



Evaluación Semana IV, Uniacc.

ACTIVIDAD SEMANA IV

PORTAFOLIO I – GLOSARIO DE TERMINOS

Carlos Santibáñez Buccioni

Universidad Uniacc

Profesor, Francisco Gallardo González

11 de septiembre de 2017

DESARROLLO DE LOS CONCEPTOS

Economía

- 1) **Macroeconomía:** La Macroeconomía estudia la economía desde un punto de vista más amplio, tiene que ver más con el crecimiento en la economía de un país, el desarrollo económico a través de los factores principales de ingresos que tiene un país, los agentes económicos que afectan no al individuo si no a la sociedad, como son la educación, la tecnología, la salud, etc.

- 2) **Inflación:** La inflación es una diferencia o un desequilibrio en la balanza que genera la oferta y la demanda. Esta causa una subida sostenida en los precios lo que hace también que el dinero se desvalore.

- 3) **Microeconomía:** Es la que estudia la economía a nivel de los individuos, consumidores, familia, las empresas y el comportamiento que tienen estos dentro de una Sociedad y como se relacionan y comportan estos entre si e interfieren en la Economía Global.

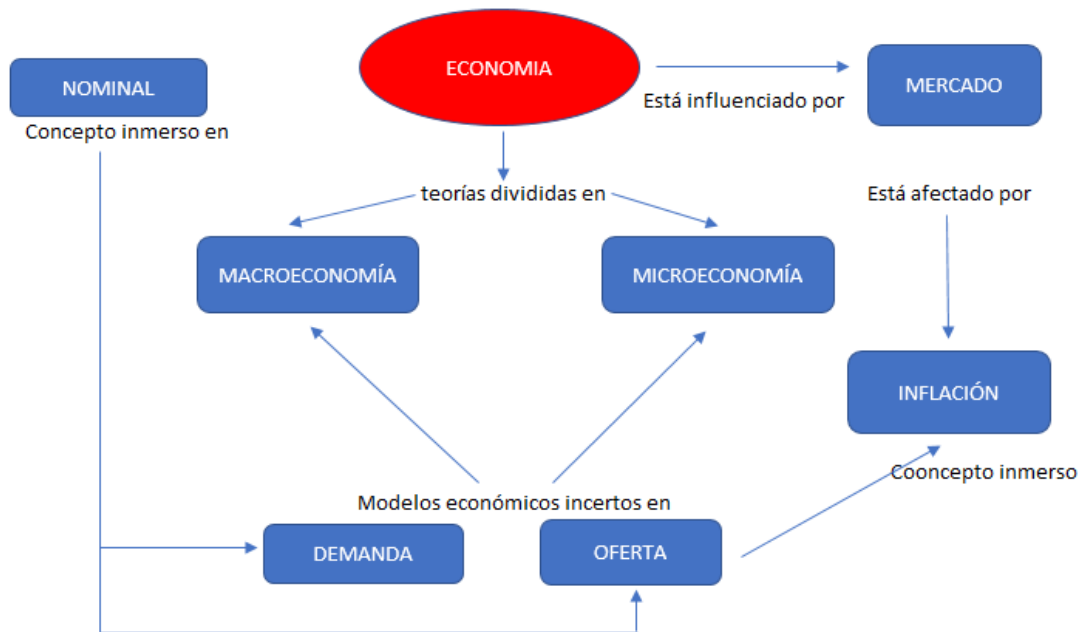
- 4) **Nominal:** En sencillas palabras podemos decir que es el valor teórico de cualquier cosa que pueda ser cuantificable y medible, es contrario al valor real ya que el valor nominal de algo es un supuesto, un desconocido.

- 5) **Mercado:** En economía, es un lugar no tangible donde se transan o se generan movimientos comerciales y transacciones de intercambios de bienes y servicios a cambio de unidades monetarias, entre individuos o entidades.

- 6) **Demanda:** Es la cantidad de uno o más bienes que los consumidores están dispuestos a consumir o necesitan de esos bienes y que pueden ser adquiridos dentro del mercado a un precio determinado.

7) **Oferta:** Son los bienes y servicios que están disponibles en el mercado y que tienen un valor dentro del mercado y satisfacen la demanda de los consumidores.

Mapa conceptual



Administración

- 1) **Administración:** Es una disciplina que se preocupa o encarga de la coordinación eficaz y eficiente de los recursos que tenga una organización una sociedad o cualquier grupo de individuos, con el fin de lograr sus objetivos de la mejor manera.

- 2) **Algoritmo:** Es un conjunto de pasos, deben estar ordenados para poder resolver un problema, así como una fórmula matemática.

- 3) **Competitividad:** Capacidad que tiene un individuo, entidad o país de obtener rentabilidad necesaria para mantener un proyecto en el largo plazo o sencillamente para poder enfrentar otros individuos o empresas que estén en un mismo sector económico y compartan un mercado o grupo de consumidores o clientes.

