y COMUNICACIÓN**

**Facultad de Administración**

**Carrera de Ingeniería Comercial**

**Intervención Banco Itaú para mejorar servicio post venta en nuevos clientes**

**Trabajo para optar al Grado Académico de Licenciatura en ciencias de la  
administración de empresas y al Título Profesional de Ingeniería Comercial**

**Docente portafolio: Johanna Solange Godoy Cerda**

**Estudiante:**

**Luisa Adriana Binneveis Alvarez**

**Santiago de Chile, Agosto 2023**

## Contenido

<b>Narrativas reflexivas</b> .....	3
<b>Portafolio I</b> .....	3
<b>Portafolio II</b> .....	9
<b>Portafolio III</b> .....	14
<b>Portafolio IV</b> .....	19
<b>Actividad lúdica N°1 Portafolio I</b> .....	28
<b>Actividad lúdica N°2 Portafolio I</b> .....	29
<b>Actividad lúdica N°1 Portafolio II</b> .....	31
<b>Actividad lúdica N°2 Portafolio II</b> .....	33
<b>Actividad lúdica N°1 Portafolio III</b> .....	35
<b>Actividad lúdica N°2 portafolio III</b> .....	37
<b>Actividad lúdica N°1 Portafolio IV</b> .....	40
<b>Actividad lúdica N°2 Portafolio IV</b> .....	42
<b>Actividad disciplinar</b> .....	46
<b>Actividad disciplinar portafolio I: El problema y su contexto</b> .....	46
<b>Actividad disciplinar Portafolio II: Metodologías de análisis</b> .....	55
<b>Actividad disciplinar Portafolio III: La búsqueda de alternativas</b> .....	63
<b>Actividad disciplinar Portafolio IV: Especificación de las alternativas de solución</b> .....	70

## Narrativas reflexivas

### Portafolio I

#### Narrativas reflexivas

“Cuando vayan mal las cosas  
como a veces suelen ir,  
cuando ofrezca tu camino  
solo cuestas que subir,  
cuando tengas poco haber  
pero mucho que pagar,  
y precises sonreír  
aun teniendo que llorar,  
cuando ya el dolor te agobie  
y no puedas ya sufrir,  
descansar acaso debes  
¡pero nunca desistir!”

*Poema: Cuando vayan mal las cosas*

*Autor: Rudyard Kipling*

Al comenzar a estudiar esta carrera, mis objetivos siempre fueron desarrollarme y crecer de manera profesional, ser un referente para mis hijos y un orgullo para mis padres y ancestros, es por ello que pensé en esta universidad, la cual además de entregarme las herramientas para lograrlo, me permite estudiar de manera online siendo la única alternativa posible para mi puesto que me permite compatibilizar horarios laborales y temas familiares con la parte académica.

Comenzando con los módulos, los cuales me entregaban conocimientos, información y análisis de los diferentes temas abordados por la unidad me permitieron recordar temas que habían sido abordados y estudiados previamente en mi carrera como técnico en administración, sin embargo, claramente los había olvidado puesto que no son temas que no me veo en necesidad de plantearme en mi vida cotidiana como ejecutiva de cuentas ( al menos eso pensaba) por lo que me siento muy atraída por los contenidos y lograba recordar muchos temas que fueron siempre de gran interés para mí como lo es el ramo de Administración, en donde la planificación, organización, dirección y control son las etapas que todo estudiante de la materia debe conocer, manejar y realizar al momento de llevar a cabo cualquier tipo de emprendimiento o bien al trabajar en alguna organización independiente de su tamaño e incluso en cualquier proyecto de tipo familiar o personal.

No obstante, a pesar de ser tan relevantes y básicos dichos conocimientos, en mi memoria estaban como recuerdos dormidos, no los contemplaba para ser utilizados en mi trabajo ni en mi vida personal y fue solo cuando comenzamos a trabajar en el ramo de portafolios lo que me ha permitido analizar las cosas desde otro punto de vista.

Entre las cosas que puedo ver es que si bien, los conocimientos fueron estudiados, para mí no tuvieron un valor significativo, no los ponía en práctica porque tampoco los recordaba y probablemente al aprenderlos para rendir las pruebas del momento fueron mi objetivo principal en esos tiempos y lo más probable es que la misma situación se hubiese repetido en esta carrera que es tan importante para mí, debido que no estaba generando un aprendizaje significativo en donde no me detenía a pensar y procesar los contenidos y es por esta razón que no tenía gran significancia.

Por otra parte, analizo y es claro que en todos los centros de estudios los contenidos entregados son similares para las carreras debido a que se rigen por una malla académica, es por ello que todos quienes egresan de una carrera determinada debiesen manejar información similar para poder desenvolverse en el ámbito profesional, sin embargo podemos ver como empresas que se dedican al mismo rubro obtienen resultados diferentes en períodos de crisis, esto se debe a mi parecer a que se tomaron las decisiones correctas en el momento indicado por parte de quienes dirigen la organización.

La economía, es otro punto muy importante a comprender, estar atento, estudiar y analizar su comportamiento entrega directrices importantes a la manera de reaccionar y las medidas que se deben considerar, esto es sabido por la mayoría, sin embargo en estas semanas de estudio de dicho módulo, me he puesto a pensar en que si bien la economía mundial ha sido afectada, existen países en los cuales las cifras de inflación se han elevado, por ejemplo es el caso de Argentina, quienes traían malos indicadores desde antes de la pandemia y producto de esta se han incrementado aún más, no obstante, como lo hacen las empresas de dicho país para mantenerse vigentes y

continuar generando utilidades a pesar de la adversidad? Son empresas que tuvieron la capacidad de crear un buen plan estratégico, tomaron medidas correctivas y siguieron avanzando, sin embargo, de no haber sido correctamente lideradas por quienes se encargan de la toma de decisiones, su destino probablemente hubiese sido diferente.

En la actualidad, nos encontramos inmersos en un ritmo de vida en donde la secuencia con la cual realizamos nuestras actividades son en modo prácticamente automático, hacemos y repetimos lo mismo a diario obteniendo siempre los mismos resultados debido que no existe espacio para pensar, analizar, interiorizar y procesar los conocimientos previos por lo que vamos avanzando, repitiendo comportamientos, soluciones y medidas que en algún momento fueron efectivas, sin embargo en la actualidad no nos llevan a los mismo resultados y me hace sentido pensar en la cita “si quieres resultados diferentes debes realizar cosas diferentes”

Al realizar las actividades solicitadas por el ramo de portafolio me tomé el instante para reflexionar y entender el motivo por el cual muchas empresas del mundo, independiente de su tamaño, no pudieron resistir a esta pandemia y tuvieron que cerrar sus puertas, despedir a sus trabajadores y desaparecer del mercado.

Sin embargo, a pesar de toda la incertidumbre y obstáculos que esta pandemia pudo provocar, existen personas, empresas y organizaciones que lograron resistir e incluso tuvieron la posibilidad de reinventarse y crecer más que nunca.

Dicho lo anterior ¿Dónde está la diferencia entre quienes lograron tener éxito y los que no lograron resistir? A mi parecer está en detenerse a pensar y analizar los hechos, ver las debilidades, fortalezas, diferenciarse, reinventarse, sacar a lucir las

mejores virtudes de cada uno y cambiar la planificación inicial por completo si es necesario para lograr obtener mejores resultados.

Al realizar mi actividad disciplinar, presenté la problemática de la gran baja de ventas en los productos bancarios durante la pandemia, la cual es una situación que pude apreciar de manera directa.

Sin embargo, analizando la situación, creo que existen muchas medidas que se podría haber tomado a nivel de organización y también en mi caso como ejecutiva para poder revertir dicha situación, como, por ejemplo, entregando un mayor respaldo al cliente, destacando nuestras fortalezas como banco y las diferencias que presentamos a nivel de competencia a través de un buen plan de marketing y por supuesto en mi relacionamiento con los clientes.

En mi empresa si bien, corresponde a una organización muy grande en donde se ha podido resistir a la pandemia en cuanto a su permanencia, no obstante, también se han visto disminuidas las ventas y por ende utilidades percibidas.

El poder pensar en las situaciones expuestas, me ha permitido reflexionar y sin duda siento que cuando comencé a hacerlo, los contenidos estudiados fueron tomando otro sentido en mi aprendizaje y logre el sentido real de la importancia que representan los contenidos estudiados, siento que son conocimientos realmente aprendidos, puesto que logre llevarlos a lo práctico, problematizando y llevando a lo real cada situación.

Claramente no estamos acostumbrados a pensar, por lo que cada vez que nos enfrentamos a una determinada situación, pensamos que la podemos enfrentar como

siempre lo hemos hecho con antelación, no obstante, las condiciones cambian, los tiempos, los recursos, la economía, el mercado, etc. Por lo que lo que la solución empleada habitualmente, no siempre será la solución al problema actual menos aun pensando en la crisis mundial por la cual atravesamos en donde nadie estaba preparado, no obstante, crisis y problemas en la economía siempre existirán de menor o mayor envergadura, lo importante será contar con los conocimientos y habilidades para poder enfrentarlos.

Al realizar análisis de lo expuesto, siento que la gran diferencia entre los profesionales que se encuentran en el mercado laboral, es su capacidad de pensar, analizar y tomar medidas en casos que van en contra de lo esperado y se encuentran fuera de todo pronóstico, como ha sido el caso de la pandemia y poder aplicar los conocimientos adquiridos de manera consiente para poder hacer frente ante cualquier tipo de situación, adaptándose al cambio y estar mentalmente preparados para enfrentar situaciones que nos estaban contempladas y nunca desistir!



## Portafolio II

    Mi aprendizaje

        Vivir quizás sea mi escuela,

    Mi aprendizaje sobre vivencias,

    la conexión con otras esencias,

    Mi percepción de otras miradas.

        Palpable están ante mis ojos

        Otras visiones, otros sueños,

    Quiero seguir hoy aprendiendo,

    Sembrar contigo otros senderos.

        Vivir quizás sea mi escuela,

        Mi aprendizaje sobre otros,

    Compartiendo contigo la experiencia,

    Trabajando juntos por la vida.

*Poema: Mi aprendizaje*

*Autor: Amanda Ackermann*

El poema presentado me identifica totalmente, siento que aprender en cualquier aspecto es un regalo de la vida en todo ámbito, ver las cosas desde otro punto de vista cuando sentía que sabía lo suficiente en relación a lo que requería hasta esos momentos, es por esto que al comenzar a estudiar esta carrera, mis objetivos siempre fueron desarrollarme y crecer de manera profesional, lograr ser un referente para mis hijos y un orgullo para mis padres y ancestros, es por ello que siempre estuvo presente para mí la idea de retomar mis estudios y lograr titularme de una carrera universitaria, para mí sin duda es una de mis grandes metas que tengo planteada desde muy niña, por lo que cuando conocí esta universidad y su modalidad de estudio online, sentí que era el momento de tomar la oportunidad y aceptar el desafío.

A medida que han ido transcurriendo las semanas y avanzando en los diferentes módulos, he logrado ir adquiriendo conocimientos y analizando otros que eran de conocimiento previo, sin embargo, se encontraban dormidos entre mis recuerdos.

En relación a los módulos que estamos cursando en este momento, microeconomía y marketing estratégico, debo decir que a medida que transcurrían las semanas me daba cuenta que existían ciertos conocimientos que conocía con antelación, sin darme cuenta eran aplicables a muchos aspectos de la vida cotidiana, por referenciar alguno, puede ser que en marketing estratégico se habla acerca de la planificación estratégica, la cual es un concepto que debe estar presente en cualquier tipo de organización sin importar su tamaño, para ello es necesario evaluar las condiciones que existen en el entorno para saber cuál es el escenario al cual nos enfrentamos, además analizar el micro entorno de la compañía para saber cuáles son las condiciones internas que se mantienen permitiendo detectar fortalezas,

oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) que puedan existir en el presente o que puedan aparecer en el camino y posterior a ello crear la estrategia indicada en relación al previo análisis mencionado en donde se contemplan todos los puntos indicados, por otra parte al momento de crear la estrategia se debe analizar la ventaja competitiva que tenemos frente a competencia, detectar y conocer lo que sentimos es un atributo para la empresa es muy importante para crear una correcta estrategia y plan comercial.

Tomando en referencia lo aprendido en la asignatura, es importante reflexionar que este tipo de conocimientos son aplicables a mis conocimientos previos en función a la vida cotidiana, antes de avanzar en los contenidos, siempre he considerado que al momento de tomar algún tipo de decisión es necesario analizar las situaciones que ocurren de manera interna como externa y en relación a esto determinar una correcta planificación para desarrollar, por poner un ejemplo, el año 2020 por parte de mi familia se dio la posibilidad de ampliar una casa de descanso que mantienen en el campo, sin embargo a pesar del entusiasmo inicial de todos, fue necesario aterrizar las ideas y analizar si lo que se deseaba realizar era viable puesto que nos encontrábamos en la mitad de una gran pandemia en donde existían cuarentenas, escases de mano de obra y materiales, por lo que analizando tales circunstancias nos tuvimos que detener para no actuar desde la emoción del entusiasmo y realizar una correcta planificación y fue en este momento que nos enfocamos en ver la fortalezas con las que contábamos, en donde dos de mis familiares tienen conocimientos en los temas de construcción, por lo que la solucionamos el tema de ejecución y compra de materiales para obtener mejor calidad y precio.