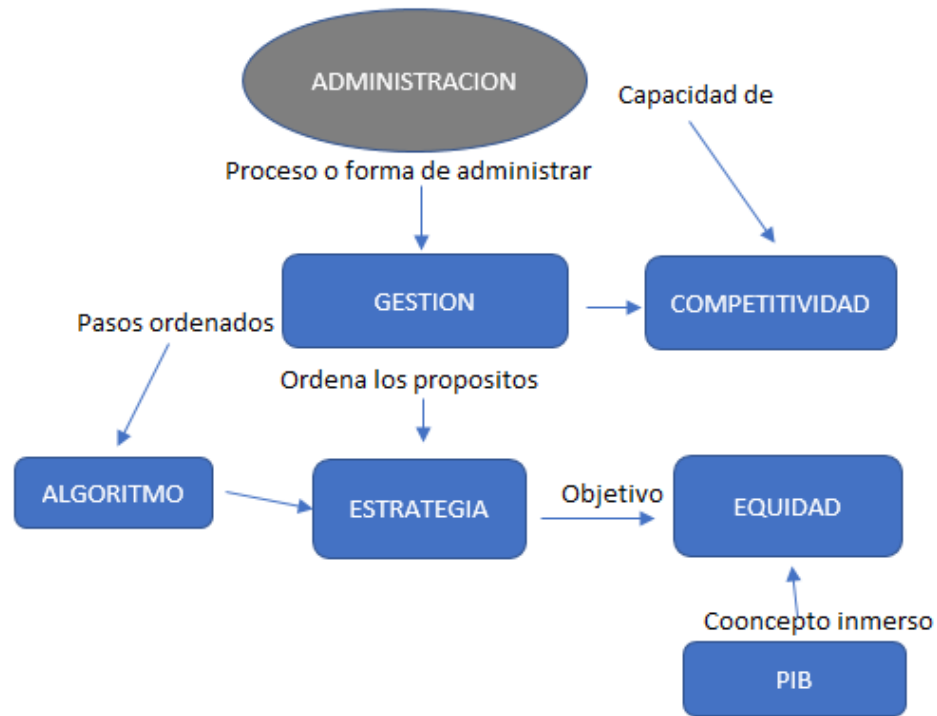
- 4) **Equidad:** Distribución justa de los recursos.

- 5) **Estrategia:** Esquema que ordena los propósitos u objetivos de una empresa o individuo para conseguir los propósitos de corto o largo plazo, también se puede decir que es la manera de cómo se organizan los recursos para la consecución de los objetivos.

- 6) **Gestión:** Proceso que realiza una o más personas para la coordinación de las actividades de otros individuos, debe ser un proceso favorable y óptimo para efectuar las actividades u operaciones.

- 7) **PIB:** Producto Interno Bruto, que es la medición de los factores de producción, trabajo y bienes, dentro de un país.

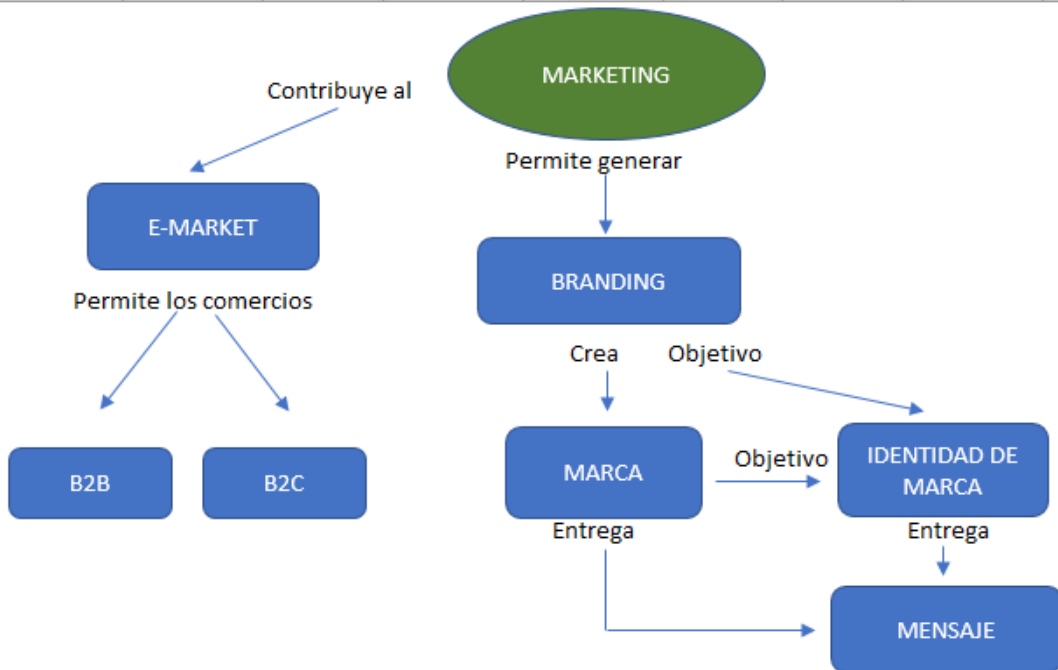
Mapa Conceptual



Marketing

- 1) **Branding:** Tiene que ver con todo lo que es la creación, gestión y valor de una marca con el fin de aumentar la rentabilidad de ésta.
- 2) **Marca:** Señal que permite identificar comercialmente algún bien o producto, esta puede ser a través de un nombre que entregue información de lo que queremos dar a conocer en el mercado.
- 3) **Mensaje:** es la información entregada a través de la comunicación, esta puede ser verbal, escrita, no muy extensa y centrada en lo que se quiere informar. El mensaje debe transmitirse a través de un canal de comunicación y debe existir un emisor y un receptor.
- 4) **Identidad de Marca:** Es el esfuerzo que hace una marca para que sea percibida de una manera determinada, es como quiere que la vean y como se quiere dar a conocer, para ello ejecuta estrategias para que el público o los consumidores logren quedarse con ese concepto.
- 5) **B2C:** Es todo el comercio realizado por internet, venta y oferta de productos y servicios, la publicidad, se resume en la transacción de una compra o venta entre un vendedor y un consumidor final efectuada a través de internet.
- 6) **B2B:** Es todo el comercio realizado por internet, venta y oferta de productos y servicios, la publicidad, se resume en la transacción de una compra o venta entre empresas efectuada a través de internet.
- 7) **E-Market:** Es un mercado electrónico donde los vendedores ya sean empresas o individuos hacen sus ofertas y los compradores hacen sus demandas, todo en un mundo virtual y a través de la web donde no hay contacto físico salvo en algunos casos en la entrega del producto.

Mapa Conceptual



Conclusión

Podemos concluir que nos faltarían conectores entre los distintos conceptos presentados, ya que de una u otra forma se relacionan entre sí y entre las diferentes áreas (Economía, Administración y Marketing), la importancia de la presentación realizada es que, cada concepto colabora con el mejor entendimiento de las materias estudiadas, la función que cumple y se puede apreciar de manera gráfica su espacio dentro de los temas tratados.

Creo que generar un mapa conceptual contribuye tanto al entendimiento, como al orden y estudio de cualquier tema que se quiera abordar.

Bibliografía

Lea de las semanas de estudio

www.wikipedia.org

<https://www.gestiopolis.com/conceptos-basicos-de-economia/>

<http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=133423>

<https://www.gestiopolis.com/conceptos-basicos-de-marketing/>

<http://pes.uniacc.cl/mod/resource/view.php?id=1449528>

CASO PRÁCTICO PORTAFOLIO II

Carlos Santibáñez Buccioni

Profesor: Francisco Gallardo González

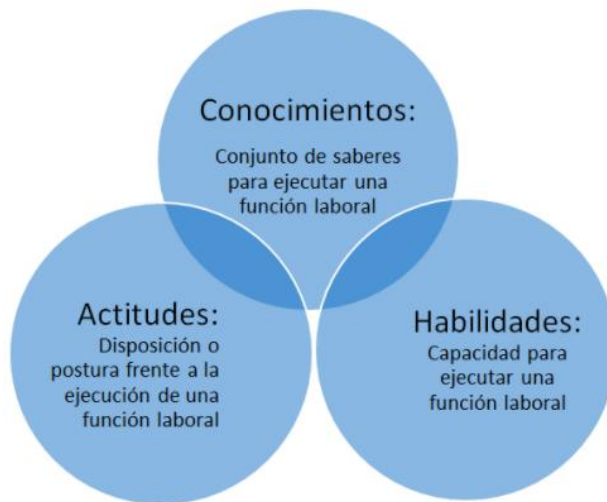
20 de noviembre de 2017

COMPETENCIAS LABORALES, ¿DE QUÉ NOS DEBEMOS PREOCUPAR?

Cada día, desde que nos despertamos en la mañana, la mayoría de las personas que trabajamos hoy en Chile, nos enfrentamos a una jornada laboral donde nos debemos enfrentar con las competencias, y no hablo de una competencia desleal por parte de nuestros colegas, si no que de las competencias o habilidades que debemos tener y que debemos mejorar o potenciar día a día.

Entendamos entonces que son las competencias. Las Competencias Laborales, según la Ley 20.267, son todas las actitudes, conocimientos y destrezas necesarias para cumplir exitosamente las actividades que componen una función laboral, según estándares definidos por el sector productivo.

Graficadas para un mejor entendimiento:





Entonces, ¿debemos realmente preocuparnos por mejorar nuestras competencias?, ¿será una causal de quedar obsolescencia si el trabajador no incrementa constantemente sus competencias?