Sin dudas lo planteado es solo un ejemplo de la importancia de los contenidos aprendidos visto desde un punto de vista personal, sin embargo, al ir estudiando los módulos fui adquiriendo mayores directrices para guiar mis decisiones en ámbito personal y laboral.

En cuanto a la asignatura de microeconomía, debo decir que si bien manejaba varios conceptos y definiciones producto de mis estudios técnicos, en esta oportunidad me detuve a analizar un poco más para comprender su funcionamiento, entender cómo funciona la oferta y demanda, además de la elasticidad de los precios me llevo a enfocarlo en situaciones que hemos podido presenciar en este último tiempo, un ejemplo de ello fue el elevado costo de las mascarillas cuando recién comenzó la pandemia, esto se origina debido a la excesiva demanda de este producto en donde los productores no tenían la capacidad de poder responder.

Por otra parte, entender que existen productos que al incrementar su precio los consumidores disminuyen su consumo por lo que su demanda es sumamente elástica, sin embargo, existen otros bienes que independiente de su aumento en los precios nos vemos en la necesidad de seguir comprando por ser de carácter necesario.

En relación a los costos de producción, antes de este ramos hubiese entendido que mientras más trabajadores existen, la producción se incrementaría de manera proporcional sin embargo, ahora entiendo que en base a ciertas funciones operatorias de matemáticas, se logra conocer el costo de producir un bien adicional (costo marginal) y el costo promedio de acuerdo a las variaciones de un factor, sin embargo, existe un momento en que al ir contratado mayor mano de obra se logra maximizar la

producción hasta un punto máximo, no obstante, este tiene un límite, el cual es importante calcular para evitar que la producción en lugar de aumentar se vea disminuida.

En cuanto a las estructuras de mercado, sin duda me llevaron a entender temas que no me había detenido a analizar, el motivo por el cual se originan los casos de colusión que hemos tenido en los mercados del papel higiénico, pollos, medicamentos, etc. No es hasta ahora que puedo entender que esto se provoca debido a una estructura de mercado de oligopolio, en donde son pocas las empresas que tienen el control total para la comercialización de un determinado bien, por lo que tienen el control de los precios y se coluden entre ellas para limitar la producción e incrementar los precios.

Los conocimientos adquiridos he logrado interiorizarlos de manera efectiva para entender y comprender de mejor manera situaciones cotidianas como laborales y poder dar una mejor orientación a mis clientes como ejecutiva de cuentas.

## Portafolio III

### Narrativas reflexivas de E- Marketing

“Si tu negocio no está en internet, tu negocio no existe” (Bill Gates)

Debo decir que muchas veces escuché o leí esta frase y creía entender su significado, sin embargo, en cuanto avanzaba en las semanas de estudios de este ramo, me daba cuenta de que nunca le había tomado la real importancia a lo que esta frase conlleva...

Mis conocimientos de marketing fueron adquiridos en mi carrera como técnico en administración de empresas, en donde entendí la importancia de la publicidad, las 4P, el objetivo de llegar al segmento objetivo, etc. No obstante, al comenzar, creía que sería más de lo mismo, por lo que días antes de comenzar con el ramo, investigué en internet y entendí que E-Marketing es lo que conocemos como marketing digital, de lo cual mis conocimientos eran realmente bajos, sólo observaba la diferente publicidad que llegaba a mi correo, de la cual muchas veces revisé sin interés y en otras ocasiones incluso realicé compras, no obstante, no imaginaba la estrategia que existe detrás de cada publicidad.

Al comenzar el módulo, aprendí cómo ha evolucionado el marketing digital, desde sus comienzos en donde era utilizado por militares y estudiantes a través del correo electrónico hasta llegar a lo que actualmente conocemos.

Aprendí acerca de las **estrategias de marketing digital**, las que al analizarlas en un comienzo, sentí que tenían cierta similitud con las del marketing tradicional, en

donde se deciden los objetivos, el presupuesto disponible, el plazo de duración de esta campaña, seguimiento, retorno de inversión, sin embargo, en este caso, al ser una estrategia digital, es fundamental crear una lista de palabras relacionadas al negocio y poder clasificarlas como palabras “claves” para aparecer en la búsqueda de los consumidores que requieran del servicio que se ofrece. De acuerdo a lo aprendido en esta semana, logro dimensionar y tomo conciencia de que el marketing digital puede llegar a magnitudes impensables de clientes, de una manera rápida y simple, nos damos a conocer a una gran cantidad de clientes a la vez.

La importancia de contenido en el marketing digital es fundamental, antes de este módulo, nunca me detuve a pensar en la importancia de la publicidad que recibía, sin embargo, la cual debe entregar un contenido que sea de interés para el cliente de manera que lo que se muestra sea relevante para captar su interés, a través de contenidos bien redactados, de fácil comprensión y siempre enfocados en los objetivos de la empresa (lo cual es vender).

Ahora entiendo que muchas veces en las que he concretado alguna compra ha sido por la “inspiración” que muestra la publicidad, sea a través de un texto o imagen.

Antes de comenzar este módulo, nunca tomé el peso a la importancia que conlleva la redacción de la comunicación en los medios digitales, en donde **la pirámide invertida** nos indica que el contenido más importante se encuentra al principio, descendiendo por el orden de importancia hacia abajo, esto me lleva a plantearme lo siguiente ¿Qué es lo que hace que me detenga a leer un texto? Claramente la respuesta a ello es lo que leo en un comienzo, si este contenido logra captar mi

atención, leeré el texto hasta el final, de lo contrario cerraré el anuncio debido a que no es de mi interés.

También destaco las metodologías utilizadas, las cuales he visto en diversos anuncios, como lo **son inbound marketing y One Page Marketing Plan** nunca me había detenido a analizar que a través del contenido que lograba captar mi interés, en muchas ocasiones he llegado a entregar datos para suscribirme a recibir mayor información, claramente son técnicas efectivas puesto que en otras circunstancias no hubiese entregado tal información, por lo que sin dudas, me hace pensar que la manera de lograr la atención, interés y la confianza que entregue la publicidad, es sin duda una buena campaña de E- marketing.

Al concluir este módulo, el planteamiento es ¿qué hubiese ocurrido en los tiempos de pandemia sin el marketing digital? Si lugar a dudas, muchas empresas que no estaban en internet dejaron de existir, por otra parte, las que, si lo estaban, lograron permanecer e incluso crecer a través del marketing digital y por su parte los consumidores pudieron satisfacer sus necesidades.

Son muchas horas las que los usuarios nos encontramos conectados a internet, a través de redes sociales, correos, aplicaciones, etc. Es por ello por lo que el marketing digital permite abarcar a miles de clientes al mismo tiempo, por lo que las estrategias deben estar diseñadas para diferentes dispositivos móviles, captar la atención del cliente en los primeros 5 segundos o de lo contrario lo perderemos, siempre considerando hacer atractivo en contenido a transmitir para lograr atención y confianza de cliente al punto de entregar sus datos bancarios para concretar la venta.



## **Narrativas reflexivas desarrollo económico**

Al comenzar el módulo mis conocimientos de la asignatura estaban básicamente relacionados a los ramos de economía cursados previamente, en donde se busca maximizar los recursos para satisfacer a la mayor cantidad posible.

Sin embargo, en cuanto comienzo a avanzar en las materias entiendo, que si bien, es un ramo relacionado, este tiene la finalidad de poder explicar ¿por qué algunos estados o sociedades logran un mayor desarrollo económico en menos tiempo? Lo cual sin lugar a duda me lo había preguntado anteriormente, por ejemplo, al comparar nuestro país con otros más desarrollados.

Uno de los aspectos que no había considerado antes de comenzar este módulo, es la estrecha relación entre el desarrollo económico y el medio ambiente, el cual corresponde a una externalidad negativa que evidentemente se puede observar en una sociedad, al incrementar producción, sin embargo, corresponde a una variable que no se debe descuidar, para ello debe existir legislación por parte del estado y preocupación por parte de las empresas en variable de crecimiento económico para lograr un crecimiento, era aplicar tecnología adecuada para minimizar el impacto medio ambiental.

Debido a lo expuesto, ahora comprendo que un desarrollo eficiente no sólo se ocupa del capital, trabajo, recursos y tecnología, sino también en reducir el impacto al medio ambiente como herencia a nuestras generaciones futuras.

En muchas ocasiones anteriores, pensaba que la de diferentes países estaba muy relacionado con el desarrollo tecnológico que este tuviera, no obstante, de acuerdo con lo aprendido, ahora comprendo que es una variable de gran importancia, sin embargo, el capital físico y humano también son variables que deben estar presente para lograr un desarrollo que pueda permanecer en el tiempo.

Por otra parte, aprender acerca del desarrollo económico de Chile, sin lugar a duda era un tema del cual había aprendido en cierta medida en mi etapa escolar de lo cual no recordaba lo suficiente, pero de todas maneras me permitió relacionar los contenidos tratados.

Nuestro país durante el siglo XIX se caracteriza por ser un país Mono exportador, durante mucho tiempo dedicado a la exportación de salitre como materia prima principal, lo cual trajo gran cantidad de recursos al país, sin embargo, esto se termina cuando Alemania descubre el salitre sintético.

De acuerdo con el fracaso como mono exportador y el **modelo ISI** aplicado, el cual corresponde a la industrialización basada en sustituir importaciones, el cual se instaura en nuestro país por factores externos, como lo son las guerras mundiales y la escasez de bienes, se decide instaurar un modelo que a través de la producción nacional de bienes busca sustituir las importaciones para evitar la dependencia económica del resto del mundo, lo cual también cual tampoco fue beneficioso para Chile.

Los conocimientos que obtuve en este módulo, sin lugar a dudas permiten comprender que para lograr un desarrollo económico, nuestro papel en el comercio

internacional juega un rol fundamental para el crecimiento, ahora puedo comprender la importancia de los tratados de libre comercio que nuestro país ha logrado en las últimas décadas han sido un pilar importante, en donde no sólo el cobre es protagonista, puesto que en la actualidad se exportan diversas materias primas que permiten ingresos y desarrollo económico de nuestro país, en donde el capital fisco, humano y tecnológico, sin dejar de lado el cuidado al medio ambiente, es lo que nos permitirá continuar creciendo como nación.

## **Portafolio IV**

### **Narrativas reflexivas taller de habilidades directivas**

El enfrentar un cargo de liderazgo, no es una tarea fácil, en donde se debe trabajar con equipos de personas, con diferentes personalidades, gustos, costumbres, etc. En los cuales se debe asignar roles, responsabilidades, cumplir objetivos y lograr crear un trabajo un equipo de trabajo motivado, es sin dudas una tarea desafiante para la jefatura.

Desde lo expuesto, al considerar la **problematización** ¿Cómo lograr las habilidades directivas necesarias para ejercer un buen liderazgo?

De acuerdo con lo aprendido en este módulo, existen diferentes habilidades que se pueden desarrollar, las cuales permiten ejercer un correcto liderazgo que entregue resultados favorables a nivel personal y de la organización.

De acuerdo con lo planteado, se genera una **resignificación** entre la importancia que le asignaba al rol del líder, ahora comprendo que sólo quienes

mantengan y comprendan la importancia de una buena comunicación, capacidad de negociar, resolver conflictos y mantengan una constante motivación para provocar que se genere un trabajo en equipo, el cual permite el logro de objetivos personales e individuales.

Lo aprendido, me lleva a comprender que no todos quienes asumen cargos directivos son necesariamente líderes. Es por ello la importancia de los puntos tratados en este ramo como una base para lograr buenos resultados para el equipo y la organización.

El proceso de **transformación** que me entrega el módulo me permite crear en mi persona un estilo de liderazgo basado en los factores propios de la comunicación, que permitan transmitir las ideas de manera clara al equipo y a su vez lo que estos esperan de mi jefatura, lo cual sin duda sería una poderosa medida para lograr acuerdos, establecer las directrices necesarias y resolver los conflictos que se puedan generar en la cotidianidad de mi vida personal y laboral.

Como proceso de **creación** y con el claro propósito de mantener un grato ambiente de trabajo, implementaría reuniones de manera mensual, en donde se puedan compartir ideas personales que aporten ideas en función de mejorar las labores diarias, en base a las experiencias individuales. Por otra parte, sería una instancia para realizar reconocimientos a los trabajadores destacados del mes por su labor y además permitiría al equipo compartir entre todos sus integrantes.

Otra medida que me parece importante, siempre basada en la comunicación, es realizar reuniones individuales cada cierto tiempo con cada miembro del equipo, con la finalidad de saber cómo se siente y cuáles son sus motivaciones para trabajar en conjunto por ellas.

### **Narrativas reflexivas conducta del consumidor**

Al comenzar el módulo, existían débiles conocimientos acerca de las diferentes conductas de los consumidores, enfocada principalmente en lo que en mi caso personal motiva una compra, no obstante, no imaginaba la gran complejidad y variedad de factores que crean la necesidad de compra de los clientes.

Al estudiar este módulo, me lleva a la **problematización** ¿qué es lo que motiva a los clientes al momento de comprar?

En mi caso fue una base para entender que existen condicionamientos internos y externos que logran explicar tal conducta, en donde factores demográficos como lo son la edad, sexo, ubicación geográfica, cultura, etc. Son elementos que influyen directamente en las necesidades del consumidor.

Ahora logro comprender la importancia de los factores de decisión de compra en los clientes, debido que muchas de estas son planificadas, sin embargo, en un gran porcentaje, las compras son realizadas por impulso de una necesidad que se genera en el momento.

No obstante, a lo mencionado, es muy recurrente ver la fidelidad que existe por ciertas marcas de parte de sus clientes, en donde no importa la competencia ni los precios para mantener su lealtad, lo que genera una **resignificación** en mi aprendizaje, en donde el rol que juega el servicio al cliente entregado por la empresa es un elemento “protagonista” si queremos garantizar su permanencia en el tiempo.

Lo aprendido, me permite iniciar un proceso de **transformación**, en donde la importancia del producto o servicio que se comercializa puede ser exactamente igual al de la competencia, no obstante, el servicio que se entrega es la verdadera diferencia y lo que nos permitirá crecer, desarrollarnos y permanecer en el mercado.

Entregar un servicio cordial, asesoría, amabilidad, disposición, resolver problemas de post venta y escuchar las necesidades de los clientes es lo que permite un servicio de calidad que será valorado y considerado por los clientes al pensar en una compra futura.

Considerando los factores de **creación** que me ha generado este módulo y entendiendo la importancia de su opinión, consideraría importante implementar encuestas de satisfacción y focus group para conocer sus necesidades, gustos, saber lo que esperan de nuestra marca y lo que esperan de nuestra atención. Son elementos que nos permiten mejorar cada día en superar las expectativas y logran instaurarnos en el corazón de los clientes.

## **Narrativas reflexivas Taller de gestión comercial**

Sin importar el tamaño de la organización, estas son creadas para realizar ventas de productos o servicios, en donde el equipo de ventas es fundamental para lograr incrementar las utilidades de la empresa, su participación en el mercado y además son considerados la cara visible ante los clientes.

Dada la extrema importancia del equipo de ventas para el cumplimiento de objetivos de la organización, me lleva a pensar en la siguiente problematización: ¿Cómo lograr crear y desarrollar un exitoso equipo de ventas?

De acuerdo con lo aprendido, logro comprender la importancia del proceso de reclutamiento y selección de personal. En más de alguna oportunidad, me vi enfrentada a realizar varias entrevistas y pruebas psicológicas en donde no lograba entender el motivo de tan extenso proceso, ahora comprendo, que es de extrema importancia para elegir de mejor manera al candidato indicado para el cargo requerido. Este proceso además conlleva las capacitaciones y procesos de adaptación necesarios para que el colaborador logre aprender, adaptarse y sentirse parte de la organización.

“El nuevo colaborador debe además de involucrarse en normas, políticas y procesos generales de la empresa, además de lo concerniente a su puesto de trabajo” (Vilches, 2017)

Los contenidos, además me permiten crear una resignificación en este proceso puesto que, nunca antes había reflexionado, en la importancia del ciclo de vida del trabajador, el cual me permite observar y analizar que efectivamente, los elementos de

motivación no son los mismos en cada etapa, un ejemplo de esto es que un colaborador que recién comienza en la empresa, su motivación puede ser el obtener conocimientos y lograr estabilidad laboral. En el caso de un trabajador que cuente con 5 años de antigüedad laboral, su motivación puede ser el ascender a un mayor cargo y desarrollar nuevas habilidades.

Los conocimientos adquiridos durante el módulo me llevan a una etapa de transformación, en donde considerando la importancia de mantener la motivación, siendo imprescindible conocer las necesidades y preferencias de cada persona de manera individual, además de reconocer sus logros, destacar su desempeño, entregar oportunidades de crecimiento si lo que buscamos es mantener a un trabajador cautivo y motivado en entregar lo mejor en su desempeño.

La remuneración en el equipo comercial es un elemento que siempre debe estar de acuerdo e idealmente superar a lo que ofrece el mercado, es por ello, la importancia de entregar estímulos económicos en función a la productividad e incentivar el sobrecumplimiento de metas con atractivas retribuciones monetarias.

Los contenidos aprendidos, me permiten un proceso de **creación** en el equipo de ventas, en donde el proceso de venta es un universo, el cual involucra captación de clientes, asesoría y excelencia en el servicio entregado.

Lo expuesto son factores indispensables de cara a nuestros clientes y si lo que buscamos es seguir siendo su primera opción de compra, se debe medir que estas condiciones se cumplan.



De acuerdo a lo expuesto, implementar mediciones que además de enfocarse en las metas de ventas, busquen evaluar el conjunto de actividades que debe desarrollar cada vendedor, para ello se pueden habilitar encuestas de satisfacción y visitas de clientes incógnitos para evaluar la atención. (Vilches, 2017) Sin embargo, estas evaluaciones también deben ser retribuidas con bonos económicos para el trabajador y de esta manera mantener su entusiasmo por realizar una gestión que supere las expectativas de los clientes.

De esta manera se garantizan las utilidades para la empresa y la motivación del colaborador por mantenerse vigentes en la organización.

### **Narrativas reflexivas Evaluación de proyectos**

Pensar en realizar algún proyecto, involucra diversos factores, siempre involucrando expectativas, sueños, cumplimiento de metas y objetivos, sin embargo, cada proyecto involucra recursos importantes de considerar, tales como recursos económicos, humanos, tecnológicos, tiempo, etc.

De acuerdo a lo planteado, no es una decisión que se deba tomar sólo en base a supuestos y buenas intenciones, lo cual nos lleva a la **problematización** ¿El proyecto que se propone, es conveniente de realizar?

Antes de conocer los contenidos de éste módulo, nunca me hubiese detenido a reflexionar por ejemplo en las rentabilidades de una inversión o bien, en la conveniencia de adquirir un crédito para realizar un proyecto.

Gracias a los conocimientos adquiridos, llego a una **resignificación** a la hora de entender que existen factores que antes nunca hubiese considerado, tales como por entender que el valor del dinero presente no es el mismo que en 3 años posteriores, puesto que se desvaloriza, por lo que son puntos a evaluar ante cualquier decisión de inversión personal u organizacional, la cual a través de ciertas formulas nos entrega información y proyección.

De acuerdo con lo aprendido, entiendo que este proceso involucra una correcta planificación estratégica, en donde se debe preparar el proyecto en base a diferentes estudios que permiten ver la viabilidad de realizarse, rechazar o postergar. (UNIACC, 2016)

La **transformación** que existe entre mis conocimientos previos y los que he logrado en el estudio de este módulo, sin dudas me permite analizar diferentes situaciones, con el fin de entregar alternativas al proyecto, por ejemplo, hemos aprendido acerca de la depreciación acelerada, la cual permite mayores posibilidades de realización a un proyecto, esto se debe a que, a través de este sistema, se pagan menores impuestos al amortizar los activos fijos de manera acelerada.

Si consideramos el beneficio tributario a favor de la empresa, obtenida por la depreciación acelerada, principalmente en los primeros años que es cuando por lo general existen menos utilidades, esta medida, sin dudas incentiva los proyectos de inversión.

Al finalizar el módulo y como parte del proceso de **creación** de lo aprendido, comprendo que es necesario analizar cada proyecto de manera individual y específica, por ejemplo, saber si son proyectos excluyentes o complementarios entre sí, saber si existen limitantes de recursos para ejecutarlos, entre otros.

Cada situación planteada requiere de cálculos y formulas necesarias de realizar para determinar el riesgo al que se debe enfrentar. (UNIACC, 2016)

Es evidente que nada puede garantizar el 100% de efectividad en la evaluación de un proyecto a realizar, sin embargo, analizar y elaborar de forma correcta, nos permite asesorar como futuros profesionales del área comercial, reducir la incertidumbre y minimizar las posibilidades de riesgo de inversión.

## **Actividad lúdica**

### **Actividad lúdica N°1 Portafolio I**

Buenos días, profesora, soy Luisa Binneveis Alvarez, 41 años y dos hijos de 18 y 22 años.

Me puedo describir como una persona muy disciplinada, ordenada y responsable puesto que, aunque sienta cansancio o en ocasiones pereza en realizar alguna actividad, no soy capaz de dejar de cumplirla puesto que me inquieta más de lo común no responder a mis compromisos.

Me encanta el trabajo en equipo puesto que soy muy sociable y extremadamente conversadora, siempre comparto experiencias y mis conocimientos en mi equipo, me gusta realizar actividades entretenidas y reuniones fuera del horario laboral junto a mis amigos y compañeros de trabajo puesto que considero que las relaciones interpersonales son claves para obtener buenos resultados.

Me considero una persona alegre, entusiasta y me encanta aprender cosas nuevas y en mi trabajo tengo dicha posibilidad, situación que agradezco bastante.

En mis áreas de mejoras es muy importante trabajar la frustración, me preocupa y desmotiva cuando los resultados no son lo esperado debido a que siempre trabajo para dar lo mejor de mí y después me cuesta un poco volver a empezar, aunque siempre lo hago.

Por otra parte, siento que soy mejor hablando que escuchando lo cual claramente es algo que debo manejar.

Dentro de mis objetivos debo decir que para mí es un sueño estar cursando esta carrera universitaria, siempre quise ser profesional, sin embargo, fui madre muy joven y vivía sola con mis dos hijos lo cual me atraso un poco, sin embargo, el 2018 me titulé de técnico en Administración de empresas lo cual me permite trabajar como ejecutiva de cuentas en un banco.

Sin lugar a duda mi intención es seguir creciendo, aprendiendo y desarrollándome en el área comercial para una empresa o para mi propio emprendimiento, no obstante, lo más importante para mí es lograr ser un gran ejemplo de superación para mis hijos.

### **Actividad lúdica N°2 Portafolio I**

Al realizar y analizar el test, siento que soy una persona muy responsable, cumplo con mis compromisos en tiempo y forma, me siento muy bien realizando trabajos en equipo, me gusta compartir mis conocimientos y motivar a mis compañeros cada vez que lo necesitan, disciplinada, cumplo las normativas impuestas por mi empresa, me encanta relacionarme con público, la comunicación es algo muy importante en mi vida personal y laboral.

Lo mencionado anteriormente siempre me ha llevado a obtener buenos resultados, siempre he trabajado en el área comercial en donde el cumplimiento en ventas es fundamental, claramente no siempre se puede ser la mejor en todo, sin embargo, me

esfuerzo por dar lo mejor y esto me ha permitido grandes logros laborales y llegar a desempeñarme en la actualidad como ejecutiva de cuentas en un banco.

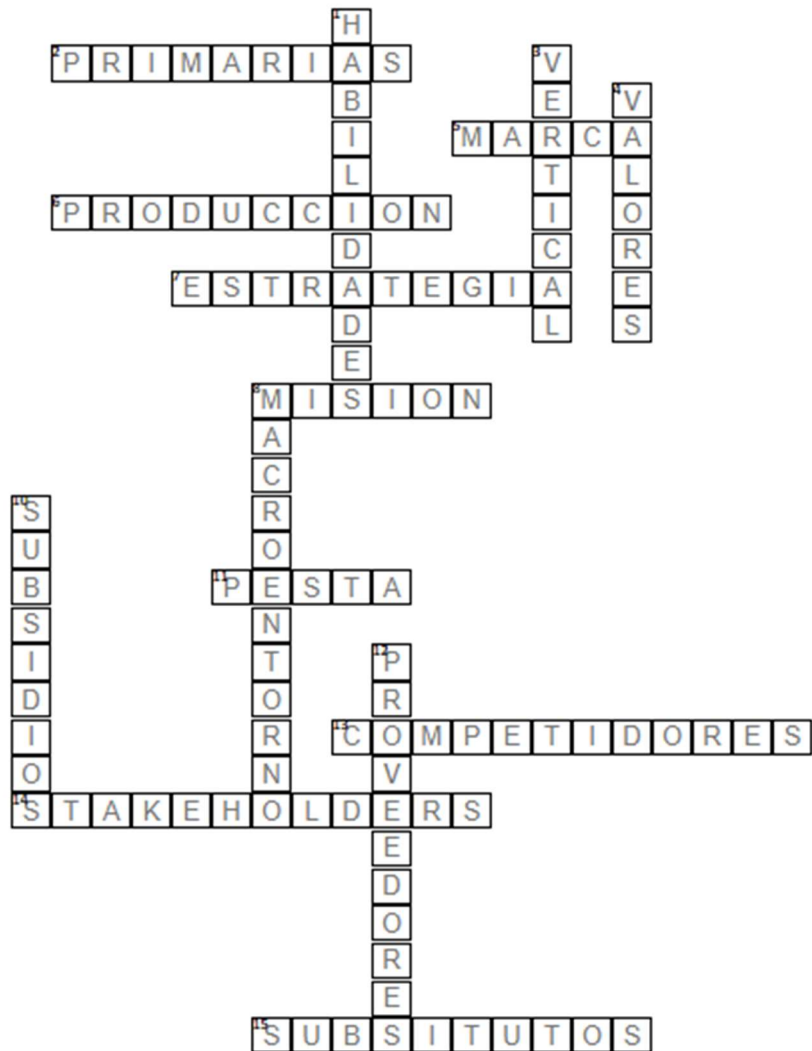
Sin embargo, en estos momentos me preparo para ser ingeniero comercial y lo que me caracteriza hasta ahora no será suficiente para desenvolverme de manera exitosa, es por ello que mis puntos a trabajar como el liderazgo es fundamental, puesto que si bien no me molesta, es algo que prefiero evitar, considero que se encuentra muy relacionado a resolver conflictos, analizar problemas, tener creatividad para resolverlos, innovar con nuevas técnicas y la presión que se ejerce en cargos de autoridad, sin duda reúne todas las debilidades de las cuales comienzo a tomar conciencia y que no las había reflexionado con antelación y que ahora comienzo a ver de otro punto de vista.