En un mercado altamente competitivo, con avances constantes en leyes, tecnologías, normas, productos, intereses, preferencias, objetivos y un montón de etcéteras, podemos decir que es necesario que el trabajador permanentemente se preocupe tanto de sus competencias técnicas como en sus competencias blandas,

con esto tendrá la capacidad de:

- Interpretar situaciones
- Resolver problemas
 - Saber por qué
 - Saber qué
 - Saber hacer
 - Saber ser
- Obrar con fundamento y creatividad
 - Liderar

Con esto el trabajador tendrá muchas ventajas tanto en su desarrollo personal como profesional, será capaz de generar un trabajo mas fluido y transparente, minimizar los riesgos de discriminación, generar mejores elementos de negociación laboral, autoestima, etc.

En definitiva mas que un riesgo o una constante preocupación en el sentido de stress por parte del trabajador, podemos entender que sí debe estar atento a los constantes cambios e innovaciones en el ámbito laboral, estar en constante capacitación, con una motivación e interés por mejorar, le entregará al trabajador herramientas de ventajas comparativas frente a la postulación de nuevos empleos, en la consecución de objetivos planteados, lo que por consecuencia entregará un valor a su sociedad y al desarrollo productivo, cultural y educacional de su país.

Fuentes

<http://www.chilevalora.cl/competencias-laborales/>
https://es.slideshare.net/arenasalmu/esquemas-competencias-y-subcompt?next_slideshow=1
<http://www.competencialaboral.cl/>



Evaluación Semana IV, Uniacc.

ACTIVIDAD SEMANA IV

PORTAFOLIO III – GLOSARIO DE TERMINOS

Carlos Santibáñez Buccioni

Universidad Uniacc

Profesor, Francisco Gallardo González

02 de abril de 2018

DESARROLLO DE LOS CONCEPTOS

ECONOMÍA

- 1) ARANCEL: Impuesto a las importaciones
- 2) BANCO CENTRAL: Institución gubernamental que controla la política monetaria en la mayor parte de los países
- 3) COSTOS VARIABLES: Costos de producción que varían por la cantidad de producción
- 4) DUMPING: Ocurre cuando empresas extranjeras venden bienes a un precio por debajo de su costo promedio o por debajo del precio existente en el país de origen.
- 5) ESCASEZ: Situación en que la cantidad de recursos es insuficiente para cubrir todas las necesidades.
- 6) FUERZA DE TRABAJO: La constituyen todos aquellos empleados y desempleados, todos aquellos que pueden trabajar.
- 7) PRONÓSTICO: En economía es la predicción de una variable económica, como por ejemplo el PIB

FINANZAS

- 1) ACREEDOR: Persona jurídica a quien se le debe dinero por la venta esporádica de un bien o por la prestación de un servicio.
- 2) BUDGET: Presupuesto, detalle de los gastos para desarrollar una operación.

- 3) **DEPÓSITO A PLAZO:** Dinero depositado en una entidad que genera intereses para el ahorrador, siempre y cuando éste no retire el dinero antes de la fecha que se ha estipulado para el retiro.
- 4) **GARANTÍA:** Consiste en el aseguramiento de una obligación principal, por ejemplo, mediante un documento suscrito por un tercero para garantizar a un banco que un cliente va a pagar un crédito. También se denomina garantía al conjunto de bienes con los que responder en caso de incumplir las condiciones pactadas del crédito.
- 5) **INVERTIR:** Destinar el ahorro a la compra de bienes muebles o inmuebles, o de activos financieros, para obtener de ellos una rentabilidad.
- 6) **OBLIGACIÓN:** concepto financiero que representa una deuda a corto o largo plazo de una sociedad o persona con el propietario de la obligación.
- 7) **RATIO:** Indicador que permite a través de un ejercicio matemático, comparar el comportamiento de diversas variables.

MARKETING

- 1) **BRAND ASSET VALUATOR (BAV):** Evaluador de una marca. Sistema que mide el posicionamiento de las diferentes marcas y categorías, así como su desarrollo.
- 2) **CANAL DE DISTRIBUCIÓN:** El camino seguido por el producto, a través de los intermediarios, desde el productor al consumidor final.
- 3) **ENCUESTA:** Estudio de investigación de mercado que se desarrolla preguntándoles a los participantes asuntos concretos. Tiene la finalidad de conseguir información sobre actitudes, motivos y opiniones. Esta clase de estudios se efectúan en visitas personales, por teléfono o por correo.
- 4) **EXTENSIÓN DE MARCA:** Línea de producto adicional que se comercializa bajo un mismo nombre de marca

- 5) DESARROLLO DE LA MARCA: Procesos de enseñar a los consumidores a asociar una palabra o frase con alguna propuesta de valor nueva.
- 6) FLANGER: Placa con el nombre o logo de la marca ubicada en la entrada de algunos puntos de venta, de forma perpendicular a la pared.
- 7) POP UP: Ventana emergente que aparece en la pantalla del computador. Los anuncios en pop-ups se utilizan mucho para hacer publicidad en la web, aunque la publicidad no es el único uso de estas ventanas pop-up.