En el futuro me veo titulada de ingeniero comercial, me interesa el área de inversiones y espero desenvolverme trabajando en mi empresa o en otra relacionada con el rubro, deseo ser una profesional que cumpla con los conocimientos y características necesarias para poder desarrollarlo de manera exitosa, trabajar en mi seguridad personal sin duda me abrirá las puertas para poder superar mis debilidades mencionadas y lograr mis objetivos.

## Actividad lúdica N°1 Portafolio II

### CRUCIGRAMA

Actividad Lúdica



## Horizontales

- 2 Son actividades enfocadas a la creación física del producto
- 5 Se construye en la mente de los consumidores
- 6 Etapa en donde materias primas y materiales son transformados
- 7 Conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un fin
- 8 Propósitos generales que persigue la organización
- 11 Evaluación externa para comprender el crecimiento de mercado
- 13 Afectan el entorno competitivo
- 14 Grupo de interés que tiene influencia sobre la empresa
- 15 Productos con características similares a menor precio

## Verticales

- 1 Es una de las fuentes de ventaja competitiva
- 3 Tipo de integración que involucra adquisición de bienes permitiendo un mayor control
- 4 Prioridades de la empresa y su cultura
- 8 Medio externo en el cual se desenvuelve la organización
- 10 Permiten el acceso a un mayor número de consumidores
- 12 Gran fuerza competitiva cuando existe poder de negociación

## CONCLUSION

De acuerdo a la actividad lúdica desarrollada en este hito, se logra entender una manera diferente de aprender a través del relacionamiento de conceptos y sus respectivas definiciones, en mi caso se aplican conceptos relacionados a material de módulos en curso, los cuales en mi caso ha sido de mayor dificultad para poder asociar la gran cantidad de conceptos que se abordan para comprender el material.

De manera recurrente nos encasillamos en hacer las cosas de una misma manera y nuestras actividades diarias se desarrollan de manera prácticamente



automática, en donde nuestro cerebro repite las actividades casi sin pensarlas, a mi parecer esa es una de las razones por las cuales se obtienen siempre los mismos resultados sin lograr procesar de manera consciente lo que vivimos o experimentamos puesto que nos acostumbramos a este esquema.

Sin duda la elaboración del crucigrama entrega una manera diferente de aprender y es una herramienta de estudio adicional cuando se busca un aprendizaje significativo y que perdure en el tiempo.

### **Actividad lúdica N°2 Portafolio II**

En la presente actividad a desarrollar, se muestra a través de un conocido juego como la sopa de letras, poder encontrar 13 palabras relacionadas al perfil de egreso del estudiante de ingeniería comercial de Uniacc.

El juego busca mostrar algunas de las diversas cualidades que se esperan que el estudiante pueda lograr al momento de terminar su proceso de formación.

## Sopa de letras de Perfil de egreso ingeniero comercial Uniacc 1

D	P	I	R	E	S	T	R	A	T	E	G	A
A	T	R	A	A	A	A	I	O	N	U	R	U
I	I	O	O	D	N	C	S	A	T	O	R	E
I	A	R	N	F	A	A	D	R	V	C	E	U
I	N	L	E	A	E	P	L	I	D	L	O	E
N	C	N	A	S	A	S	T	Í	B	D	B	E
T	S	C	O	Í	O	A	I	A	T	N	S	S
E	O	C	R	V	E	L	I	O	C	I	D	D
G	C	R	E	R	A	F	U	S	N	I	C	L
R	O	A	C	T	N	D	O	T	O	A	Ó	O
A	R	T	P	O	I	L	O	R	O	Q	L	N
L	O	A	C	A	N	S	A	R	S	R	A	R
L	Í	D	E	R	Z	A	U	L	E	O	O	O

Palabras a encontrar:

CAPAZ  
INTEGRAL  
PROFESIONAL  
RESOLUTOR

ANALÍTICO  
INNOVADOR  
ESTRATEGA  
ADAPTACIÓN

CONFIABLE  
CREATIVO  
LÍDER

Al analizar los diferentes términos utilizados en la actividad realizada, se pueden observar las cualidades que se esperan lograr obtener al egreso de nuestra carrera, si analizamos los conceptos, podemos ver que no todos los profesionales cuentan con todas estas cualidades independiente de su lugar de formación. Esto se debe a que en muchas ocasiones no se logra un aprendizaje significativo por lo que, al egresar, gran parte de los contenidos tratados, no lograron ser interiorizados.

A través del portafolio digital, podemos entender la importancia de pensar, analizar, replantear y dar un nuevo sentido a nuestro aprendizaje para que este logre ser una herramienta real al momento de enfrentar el mercado laboral.

En la actividad desarrollada, se muestra una manera diferente, fácil y entretenida de aprender y recordar el perfil de egreso de nuestra carrera con la finalidad de marcar un sello que nos identifique en el mercado laboral.

### **Actividad lúdica N°1 Portafolio III**

#### **Sócrates**

Filósofo griego, el cual nace el año 470 a.C en Atenas, su madre se dedicaba a asistir partos y su padre era escultor, de acuerdo con diferentes escritos, se describe a Sócrates como una persona de origen humilde, el cual siempre tuvo mucho ingenio, dedicándose al estudio de la literatura y la música.

Sócrates se dedica a estudiar los ámbitos de la moral y la ética, en su pensamiento radica el hecho de que los seres humanos siempre buscan el bien y todo lo que se

oponga a esto es solo producto de la ignorancia, es por ello por lo que creía fielmente en el amor, la ética, el bien y la bondad.

De acuerdo con su pensamiento, Sócrates creía que el filósofo debe buscar la sabiduría partiendo de la base de reconocer su propia ignorancia, la cual se refleja en su conocida cita “sólo sé, que no sé nada” (Sócrates), debido a que consideraba que en muchos casos las personas creían saber más que los conocimientos que tenían realmente, en donde incluso él no se consideraba alguien sabio.

***“La verdadera sabiduría está en reconocer la propia ignorancia” (Sócrates)***

Sin lugar a dudas esta frase me representa totalmente, en esta carrera y al ir avanzando en los módulos, me ha permitido adquirir conocimientos y cambiar mi opinión en relación a temas que antes hubiese criticado, por ejemplo, anteriormente hubiese criticado las medidas tomadas por el banco central subiendo la tasa de interés, no obstante, ahora comprendo la importancia de controlar la inflación en nuestro país debido a la gran cantidad de dinero circulante producto de retiros de AFP, bonos, etc.

También esta frase me lleva a reflexionar acerca del fin del módulo de portafolio, el cual tiene como objetivo desaprender lo que creemos que sabemos para dar paso al verdadero aprendizaje, el cual debe ser duradero y significativo.

### Conclusión:

Definitivamente, la cita de Sócrates y además su pensamiento respecto al desconocimiento, me identifica al darme cuenta que en muchas ocasiones he actuado desde la ignorancia, no por querer hacer las cosas mal, sino más bien, producto de mi propia ignorancia.

### **Actividad lúdica N°2 portafolio III**

#### El Diablo viste a la moda

La película elegida para realizar esta actividad corresponde a la historia de Andy, una joven que se gradúa recientemente de periodista, la cual encuentra trabajo como asistente de Miranda, la editora de una importante revista de modas en New York.

Miranda es una mujer de carácter muy fuerte, que viste las últimas tendencias de moda, despectiva, exigente y de muy mal trato con sus colaboradores, es por ello que Andy, quien tiene una personalidad mucho más débil, se siente muy afligida por sentir que no encaja con su nuevo trabajo, en donde recibe un trato ingrato y es criticada de manera constante por su manera de vestir.

Andy, comienza este trabajo muy entusiasmado de pertenecer a una empresa de gran prestigio, sin embargo, al pasar los días siente que se hace cada vez más hostil su ambiente laboral, el exceso de trabajo al cual la someten, la hace sentir en muchas ocasiones que no tendrá la capacidad de mantenerse en la empresa a pesar de estar

interesada e trabajar para la compañía, lo cual le trae problemas en su vida personal y afectiva.

Al pasar los días, Andy continúa dando todo lo mejor de sí misma al realizar su trabajo, poco a poco es mucho más eficiente, proactiva, aprende de modas por lo que paulatinamente comienza realizando cambios en su imagen y manera de vestir, lo cual es observado por Miranda, quien al pasar el tiempo logra apreciar el profesionalismo de su asistente y la comienza a considerar cada vez más en sus actividades diarias.

Al transcurrir de la película se entiende que la dureza en el carácter de Miranda corresponde a tener una historia personal que la ha destruido sus sentimientos y es por ello que actúa a la defensiva con todos quienes la rodean.

Finalmente, Miranda logra aceptar por completo a su asistente a quien la convierte en su persona de confianza y le ofrece llevarla a París, en donde Andy se entera que Miranda sería removida de su cargo, sin embargo, al intentar advertirla entiende que ella ya lo sabía y para evitar tal situación recurre a acciones poco éticas afectando a unos de los integrantes del equipo de confianza de Miranda.

La acción es criticada por Andy quien renuncia a su trabajo y se regresa a Estados Unidos en donde consigue trabajo como periodista, lo cual corresponde al ejercicio de su profesión.

La película fue escogida debido a que se pueden apreciar importantes características asociados al perfil de egreso como futuras profesionales de UNIACC, tales como:

**La perseverancia:** Se puede observar que, si bien el camino no es fácil, a través de la perseverancia y adaptación a los cambios se pueden lograr grandes resultados.

**Proactividad:** Sin lugar a dudas es parte de un buen desempeño el anticiparse a los hechos, de esta manera se entrega un valor agregado a nuestra labor.

**Aprender a lidiar con las críticas:** no tomarse a personal todo lo que los demás nos puedan decir, en muchas ocasiones todos tiene sus propios problemas, por lo que no necesariamente lo que dicen es algo que va en contra de la persona, sino más bien con lo que están viviendo en su interior.

**Trabajo en equipo:** Es muy importante para lograr grandes resultados que no se podrían conseguir de manera individual.

**Ética y valores:** Independiente del trabajo o cargo que nos toque desempeñar, siempre debemos mantener la ética en nuestro actuar por lo que nuestro trabajo siempre debe estar amparado por los valores que nos identifican, solo de esta manera nos podremos sentir satisfechos y realizados con lo que hacemos.

## Actividad lúdica N°1 Portafolio IV

### Estilos de negociadores

#### Negociador competitivo

- Intenta dominar la situación en todo momento.
- Se enfoca en su opositor como un adversario.
- Se enfoca solo en exigir sus requerimientos.
- Inflexibilidad en su actitud.
- Puede incurrir en amenazas.
- Realiza más aseveraciones que preguntas, imponiendo sus exigencias.
- No se interesa por los intereses de la otra parte.
- Ganar o perder.

#### Negociador cooperativo

- Presenta una actitud más pasiva y cooperativa.
- Ve a su opositor como alguien que incluso le puede beneficiar.
- Se enfoca en los puntos que coinciden las partes.
- Flexibilidad para llegar a acuerdos.
- Nunca recurre a las amenazas.
- Realiza más preguntas para entender mejor y llegar a consenso.
- Desea que ambas partes se beneficien.
- Ambas partes pueden ser ganadoras.



## Reflexión

La resolución de conflictos corresponde a una habilidad que todos deberíamos desarrollar, puesto que la vida cotidiana por lo general nos presenta diversas situaciones en las cuales nos vemos enfrentados a este tipos de situaciones.

En la vida laboral, también los conflictos se encuentran presentes, en ocasiones necesarios y en otras se podrían evitar, sin embargo, siempre existirán, es por ello, la necesidad del líder de desarrollar la habilidad de manejar diferentes tipos de conflicto de la manera adecuada, esto sin lugar a dudas es una característica importante que identifica a un buen líder.

Como se aprecia en el recuadro, existen dos tipos de negociadores al momento de enfrentar un conflicto, el negociador competitivo, el cual en todo momento desea manejar la situación, inflexible, en donde solo le importa ganar sin importar que la otra parte salga afectada. Por otra parte, existe el negociador cooperativo, el cual está abierto a escuchar, analizar y de ser necesario ceder para llegar a un consenso entre las partes, en donde ambas se vean favorecidas buscando un equilibrio en la negociación.

De acuerdo a lo aprendido, un buen líder debería optar siempre por ser un negociador cooperativo, el cual busca un acuerdo entre las partes intentando que el conflicto termine de buena manera para todos los involucrados.

El estilo de negociador competitivo solo es recomendable se utilizado en situaciones en donde ha existido un abuso de confianza con los colaboradores y antes

de recibir ataques personales, por lo que en este caso no es conveniente llegar a concesiones.

Lo importante del estilo de negociación es no ser extremista es intentar resolver el conflicto en el menor tiempo y en las mejores condiciones posibles para todos, con la finalidad de que las relaciones interpersonales y trabajo en equipo no se vean afectados y por ende no perder los de vista los objetivos de la organización.

### **Actividad lúdica N°2 Portafolio IV**

**Paso 1. Reflexiona sobre los saberes que has adquirido este semestre. Has una lista de estos e identifica aquellos que consideres más significativos**

Si pesamos en retroceder el tiempo hace dos años atrás, sin duda siento que este período de tiempo, ha sido una etapa totalmente enriquecedora en mi caso personal, el poder volver a estudiar y lograr una carrera universitaria, es una meta y desafío que tuve desde siempre y en la actualidad cada vez me siento más cerca de conseguir mi objetivo.

Al analizar los conocimientos adquiridos durante el semestre, se me vienen muchos conceptos y definiciones que ciertamente las había escuchado y de los cuales ciertamente creía entender su significado, sin embargo, ahora comprendo, que realmente no conocía su verdadera importancia y lo esenciales que son para lograr los objetivos propuestos por cualquier tipo de organización.

Podría enumerar muchos términos, sin embargo, me enfocaré en aquellos que han marcado mi aprendizaje durante el semestre y que a su vez he logrado relacionar y

aplicar en mi vida personal y laboral, haciendo de estos, un aprendizaje significativo y que perdura en el tiempo.

- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Planificación
- Conocimiento
- Comunicación
- Solución de conflictos
- Motivación
- Dirección
- Estrategia
- Medición y control

**Paso 2. Realiza una representación gráfica, a través de un dibujo el cual represente de forma clara los principales aprendizajes adquiridos.**



*Fuente: Elaboración Propia*

**Paso 3. Establece una reflexión al respecto argumentando de qué forma se reflejan tus saberes en el dibujo.**

El dibujo realizado, representa los conocimientos adquiridos durante el semestre:

La ampolleta: corresponde al conocimiento que deben tener los directivos en una organización, dentro de ella está la meta u objetivo que se desea lograr.

El líder que se encuentra sobre la ampolleta representa el liderazgo y la capacidad que deben tener quienes dirigen los equipos de trabajo para ser seguidos por todos los integrantes.

Las manos, representan la unidad del trabajo en equipo, lo cual es lo que permite obtener resultados que no se logran de manera individual, en donde todos trabajan en común por un objetivo.

Los símbolos de \$ corresponden a la motivación que debe existir dentro del equipo de trabajo, la cual no necesariamente puede ser en dinero, también pueden estar asociadas en un ascenso de cargo, reconocimiento, etc.

La planilla, representa la planificación previa que debe existir, en donde todo se encuentre previamente estipulado y conocido por quienes son parte del equipo de trabajo.

La imagen de la persona hablando, corresponde a las habilidades de comunicación necesarias que deben existir, en donde también se debe saber escuchar para que la comunicación sea efectiva, sólo de esta manera se logra transmitir lo que realmente se espera del desempeño de cada uno.

El reloj de arena representa la necesidad de medir y controlar lo planificado, conocer los avances y realizar las correcciones necesarias que permitan cumplir con los objetivos.

La paloma, representa la capacidad de resolver conflictos entre los integrantes del equipo, esta es una habilidad que debe ser desarrollada por quienes ejercen liderazgo para mantener el clima laboral, logrando acuerdos entre las partes.

### **Actividad disciplinar**

#### **Actividad disciplinar portafolio I: El problema y su contexto**

##### **Introducción**

En el presente trabajo a desarrollar se analiza una problemática que si bien ha estado presente para mí en el transcurso de esta pandemia, no había dedicado tiempo a analizar que si bien existe una gran problemática mundial como lo es la pandemia por la cual estamos atravesando y de la cual nadie se había preparado para tales efectos, es pensar que los problemas, dificultades, cambios en la economía, entre otros, son factores a los que cualquier tipo de organización se ve expuesto a sobrellevar, en donde triunfará quien se pueda sobreponer de mejor manera, analizando, presupuestando, realizando un proceso de adaptación y tomando medidas correctivas que permitan a la empresa mantenerse y seguir creciendo en un mercado que es cada vez más competitivo y variable.

## Objetivo general y específico

Al analizar y observar con atención todos los hechos acontecidos durante esta pandemia, sin duda a mi parecer son muchas las problemáticas que se podrían abordar a nivel mundial o país, sin embargo, por encontrarme muy relacionada al área de ventas de productos financieros, el objetivo general de este informe es: *La importante disminución de ventas de productos bancarios durante la pandemia*

Como futura ingeniera comercial egresada de Uniacc me siento comprometida en enfrentar situaciones adversas que se puedan ir generando en el transcurso de mi carrera, por lo que mis objetivos específicos se encuentran enfocados en aumentar la venta de servicios y mejorar la relación con el cliente para lograr fidelización de su parte.

En mi caso, trabajo para un banco como ejecutiva de cuentas y he tenido la oportunidad de poder escuchar a muchos clientes y sus grandes dificultades vividas durante este último tiempo, es por ello que a mi parecer deben existir un plan de marketing estratégico y evaluación de presupuestos a través de una correcta administración pueda servir para lograr llegar entregar nuestros servicios a un mayor número de clientes.

Mi objetivo general es poder abordar acerca de la fuerte disminución en las ventas de productos y específicamente en poder analizar en buscar caminos alternativos que permitan llevar la situación de mejor manera la economía actual por la que estamos atravesando a través de implementación de estrategias de marketing que

permitan incrementar las ventas del área comercial permitiendo obtener mejores utilidades para los involucrados.

### Antecedentes de análisis de problemática

El gran impacto provocado por la pandemia ha generado millones de fallecimientos a nivel mundial, incremento del desempleo de manera explosiva, cierres de fábricas, empresas y negocios, además se debe considerar las extensas cuarentenas y cierres a los que la población se ha tenido que someter para poder lograr cierta contención en las cifras de contagios, han sido sin duda factores que han afectado de manera directa en la economía mundial en donde las cifras de inflación han incrementado de manera considerable.

En nuestro país hace un par de días el banco Central aumentó la tasa de interés en de manera significativa como medida para controlar la inflación, sin embargo, desde el punto de vista de los consumidores, se ven incrementadas las tasas de interés al momento de solicitar créditos de consumo e hipotecarios lo cual sin duda desmotiva a los potenciales clientes.

El gobierno por su parte ha entregado diferentes bonos de emergencias, subsidios, Ingreso familiar de emergencia Y retiros de AFP que han permitido afrontar en cierta manera tal crisis económica, pero por otra parte existe gran cantidad de dinero en circulación.

Al analizar los diferentes hechos que a mi parecer provocan la fuerte disminución en las ventas de servicios son los siguientes:



- En primera instancia es el hecho de la disminución de los recursos, ya sea por desempleo, enfermedad, economía, etc.
- En segundo lugar, se encuentra el hecho de la incertidumbre de lo que pueda suceder a futuro en la economía puesto que nadie sabe hasta cuándo existirá esta pandemia, aparición de nuevas variantes del virus, situación económica mundial, inflación, etc. Por tal motivo existe un cierto temor de los clientes en invertir o adquirir nuevos compromisos que no saben si tendrán la capacidad de responder
- Por otra parte, los diferentes beneficios entregados por el gobierno en conjunto con los retiros de AFP han entregado cierta capacidad de solvencia para los consumidores, este motivo ha generado que no requieran solicitar créditos de consumo para enfrentar los diversos compromisos o proyectos para los cuales antes de que esto ocurriera siempre eran solicitados al banco, provocando una gran disminución en las ventas de créditos.

#### Justificación del caso

En la actualidad existe una alta competencia, clientes informados y con incertidumbre al futuro y una pandemia que no sabemos por cuánto tiempo la tendremos presente, la aparición de nuevas variantes y el temor de volver a cuarentenas sin duda son grandes motivos para desmotivar a cualquier persona que se encuentre en la indecisión de adquirir algún producto bancario.

Lo expuesto anteriormente sin duda ha afectado significativamente el área comercial para la cual trabajo y probablemente lo siga haciendo mientras la economía no logre estabilizarse por todos los motivos descritos, por lo que para gran parte de los ejecutivos, sus ingresos también disminuyen y produce estancamiento profesional, pero al ser visto desde el punto de vista de la empresa, sin duda el generar menos ventas provoca recibir menos utilidades para la organización de las presupuestadas y esto puede llevar a la organización en pensar el cierre de sucursales, disminución de los incentivos, despidos, reducir beneficios, entre otros.

A mi parecer es de gran importancia invertir recursos en diferentes áreas que puedan ayudar a llevar de mejor manera la situación que se vive actualmente, entre ellas podemos destacar:

Implementación de estrategias de marketing que permitan entregar mejor información al cliente, campañas para entregar planes cuenta corriente costo \$0 bajo ciertas condiciones, por ejemplo, abono de remuneración en cuenta corriente (en la actualidad todos los planes son con costo) realizar alianzas con empresas para aumentar los convenios entre si y poder a estos entregar mejores condiciones de tasa, rebajas en los costos de mantención, etc.

Por otra parte, considero se debería publicitar a través de diferentes medios, las ventajas que se tienen sobre la competencia, por ejemplo, se pueden aperturar cuentas corrientes a clientes extranjeros con visa temporaria siempre que estos tengan contrato indefinido y cumplan requisitos de renta, sin embargo, muchos clientes desconocen

estas posibilidades en donde nos perdemos la oportunidad de llegar a un nicho de clientes que crece cada día en forma exponencial.

Por otra parte, me parece muy apropiado poder contar con planes de apoyo que sean con mayor enfoque en los clientes, por ejemplo, en caso de despido laboral poder refinanciar entregando meses de gracias pero sin incrementar las tasas de interés a tal refinanciamiento.

A mi parecer, una buena estrategia enfocada en marketing y además un mayor enfoque en los clientes, genera un ambiente de conocimiento y confianza para los consumidores que se encuentren evaluando la posibilidad adquirir nuevos servicios.

#### Interrogantes de reflexión

Frente a la problemática planteada se distinguen las siguientes reflexiones.

- Los clientes más que nunca requieren sentirse orientados, respaldados y ser escuchados, me ha tocado ver clientes en los que nunca antes de esta pandemia habían tenido atrasos en sus pagos, sin embargo, producto de lo sucedido fueron desvinculados o perdieron sus negocios por lo que claramente sus compromisos se vieron retrasados y tuvieron que recurrir al banco, es por ello que se deberían evaluar mejores planes de acción para estos casos y entregar facilidades más allá de las que fueron dictadas de manera obligatorias por el gobierno, tales como extender plazos de pago, mejorar tasas para los refinanciamientos de créditos y meses de gracias son algunas de las medidas

que se debieran tomar para poder entregar al cliente cierta tranquilidad y seguridad para fidelizar al cliente.

- La siguiente problemática a mi parecer se encuentra en que muchos clientes prefieren los bancos de la competencia por entregar mejores precios, tales como mejores tasa en los créditos de consumo, sin costos de mantención en cuentas corriente, valores más económicos en los precios de seguros, entre otros.

En estos momentos los clientes desean estar tranquilos y tener los menos compromisos económicos posibles sin embargo no siempre es un factor de decisión el precio de los productos, puesto que existen muchas características por las que una persona prefiere un producto en lugar de otro y en este caso a mi parecer se deberían mejorar los beneficios de los productos que se comercializan por ejemplo seguros de desempleo a los productos bancarios (al menos mientras dure la pandemia) mejores convenios y descuentos con farmacias, supermercados, etc.

Los precios de los servicios que se venden no siempre es posible bajar sus costos, sin embargo, si se incrementan los beneficios por contratación serán mucho más atractivos para los clientes permitiendo aumentar el número de ventas.