Evaluación de la semana VII, Uniacc.

EVALUACIÓN DE LA SEMANA VII

GLOSARIO
PORTAFOLIO IV

Carlos Santibáñez Buccioni

Universidad Uniacc

Profesor, Francisco Gallardo González

11 de junio de 2018

DESARROLLO

GLOSARIO PORTAFOLIO I

ECONOMÍA

- 1) **MACROECONOMÍA:** La Macroeconomía estudia la economía desde un punto de vista más amplio, tiene que ver más con el crecimiento en la economía de un país, el desarrollo económico a través de los factores principales de ingresos que tiene un país, los agentes económicos que afectan no al individuo si no a la sociedad, como son la educación, la tecnología, la salud, etc.

- 2) **INFLACIÓN:** La inflación es una diferencia o un desequilibrio en la balanza que genera la oferta y la demanda. Esta causa una subida sostenida en los precios lo que hace también que el dinero se desvalore.

- 3) **MICROECONOMÍA:** Es la que estudia la economía a nivel de los individuos, consumidores, familia, las empresas y el comportamiento que tienen estos dentro de una Sociedad y como se relacionan y comportan estos entre si e interfieren en la Economía Global.

- 4) **NOMINAL:** En sencillas palabras podemos decir que es el valor teórico de cualquier cosa que pueda ser cuantificable y medible, es contrario al valor real ya que el valor nominal de algo es un supuesto, un desconocido.

- 5) **MERCADO:** En economía, es un lugar no tangible donde se transan o se generan movimientos comerciales y transacciones de intercambios de bienes y servicios a cambio de unidades monetarias, entre individuos o entidades.

- 6) **DEMANDA:** Es la cantidad de uno o más bienes que los consumidores están dispuestos a consumir o necesitan de esos bienes y que pueden ser adquiridos dentro del mercado a un precio determinado.
- 7) **OFERTA:** Son los bienes y servicios que están disponibles en el mercado y que tienen un valor dentro del mercado y satisfacen la demanda de los consumidores.

ADMINISTRACIÓN

- 1) **ADMINISTRACIÓN:** Es una disciplina que se preocupa o encarga de la coordinación eficaz y eficiente de los recursos que tenga una organización una sociedad o cualquier grupo de individuos, con el fin de lograr sus objetivos de la mejor manera.
- 2) **ALGORITMO:** Es un conjunto de pasos, deben estar ordenados para poder resolver un problema, así como una fórmula matemática.
- 3) **COMPETITIVIDAD:** Capacidad que tiene un individuo, entidad o país de obtener rentabilidad necesaria para mantener un proyecto en el largo plazo o sencillamente para poder enfrentar otros individuos o empresas que estén en un mismo sector económico y compartan un mercado o grupo de consumidores o clientes.
- 4) **EQUIDAD:** Distribución justa de los recursos.
- 5) **ESTRATEGIA:** Esquema que ordena los propósitos u objetivos de una empresa o individuo para conseguir los propósitos de corto o largo plazo, también se puede decir que es la manera de cómo se organizan los recursos para la consecución de los objetivos.

- 6) **GESTIÓN:** Proceso que realiza una o más personas para la coordinación de las actividades de otros individuos, debe ser un proceso favorable y óptimo para efectuar las actividades u operaciones.
- 7) **PIB:** Producto Interno Bruto, que es la medición de los factores de producción, trabajo y bienes, dentro de un país.

MARKETING

- 1) **BRANDING:** Tiene que ver con todo lo que es la creación, gestión y valor de una marca con el fin de aumentar la rentabilidad de ésta.
- 2) **MARCA:** Señal que permite identificar comercialmente algún bien o producto, esta puede ser a través de un nombre que entregue información de lo que queremos dar a conocer en el mercado.
- 3) **MENSAJE:** es la información entregada a través de la comunicación, esta puede ser verbal, escrita, no muy extensa y centrada en lo que se quiere informar. El mensaje debe transmitirse a través de un canal de comunicación y debe existir un emisor y un receptor.
- 4) **IDENTIDAD DE MARCA:** Es el esfuerzo que hace una marca para que sea percibida de una manera determinada, es como quiere que la vean y como se quiere dar a conocer, para ello ejecuta estrategias para que el público o los consumidores logren quedarse con ese concepto.
- 5) **B2C:** Es todo el comercio realizado por internet, venta y oferta de productos y servicios, la publicidad, se resume en la transacción de una compra o venta entre un vendedor y un consumidor final efectuada a través de internet.

- 6) B2B: Es todo el comercio realizado por internet, venta y oferta de productos y servicios, la publicidad, se resume en la transacción de una compra o venta entre empresas efectuada a través de internet.

- 7) E-MARKET: Es un mercado electrónico donde los vendedores ya sean empresas o individuos hacen sus ofertas y los compradores hacen sus demandas, todo en un mundo virtual y a través de la web donde no hay contacto físico salvo en algunos casos en la entrega del producto.

GLOSARIO PORTAFOLIO II

ECONOMÍA

- 1) AHORRO NACIONAL: el ingreso agregado menos el consumo de las compras del gobierno.

- 2) BANCO CENTRAL: Institución gubernamental que controla la política monetaria en la mayor parte de los países.

- 3) COSTOS FIJOS: Costos de producción que no dependen de la cantidad de producción.

- 4) COSTO MARGINAL: El cambio en el costo total debido al cambio en una unidad de la cantidad producida.

- 5) DINERO: Cualquier cosa o instrumento de aceptación general como medio de intercambio.

- 6) EXCEDENTE: Situación en que la cantidad ofrecida es mayor a la demandada. Sobrante de algo en medición.

- 7) **POLÍTICA FISCAL:** Planes gubernamentales para los gastos, los impuestos y los préstamos.

FINANZAS

- 1) **ACCIONISTA:** Es el titular de las acciones, puede ser el co-propietario de una empresa.
- 2) **BALANCE:** Documento contable que indica la situación económica y financiera de una organización a una fecha determinada.
- 3) **COMISIÓN:** Es una retribución fija o variable que perciben los agentes financieros por sus servicios. La comisión puede ser la que cobran los bancos por los movimientos en las cuentas, o bien la ganancia obtenida por las personas por el desarrollo o la ejecución de un trabajo, por ejemplo, un agente de ventas.
- 4) **DEPRECIACIÓN:** Reducción del valor de un bien.
- 5) **INTERÉS:** Cantidad que se obtiene o paga como remuneración de un crédito o un depósito. También puede ser la retribución que se recibe por una inversión. El interés es mayor cuanto mayor es el plazo en el que se realiza la inversión o el pago de algún préstamo.
- 6) **LIQUIDEZ:** es la facilidad de un activo para convertirse en dinero.
- 7) **PARTICIPACIÓN:** Cada una de las partes en el que se divide el patrimonio de una Sociedad.

MARKETING

- 1) **BANNER:** Espacio publicitario insertado en una página de internet, su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión.
- 2) **BROCHURE:** Folleto, catálogo, prospecto. Impreso para la presentación de productos y/o servicios.
- 3) **CRM, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT.** Un sistema integrado de información que se utiliza para planificar, programar y controlar las actividades de preventa y posventa en una organización. CRM abarca todos los aspectos de tratar con clientes y clientes potenciales, incluyendo el centro de llamadas, la fuerza de ventas, marketing, soporte técnico y servicio de campo. El objetivo principal de CRM es mejorar el crecimiento a largo plazo y la rentabilidad mediante una mejor comprensión del comportamiento de los clientes. CRM tiene como objetivo proporcionar información más eficaz y una mejor integración para medir mejor el retorno de la inversión (ROI) en estas áreas.
- 4) **ETIQUETA:** Identificador impreso en un empaque que contiene el nombre de marca, el del fabricante o distribuidor, los ingredientes del producto y los usos sugeridos.
- 5) **FAMILIA DE MARCAS.** Nombre de marca utilizado para identificar los numerosos productos de un solo fabricante.
- 6) **LOGOTIPO:** Abreviado "Logo". Es la marca, el símbolo de una empresa.
- 7) **TRADE MARKETING.** Consiste en la aplicación de la gestión de mercadeo a los distribuidores. Esto es consecuencia de la voluntad por parte de los fabricantes de integrar objetivos e información con los distribuidores, a fin de obtener beneficios para ambos. Elemento de merchandising que persigue incrementar la

demanda a nivel del mayorista o distribuidor, en lugar de hacerlo al nivel de consumidor.

GLOSARIO PORTAFOLIO III

ECONOMÍA

- 1) **ARANCEL:** Impuesto a las importaciones.
- 2) **BANCO CENTRAL:** Institución gubernamental que controla la política monetaria en la mayor parte de los países.
- 3) **COSTOS VARIABLES:** Costos de producción que varían por la cantidad de producción.
- 4) **DUMPING:** Ocurre cuando empresas extranjeras venden bienes a un precio por debajo de su costo promedio o por debajo del precio existente en el país de origen.
- 5) **ESCASEZ:** Situación en que la cantidad de recursos es insuficiente para cubrir todas las necesidades.
- 6) **FUERZA DE TRABAJO:** La constituyen todos aquellos empleados y desempleados, todos aquellos que pueden trabajar.
- 7) **PRONÓSTICO:** En economía es la predicción de una variable económica, como por ejemplo el PIB.