- La tercer problemática, corresponde a que muchos clientes al no verse directamente afectados por esta pandemia, se encuentran con dinero disponible por lo que no se ven en la necesidad de endeudarse para adquirir algún tipo de

bien , sin duda esto ha provocado una gran disminución en las ventas de créditos.

Para poder hacer frente a la situación expuesta una buena orientación es fundamental para que los clientes piensen en invertir sus fondos y lograr rentabilizar a largo plazo por ejemplo a través de fondos mutuos, algún emprendimiento personal que se hubiesen planteado en estos tiempos o en alguna propiedad para generar ganancias para el futuro.

### **Evaluación volumen e impacto**

El impacto de la disminución de ventas afectó en gran medida al banco para el cual trabajo, si bien no nos entregan cifras oficiales puedo responder con relación a mi trabajo personal en donde las ventas en mi producción disminuyeron aproximadamente en un 30% en comparación al año anterior por lo que claramente ha tenido un impacto económico por la disminución de incentivos percibidos por concepto de comisiones y premios.

La situación expuesta pude observarla también en mis compañeros de trabajo, sin duda para todo el equipo disminuir la producción es un factor muy importante puesto que somos evaluados por ventas, dicha situación pone en riesgo nuestra estabilidad y permanencia en la empresa.

En este tiempo he podido sentir desmotivación en el equipo de trabajo, preocupación y aumento significativo del estrés por quienes trabajamos en área comercial, sin duda son factores que no colaboran para superar esta crisis.

Dentro de lo positivo, siento que existe mayor colaboración entre el equipo de trabajo, mayor unión y compromiso con la organización puesto que todos deseamos mantener nuestra fuente laboral.

Dentro de los conocimientos aprendidos en esta semana bajo el ramo de costos y presupuestos, es que efectivamente las empresas cuentan con una estimación de ventas y gastos para el periodo siguiente el cual se planifica, dirige y se controla periódicamente para ver si los resultados se encuentran en relación a lo planificado, sin embargo a mi parecer hasta el momento en la empresa para la cual trabajo no se han implementado las estrategias necesarias para poder hacer frente a esta crisis mundial por lo que nuestros clientes en ocasiones se sienten poco importantes para la organización y esto claramente los desanima a mantenerse en él.

Aun no me ha tocado ver el ramo de marketing, sin embargo, tengo conocimientos previos y sé que existen muchas características del banco para el cual trabajo en las cuales nos diferenciamos de manera positiva de la competencia pero no son conocidas por el público general, es por ello que creando una estrategia apropiada se podría llevar de mejor manera esta problemática permitiendo lograr ventas y fidelización de clientes.

### **Conclusión**

De acuerdo con lo expuesto, se puede ver como la pandemia trajo múltiples efectos colaterales, además de salud, la economía se ha visto fuertemente impactada, en donde se ha incrementado la inflación, aumentado la tasa de

desempleo, ha crecido la incertidumbre y falta de seguridad en los consumidores, sin duda son factores que no pueden dejar indiferente a nadie, es por ello que la baja en las ventas de servicios financieros es una problemática más dentro los efectos de esta pandemia.

Analizando los puntos entregados se pueden ver alternativas que buscan llevar de mejor manera la situación, mejorando la relación con los clientes y elaborando un plan que permita a la empresa crear lazos de confianza e incrementar las ventas.

Los problemas y dificultades siempre existirán, lo importante es saber llevarlos, aprender y lograr superarlos.

## **Actividad disciplinar Portafolio II: Metodologías de análisis**

### Introducción

En el trabajo a desarrollar se investiga y analiza el reciente y creciente mercado de las plataformas digitales de transporte, su expansivo crecimiento, su desarrollo, clientes, mercado, competencia, entre otras variables que involucran este potencial y expansivo mercado.

En su análisis se incluyen datos cualitativos y cuantitativos que permiten obtener una mayor información del tema. Además, se analizan las cinco fuerzas de Porter que permitan un mayor conocimiento de este tipo de aplicaciones.

Lo expuesto se realiza en base a los conocimientos adquiridos en el ramo de Branding, cuyo módulo se encuentra aún en curso, el cual me ha entregado conocimientos que me han permitido entender y ver las cosas desde un punto de vista diferente a través del aprendizaje.

### Plataformas digitales de transporte

En los últimos años, las plataformas digitales con conductor han logrado una cifra importante de participación en el mercado a nivel mundial y nacional, se encuentran presentes en más de veinte ciudades a lo largo del territorio nacional. Este tipo de plataformas ha sido ampliamente difundido y se han generado diversas discrepancias con el mercado de transporte regulado de pasajeros.

La llegada de diferentes empresas como lo son Uber, Cabify, Didi, entre otras ha generado un fuerte impacto para los usuarios y las empresas de transporte público.

A continuación se presentan datos realizado por la Universidad de Chile el cual evalúa uso y conocimiento respecto a estas plataformas.

Para ello se entrevistaron a 1552 personas representativas de los usuarios de dichas aplicaciones.

De acuerdo a las encuestas realizadas los resultados entregan los siguientes resultados:

De total de los encuestados, un alto porcentaje equivalente al 86% se manifiesta ser usuario de estas plataformas utilizando el servicio de dos a cuatro veces al mes y su distribución se encuentra entre las siguientes plataformas.



PLATAFORMA	USUARIOS		USUARIOS FRECUENTES	
	NÚMERO	PORCENTAJE	NÚMERO	PORCENTAJE
Easy Taxi	49	3%	34	3%
Safer taxi	2	0%	0	0%
Uber	1.483	96%	1.266	95%
Cabify	126	8%	101	8%
Total	1.552	100%	1.331	100%
Uber y/o Cabify	1.529	99%	1.311	98%

*Fuente: Diario electrónico El Mostrador edición digital 02-08-2021*

En su gran mayoría los usuarios solo mantienen descargada una aplicación en su celular a pesar de existir al menos cuatro conocidas por los encuestados.

En cuanto a las edades, se refleja que los usuarios de menor edad son quienes utilizan en mayor medida el servicio



*Fuente: Diario electrónico El Mostrador edición digital 02-08-2021*

De acuerdo a lo expuesto por los usuarios de la encuesta realizada, se puede observar que a pesar de existir varias aplicaciones dedicadas al transporte digital, solo

usan una de ellas, siendo Uber la más utilizada, esto se debe a que los usuarios indican no encontrar gran diferencia en el servicio y los precios son generalmente similares en todas las aplicaciones por lo que no consideran necesario cambiar de aplicación ante un servicio que declaran ser bueno, sin embargo tiene muchos factores por mejorar.

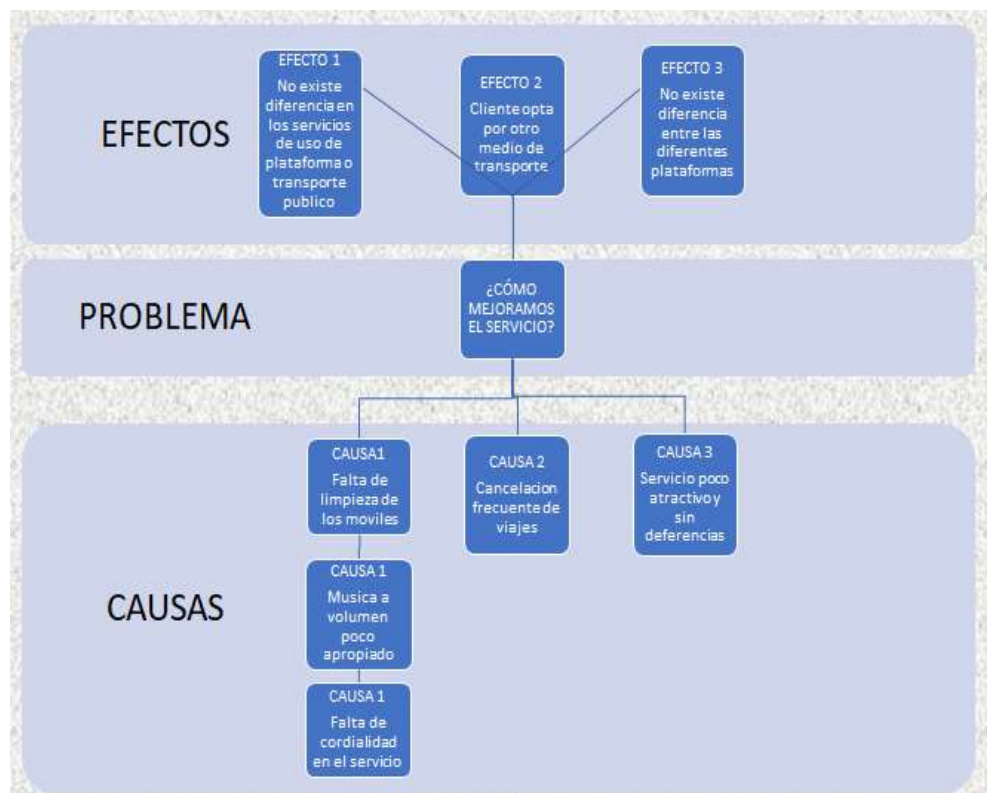
**La pregunta de problematización en este caso es: ¿cómo mejorar el servicio de las plataformas digitales?**

Al comenzar el servicio de las plataformas se puede observar que muchos clientes optaron por estas debido a las mejoras que existían en el servicio respecto al transporte tradicional, en cuanto a precios, atención y servicio. Sin embargo, en mi caso personal, me he dado cuenta de que este servicio diferenciador es cada vez menos frecuente, en mi caso, al utilizar el servicio, me han tocado móviles sucios, conductores que utilizan la música a muy alto volumen y cuando solicitas que la bajen solo lo hacen por un momento y en otras situaciones en que conducen a muy alta velocidad. Esta experiencia la he podido comprobar con gente cercana que utiliza el servicio y que además sufren reiteradas cancelaciones de los viajes cuando se comprueba que el medio de pago es tarjeta de crédito en lugar de efectivo.

De acuerdo a lo aprendido en el módulo de Branding, antes de este módulo de estudio, siempre entendí la importancia de crear lealtad en los clientes para lograr fidelización, la importancia de una adecuada estrategia de marketing para darse a conocer, entre otras medidas que son conocidas a grandes rasgos, sin embargo, este ramo me ha permitido interiorizar los contenidos y comprender que una correcta estrategia de branding es fundamental para lograr fidelización y lealtad de los clientes,

no obstante, esto no es algo que se logre de un día para otro puesto que es muy importante que la empresa transmita coherencia a través de su marca, logo e imagen debido a que la imagen es la manera de cómo los clientes ven a la empresa y en base a esta imagen tomaran su decisión de compra.

Por otra parte, siempre sentí que estar en la mente de los consumidores era lo máximo que se podía aspirar como estrategia para una empresa, después de lo estudiado en branding, entiendo que existe un concepto mayor que se puede lograr y esto corresponde a crear Lovemark, cuyo concepto corresponde a que la marca además de estar instaurada en la mente de los consumidores logra estar en el corazón de los clientes, sin duda un lazo que les garantiza el éxito de la organización.



*Fuente: Elaboración Propia*

Mejorar la calidad del servicio que se entrega a los clientes es fundamental para lograr fidelizar a los clientes de este tipo de transporte, se pueden implementar diferentes acciones, las cuales no tienen costo ni requiere grandes esfuerzos por parte de los conductores, como lo es, mejorar la limpieza de los móviles, preguntar al cliente el volumen indicado de la música y el tipo de música que desea escuchar durante el viaje, consultar si la temperatura de la calefacción es adecuada, presentarse al momento de tomar al cliente, entre otras, son medidas simples y que se pueden implementar de manera inmediata.

Incentivos económicos para los conductores por parte de la empresa, enfocada a minimizar la cancelación de viajes, esto sería efectivo ante la cantidad de carreras que se cancelan a los clientes antes de comenzar un viaje, permitiendo reducir los tiempos de espera y molestia que esto puede ocasionar a los usuarios.

Incentivos de viajes gratis (con topes de costo establecidos) a los usuarios al cumplir cierta cantidad de usos durante un cierto período de tiempo es una alternativa que no requiere de gran inversión para la empresa, sin embargo, permitiría fidelización de los clientes y preferencia al momento de viajar.

### **Aplicación de las 5 fuerzas de Porter**

- Poder de negociación de los clientes: En este tipo de servicio de transporte se puede observar que no existe poder negociador por parte de los usuarios, esto se debe a que los precios son los que entrega la plataforma digital por trayecto y es el cliente es quien decide si optar por el servicio de acuerdo con el precio

establecido o bien no tomarlo, sin embargo, no está la posibilidad de negociar el valor del servicio.

- Poder de negociación con los proveedores: En este caso, las aplicaciones cuentan con la posibilidad de negociar con sus proveedores que en este caso serían los conductores, quiénes además de realizar el servicio, ponen su vehículo a disposición para trabajar.