FINANZAS

- 1) **ACREEDOR:** Persona jurídica a quien se le debe dinero por la venta esporádica de un bien o por la prestación de un servicio.
- 2) **BUDGET:** Presupuesto, detalle de los gastos para desarrollar una operación.
- 3) **DEPÓSITO A PLAZO:** Dinero depositado en una entidad que genera intereses para el ahorrador, siempre y cuando éste no retire el dinero antes de la fecha que se ha estipulado para el retiro.
- 4) **GARANTÍA:** Consiste en el aseguramiento de una obligación principal, por ejemplo, mediante un documento suscrito por un tercero para garantizar a un banco que un cliente va a pagar un crédito. También se denomina garantía al conjunto de bienes con los que responder en caso de incumplir las condiciones pactadas del crédito.
- 5) **INVERTIR:** Destinar el ahorro a la compra de bienes muebles o inmuebles, o de activos financieros, para obtener de ellos una rentabilidad.
- 6) **OBLIGACIÓN:** concepto financiero que representa una deuda a corto o largo plazo de una sociedad o persona con el propietario de la obligación.
- 7) **RATIO:** Indicador que permite a través de un ejercicio matemático, comparar el comportamiento de diversas variables.

MARKETING

- 1) **BRAND ASSET VALUATOR (BAV):** Evaluador de una marca. Sistema que mide el posicionamiento de las diferentes marcas y categorías, así como su desarrollo.
- 2) **CANAL DE DISTRIBUCIÓN:** El camino seguido por el producto, a través de los intermediarios, desde el productor al consumidor final.
- 3) **ENCUESTA:** Estudio de investigación de mercado que se desarrolla preguntándoles a los participantes asuntos concretos. Tiene la finalidad de conseguir información sobre actitudes, motivos y opiniones. Esta clase de estudios se efectúan en visitas personales, por teléfono o por correo.
- 4) **EXTENSIÓN DE MARCA:** Línea de producto adicional que se comercializa bajo un mismo nombre de marca.
- 5) **DESARROLLO DE LA MARCA:** Procesos de enseñar a los consumidores a asociar una palabra o frase con alguna propuesta de valor nueva.
- 6) **FLANGER:** Placa con el nombre o logo de la marca ubicada en la entrada de algunos puntos de venta, de forma perpendicular a la pared.
- 7) **POP UP:** Ventana emergente que aparece en la pantalla del computador. Los anuncios en pop-ups se utilizan mucho para hacer publicidad en la web, aunque la publicidad no es el único uso de estas ventanas pop-up.

GLOSARIO PORTAFOLIO IV

- **TALLER DE HABILIDADES DIRECTIVAS**

Conflicto: es toda situación en la que dos o más partes se sienten en oposición. Proceso que se inicia cuando un parte percibe que otra la ha afectado de manera negativa, o está apunto de afectar de manera negativa, alguno de sus intereses.

Gerencia: Función mediante la cual las empresas y el Estado logran resultados para satisfacer sus respectivas demandas.

Inteligencia Emocional: Habilidad que tiene el ser humano para establecer buenas relaciones interpersonales. Potencialidades que tiene el ser humano a nivel para adaptarse adecuadamente a una cultura determinada

Liderazgo: es el proceso de influir en otros y apoyarlos para que trabajen con entusiasmo en el logro de objetivos comunes. Se entiende como la capacidad de tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar a un grupo o equipo. Es el ejercicio de la actividad ejecutiva en un proyecto, de forma eficaz y eficiente, sea este personal, gerencial o institucional (dentro del proceso administrativo de la organización).

Motivación: Se considera como el impulso que conduce a una persona a elegir y realizar una acción entre aquellas alternativas que se presentan en una determinada situación.

Talento: Es la capacidad para desempeñar o ejercer una actividad. Se puede considerar como un potencial. Cuando una persona dispone de una serie de características o aptitudes para realizar una tarea determinada en forma exitosa. El talento puede ser heredado o adquirido mediante el aprendizaje.

- **CONDUCTA DEL CONSUMIDOR**

Anomia: Falta de respeto por las normas sociales que llevan a una menor obediencia normativa.

Análisis de consumo: Estudio del porque y como consumen las personas.

Análisis de mercado: Proceso de analizar las tendencias cambiantes del consumidor, los competidores actuales y potenciales, los puntos fuertes y recursos de una empresa y los entornos tecnológicos, legales y económicos.

Comportamiento del consumidor: Actividades que efectúan las personas al obtener, consumir y disponer de productos y servicios.

Compra de impulso: Compra no planeada y que proviene de una urgencia inesperada.

- **EVALUACIÓN DE PROYECTO**

Costo-beneficio: Es la efectividad de un proyecto en función de los costos. Criterio de evaluación que establece la relación entre los recursos asignados y los objetivos alcanzados.

Cronograma: Programa de actividades ordenados en el tiempo en el que además se suele especificar la duración de cada actividad, lugar de realización, responsable, etc. Puede ser escrito literalmente o en forma de tabla.

Diagnóstico: Consiste en el análisis de los datos obtenidos con el sólo fin de obtener las mediciones necesarias antes de pasar al análisis de las hipótesis.

Evaluación: Examen independiente y objetivo (realizado durante el proyecto o una vez finalizado) del contexto, objetivos, resultados, actividades y medios utilizados, efectuado para formular las conclusiones.

Innovación: es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado

- **TALLER DE GESTIÓN COMERCIAL**

Análisis de las necesidades del puesto: Estudio que proporciona información sobre las tareas que deberán realizarse en cada puesto, las habilidades necesarias para realizar dichas tareas y las normas mínimas aceptables de rendimiento.

Cadena de valor: Conjunto de procesos y de actividades interrelacionadas entre sí que generan valor para el cliente o consumidor, aportando algo adicional o añadido al producto o servicio.

Perfil de un puesto: Características óptimas para el desempeño de una función laboral: formación, experiencia, aptitudes, liderazgo del candidato o candidata, etc. El conocimiento del perfil necesario para un puesto facilita el proceso de selección.

Reclutamiento: Actividad de la empresa donde busca a las personas adecuadas para un determinado puesto de trabajo. Conjunto de procedimientos que tienden a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de una determinada organización, ésta finaliza con la incorporación a la misma del nuevo profesional.

Retribución: Recompensa o pago por la ejecución de una obra o por la prestación de un servicio. Puede ser un salario o un sueldo o cualquier otra gratificación.

MAPA CONCEPTUAL PORTAFOLIO IV

CONCEPTOS TRANSVERSALES



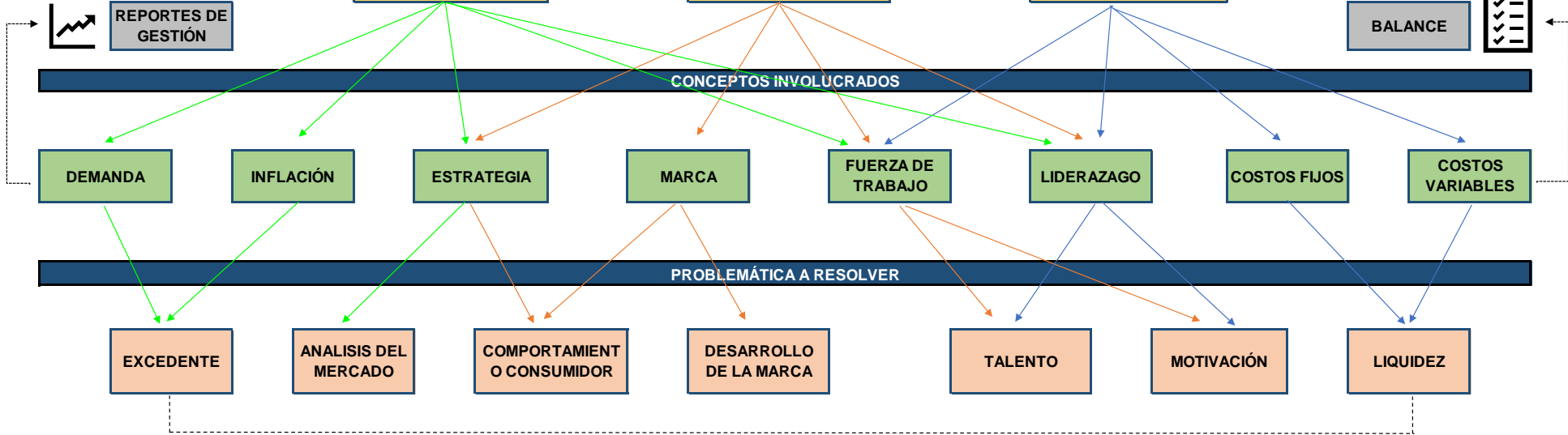
AREAS DEL SABER



CONCEPTOS INVOLUCRADOS



PROBLEMÁTICA A RESOLVER



CONCLUSIÓN

Los Conceptos transversales fueron seleccionados de acuerdo con su impacto dentro de la Sociedad, ya que se encuentran presente en todas las actividades que vimos del caso. Podemos relacionar estos conceptos tanto en el área Comercial, Finanzas y también en el área de Marketing.

Si observamos el mapa, tomamos todos los conceptos que podían ser asociados dentro del caso, consideramos también factores contables, de costo, de gestión y su implicancia en la generación de reportes (ver Informe de Gestión y Balance), informes que se alimentan de las actividades que se han descrito en cada portafolio y que hoy se presentan interrelacionadas para la resolución de los problemas también presentados.

En la parte de abajo del mapa tenemos nuestros problemas a resolver, que también vienen de la obtención de los conceptos descritos encada portafolio, vemos que una acción y un área del Saber puede estar involucrada con mas de un problema y que el objetivo de resolverlos también se puede relacionar con otra área distinta.

En conclusión, los conceptos presentados en el mapa, nos han permitido relacionar las materias estudiadas y aprendidas, establecer los parámetros y relaciones que existen en cada una de ellas y que si bien, un concepto para un área puede tener un significado técnico más específico, en el día a día juntas forman la organización, nos entregan información, nos exigen acciones y nos presentan problemas a resolver para la consecución de los objetivos.