En este sentido, la empresa puede negociar comisiones, incentivos, metas, entre otros factores que entreguen como resultado un mejor servicio, un ejemplo de ello es aumentar la comisión de acuerdo con la calificación realizada por el cliente, premios a quienes manejen los más bajos índices de cancelación de viajes, entre otros.

- Amenaza de nuevos competidores entrantes: Si bien este mercado se encuentra en pleno desarrollo, en un comienzo este tipo de transporte no se encontraba regularizado, sin embargo, en la actualidad la nueva regularización de la ley Uber 2021 puede ser un incentivo para que cada vez sean más las empresas que deseen desarrollarse en este tipo de mercado.
- Amenaza de productos sustitutos: Es un mercado que cuenta con servicio de transporte público disponible en un horario extenso, es por ello la importancia de entregar un servicio diferente que le permita cautivar a sus clientes y fidelizarlos.
- Rivalidad entre competidores: Claramente se pudo observar que la competencia más directa de este sistema de transporte fueron los taxis quienes hicieron “la guerra” a estas aplicaciones, en la actualidad esto es cada vez menos frecuente debido a la regularización que existe, sin embargo, siempre se debe considerar

como una competencia buscando superar la experiencia de los clientes en sus servicios.

### **Conclusión**

En el presente trabajo desarrollado, se analizó el mercado de las plataformas de transporte digital existentes en nuestro país, para ello se toma como referencias cuantitativas y cualitativas los datos entregados por estudio realizado por la Universidad de Chile en el cual se identifica ciertos factores que aportan información para analizar el mercado.

En base a esto se realiza la problematización enfocada en las falencias que presenta este tipo de servicio, se realiza esquema de árbol para poder describir el problema, causas y efectos en donde posteriormente se entregan alternativas y soluciones simples y viables de poder aplicar.

Para finalizar, se analizan las 5 fuerzas de Porter para analizar este tipo de mercado las cuales permiten identificar oportunidades y amenazas a considerar, con la finalidad de poder desarrollarse y mantener su crecimiento en la industria del transporte.

## **Actividad disciplinar Portafolio III: La búsqueda de alternativas**

### Introducción

Son muchas las consecuencias que ha dejado la pandemia mundial, gran cantidad del mercado se ha visto afectado, muchas empresas debieron cerrar sus puertas generando grandes cifras de cesantía, además de la gran incertidumbre respecto al futuro, afectando a grandes escalas la economía y el consumo.

En el caso de las entidades bancarias el escenario fue realmente preocupante, en donde la disminución en las ventas se pudo notar en todas las áreas.

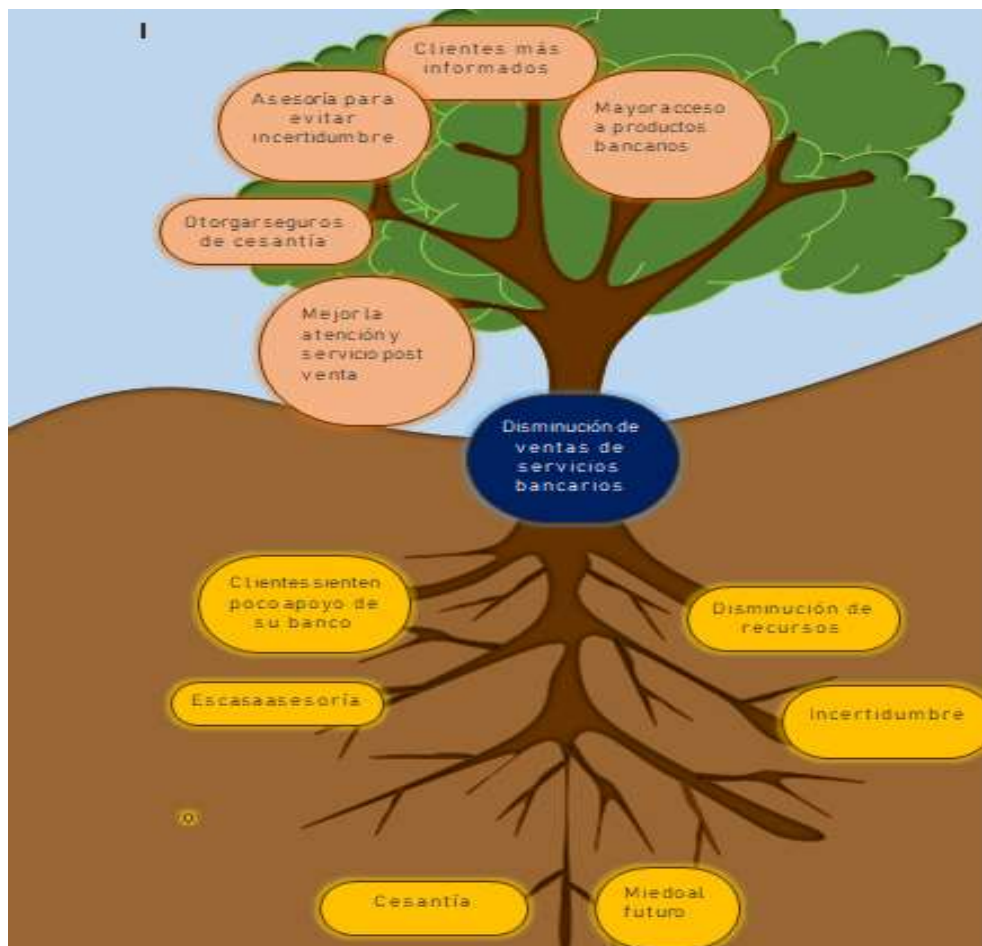
Es cierto que existen condiciones frente a las cuales no tenemos mucho por hacer, sin embargo, existen diversas medidas que se pueden tomar a la brevedad e incrementar aún más en tiempos de crisis.

Las variables del entorno y sus complejidades es algo a lo que siempre estaremos expuestos, sin embargo, la manera de afrontar estas situaciones es lo que permite a las empresas mantener la preferencia de sus clientes, desarrollarse y mantenerse vigentes.

### Árbol de objetivos

Al analizar y observar con atención todos los hechos acontecidos durante esta pandemia, sin duda a mi parecer son muchas las problemáticas que se podrían abordar a nivel mundial o país, sin embargo, por encontrarme muy relacionada al área de ventas de productos financieros, el objetivo general de este informa es: *La importante disminución de ventas de productos bancarios durante la pandemia*

Como futura ingeniera comercial egresada de Uniacc me siento comprometida en enfrentar situaciones adversas que se puedan ir generando en el transcurso de mi carrera, por lo que mis objetivos específicos se encienden enfocados en aumentar la venta de servicios y mejorar la relación con los clientes para lograr fidelización de su parte.



*Fuente: Elaboración Propia*



### Alternativas para cambiar situación actual a situación futura deseada

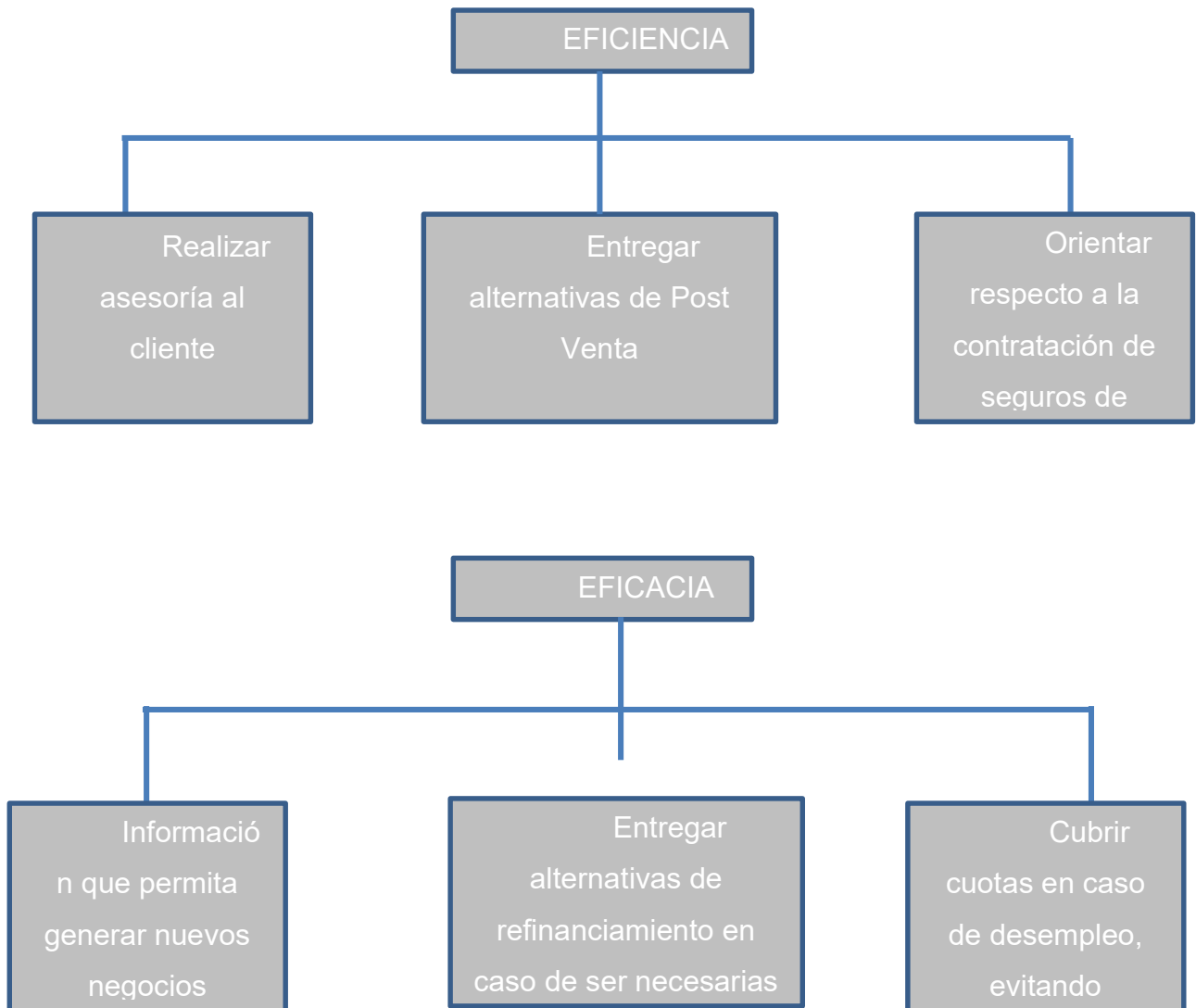
- Disminución de recursos: Frente a una Pandemia o cualquier acontecimiento negativo en la economía, se genera disminución de recursos, sin embargo, las entidades bancarias pueden realizar alternativas para que a los clientes se les permita continuar adquiriendo servicios bancarios, continuar con sus proyectos, especialmente cuando estos recursos se requieren para poder realizar algún emprendimiento o pymes.
- Incertidumbre: Entregar información a los clientes con la finalidad de dar a conocer la situación de manera clara sin generar pánico, sino más bien asesorando con relación a las futuras decisiones comerciales que el cliente desee tomar, de tal manera que les permita guiar su actuar.
- Cesantía: Si bien, no existe manera de poder evitar esta situación, será recomendable otorgar los productos con seguros de cesantía, si bien estos no son obligatorios de tomar para el cliente, se recomienda poder informar respecto a los beneficios asociados a la tranquilidad de tenerlos, para ello se pueden incorporar al momento de entregar un crédito de consumo, tarjetas de crédito y líneas de crédito, con la finalidad de resguardar la tranquilidad del cliente y los intereses del banco, la cual cubriría las cuotas por los meses que el cliente se encuentre sin trabajo.
- Mayor flexibilidad en políticas comerciales: Se entiende que en tiempos de crisis las entidades bancarias también se desean resguardar, sin embargo, es importante poder continuar realizando ventas, es por ello la necesidad de flexibilizar ciertas políticas de acuerdo a la situación actual, apelando a ciertos

criterios, como lo es la antigüedad del cliente en el banco, su comportamiento financiero, etc, Con la finalidad de poder ajustar la oferta a otorgar y no detener las ventas por la implementación de políticas extremas restrictivas.

- Mejor atención y servicio post venta: Este es un factor que depende totalmente de la gestión del banco y sus colaboradores, para ello se requiere capacitar al personal ante situaciones extremas como las que hemos podido observar a nivel mundial, en donde el enfoque debe ser la cordialidad e información, entregando las alterativas de refinanciamiento necesarias en caso de ser necesarias que le permitan al cliente poder continuar cumpliendo con sus compromisos financieros.

### Establecimiento de indicadores de eficiencia y eficacia

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, se analizan y se presentan los indicadores de eficiencia y eficacia.



*Fuente: Elaboración Propia*

Al ser eficientes en realizar un real asesoría al cliente, a través de la información, estará mejor informado permitiendo una mejor toma de decisiones, lo que se traduce en generar confianza para concretar negocios acertados de acuerdo a cada realidad del cliente.

Cuando somos eficientes en el servicio de post venta, acerca de las diferentes alternativas a las que el cliente puede acceder en caso de necesitar un refinanciamiento o reprogramación de cuotas, estos se sentirán agradecidos y continuarán fidelizados con la organización, debido a que recibieron apoyo cuando lo necesitaron.

Al orientar adecuadamente acerca de los seguros asociados, permite al cliente obtener mayor tranquilidad al momento de tomar un crédito, evita morosidades e incrementa las utilidades del banco.

### Análisis FODA

La Fortaleza es ser uno de los bancos más grandes del país

Oportunidades de mejorar en el servicio y apoyo a los clientes

Las debilidades corresponden al mal servicio que tuvo en tiempos de crisis con sus clientes

Amenazas de la fuerte competencia en el mercado financiero y la gran incertidumbre en economía

*Fuente: Elaboración Propia*

De acuerdo con el análisis FODA realizado, se observa que su gran fortaleza es ser uno de los bancos más grandes a nivel nacional, gran publicidad y mayor cantidad de sucursales a lo largo del país. Por su parte las oportunidades son mejorar su servicio, a través de la información y mayores oportunidades en tiempos de crisis que le permitan dar soluciones reales para fidelizar a sus clientes.

Las grandes debilidades fue no entregar el mejor servicio que permitiera a sus clientes mantenerlos informados, además de la inflexibilidad en sus políticas lo cual detuvo aún más las ventas e incrementó el malestar de los clientes y en el caso de las amenazas, la competencia es cada vez mayor y adquiere más fuerza, además, existe una incertidumbre mayor en la economía mundial post pandemia, actual guerra, etc.

### Conclusión

En el presente trabajo, se realiza un árbol de objetivos, en donde se presentan las causas de los problemas y a lo que se espera llegar después aplicando las medidas necesarias que permita revertir la situación.

Existen variados recursos que como empresas del mercado financiero se pueden realizar, en donde la comunicación, orientación e información, son claves para lograr cambiar la situación de los clientes.

Se establecen indicadores de eficiencia y eficacia que permiten a la organización obtener mejores resultados para la empresa y sus clientes.

Para concluir, se realiza un análisis FODA que permite apreciar las fortalezas asociadas a su presencia en el mercado, oportunidades de mejorar en el servicio para

aumentar y fidelizar a sus clientes, las grandes debilidades que se pudieron observar en el proceso, de las cuales se debe aprender para corregir y las amenazas a las que como banco se encuentra expuesta en un mercado altamente competitivo.

#### **Actividad disciplinar Portafolio IV: Especificación de las alternativas de solución**

### **INTRODUCCION**

De acuerdo a lo aprendido en mis cinco años como ejecutiva de cuentas, en donde he trabajado para dos bancos, he logrado ver las debilidades que existe en el sistema post venta de los clientes nuevos, en donde una vez que esta apertura sus productos (cuenta corriente, créditos, etc.) son en cierta manera “abandonados” y solo son contactados cuando se les desea vender un nuevo producto como seguros, créditos, inversiones, etc.

Es necesario mencionar, que los ejecutivos son reconocidos y premiados de acuerdo a las ventas realizadas, es por ello que la atención post venta es totalmente descuidada y se “asume” que los clientes tienen manejos de uso y conocimiento del tema. Es posible encontrar reclamos en la web como este: “cada vez que he necesitado ayuda de mi ejecutivo asignado o no está disponible o me manda a llamar al call center” (Reclamos.cl; 2022)

Si se considera que los todos bancos en nuestro país ofrecen prácticamente lo mismo en relación a productos, servicios y programas de puntos, nos permite entender que cada institución es más de lo mismo...

Un servicio post venta de excelencia es la gran diferencia para lograr fidelizar, mantener y ser recomendados, permitiendo distinguirse entre la competencia.

Lo que se busca en este trabajo, es implementar metodologías que permitan dar solución frente a la problemática **¿Cómo mejorar la experiencia de compra de los nuevos clientes de Banco Itaú?**

## DESARROLLO

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

Ante la problemática detectada ¿Cómo mejorar la experiencia de compra de los nuevos clientes de Banco Itaú? Se plantean las siguientes metodologías apoyados por los conocimientos adquiridos especialmente en módulo de *Conducta del consumidor*.

El objetivo de las metodologías presentadas, tienen como propósito entregar una mayor asesoría a los nuevos clientes que se suman a diario a banco Itaú, en donde se sientan orientados, acompañados e importantes a través de una atención única en el mercado.

- “La innovación ha sido clave en el consumo como motor de crecimiento” (UNIACC; 2016), por lo que se propone Implementación de material interactivo en la página y aplicación del banco: Considerando el gran uso de la tecnología y el segmento objetivo, se propone implementar dentro de la página, material de fácil acceso pensado en los nuevos usuarios, en el cual de describan las

características de los productos, costos y beneficios, permitiendo realizar *simulaciones* de transferencias, tomar fondos mutuos, simular un crédito, pagar tarjeta de crédito, etc. La plataforma procede a mostrar el procedimiento paso a paso.

El plazo para realizar esta implementación será de 30 días.

- Capacitación de los ejecutivos de venta en asesoría y acompañamiento post venta: Se requiere capacitar y crear un nuevo enfoque en los ejecutivos de fuerza de ventas para crear una real conciencia en la importancia de acompañar a los clientes en este proceso, en donde no solo será evaluado por sus ventas, sino también por la calidad de atención recibida de sus clientes.

El plazo estipulado para capacitaciones será de 21 días.

- Se realizará la implementación de encuestas al 100% de los 33.000 nuevos clientes que se tiene presupuestados para el área de fuerza de ventas el año 2023. Estas permitirán evaluar la atención del ejecutivo con relación a la asesoría entregada hasta con un plazo posterior a tres meses.

Las encuestas llegarán al correo del cliente y también disponibles para responder a través de la aplicación del banco.

El plazo para la implementación de encuestas es de 21 días en manera conjunta con la creación del material interactivo de la página.

El trabajo será coordinado por el área de capacitación del banco, quienes se contactarán con los supervisores de cada equipo para coordinar las actividades.



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

La reestructuración de la página con el recurso interactivo de uso, estará a cargo del departamento de tecnología de la empresa, su implementación es de un costo inferior a \$3.500.000.

Las capacitaciones para los ejecutivos de ventas serán realizadas por el área de capacitación y se realizarán de manera presencial en sus salas de auditorium destinada para estos efectos. Conformados por equipos de 20 personas por jornada con la duración de dos días laborales para cada grupo. Esta implementación no requiere mayor desembolso de recursos, puesto que son instalaciones y personal que el banco posee para su funcionamiento.

La habilitación de encuestas se encuentra dentro de la implementación de la página interactiva, por lo que su costo es parte del ítem anteriormente expuesto. Sin embargo, las respuestas de los clientes influirán en la evaluación de desempeño semestral de ejecutivo, ponderando un 50% calidad de atención y 50% ventas.

La coordinación para destinar a dos ejecutivos de cada equipo para asistir a capacitaciones estará a cargo del supervisor, quien debe mantener al resto del equipo en funciones normales para no alterar la producción de ventas.

Los supervisores de cada equipo además tendrán la responsabilidad de analizar los resultados de las evaluaciones de clientes de manera mensual para controlar que el nuevo modelo de atención se cumpla y corregir errores.

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

Mi experiencia como ejecutiva de cuentas me ha permitido detectar grandes debilidades en servicio post venta, puesto que el enfoque de los ejecutivos en principalmente vender y si posteriormente el cliente es contactado, es nuevamente para ofrecer un producto adicional, despreocupando por completo el servicio post venta y se asume que el cliente tiene un gran manejo de los productos y términos, sin embargo, es muy común que los clientes no sepan cómo activar sus productos, cómo pagar su tarjeta de crédito, a qué se refiere pago mínimo o la tasa de interés que existe en cada compra a crédito, lo que hace necesario educarlos en este ámbito.

He tenido la posibilidad de escuchar los principales reclamos de los clientes quienes indican sentirse solo como un número más para la empresa, en donde el rubro es igual uno del otro y no existe una verdadera asesoría.

Al analizar esta situación, comencé a realizar pequeños cambios en mi atención, tales como llamadas relacionales sin ofrecer algún producto adicional, apoyando en el proceso de activación de la cuenta, enseñando a utilizar la aplicación, explicando los motivos de las alzas de tasas de interés para controlar la inflación, etc.

Producto de mi cambio de atención post venta, me ha permitido una mejor relación con los clientes quienes me han recomendado a otros conocidos, permitido aumentar mi producción mensual en casi un 20% mensual durante los últimos tres meses.

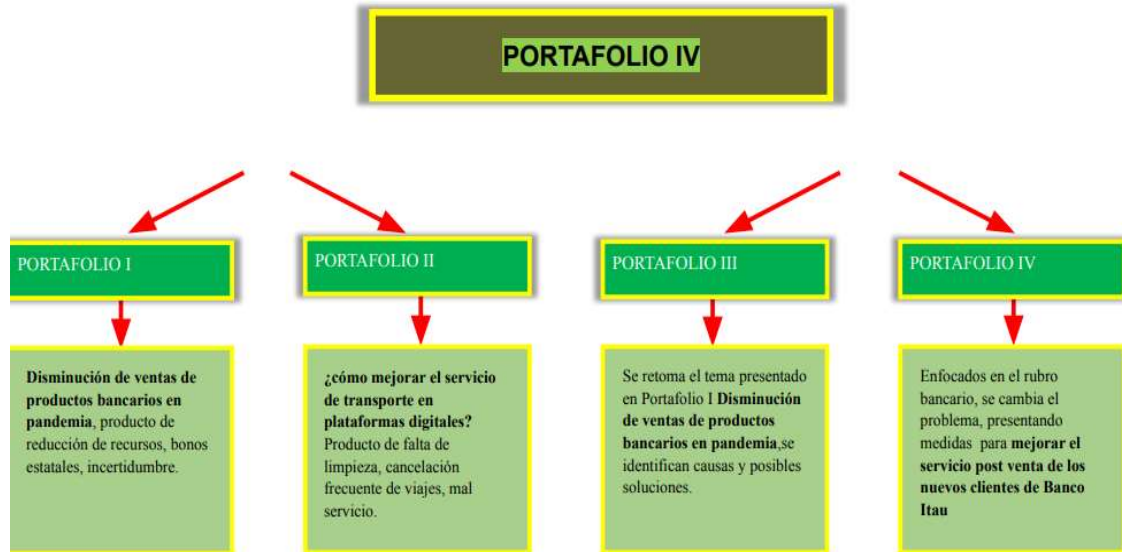
Las encuestas que se realicen permitirán conocer el grado de satisfacción en relación a su asesoría post venta, tanto por parte del ejecutivo como por las herramientas interactivas disponibles, para ello se realizaran preguntas cerradas que califiquen la atención y uso de plataforma, como también preguntas abiertas que el cliente podrá responder, realizar sugerencias y sus expectativas de atención.

Lo planteado, nos permite medir si la intervención para mejorar el servicio está siendo valorado por los clientes, poder diferenciarnos del mercado financiero, esperando incrementar ventas sobre un 20% y llegar a posicionarnos en la mente y corazón de los clientes.

“La globalización, la amplitud del mercado, los constantes cambios del entorno, la creciente competencia, provocan que la satisfacción de los consumidores resulte cada vez más relevante, dado que está estrechamente relacionada con la lealtad y permanencia de los consumidores” (UNIACC;2016)

Dado lo anterior, se recomienda a la empresa tomar las medidas propuestas y mejorar el servicio post venta que cada vez es más valorado por los clientes, superando las expectativas, permitiendo crear verdaderos seguidores, que nos recomiendan y se fidelizan cada día.

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



*Fuente: Elaboración Propia*

## CONCLUSIÓN

“Es fundamental brindar experiencias memorables a los clientes y el servicio al cliente tiene un rol preponderante en esta relación.” (UNIACC; 2016)

Crear experiencias de atención únicas, en donde el cliente es el centro de nuestra atención, es lo que nos permitirá ser reconocidos en el mercado como una institución que acompaña a sus clientes, ocupándose de entregar asesoría y ayuda de manera clara, simple y oportuna

Se proponen simples medidas en función en una estrategia de calidad de servicio para los nuevos clientes de Banco Itaú, creando un grado de valor para la organización, confianza, lealtad, lo cual es un potenciador que atrae mayor cantidad de clientes y fideliza a los existentes.

Además de implementar las medidas planteadas, es necesario mantener la calidad de atención en el tiempo, analizar encuestas y realizar las mejoras necesarias de acuerdo a lo manifestado por los clientes, creando una verdadera “cultura de calidad” (Horovitz, J. 2000).

La calidad en el servicio entregado es una poderosa herramienta para crecer, diferenciarse y aumentar sus utilidades en base al reconocimiento de sus clientes.