



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

## **Portafolio de Titulo**

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

**Docente portafolio: FRANCISCO GALLARDO GONZALEZ**

**Estudiante (s): XIOMARA TORO MONTANO**

**Santiago de Chile, Octubre de 2020**

Si hace 17 años alguien me hubiese contado que estaría escribiendo estas líneas no lo habría creído, me gustaría poder volver atrás y decirme que no me preocupe por los malos momentos que viviré solo te harán más fuerte.

Dedico este trabajo, estudio y esfuerzo a mis hijos para que nunca se dejen llevar por las expectativas que el resto ponga o no en ellos, crean en ustedes, en la fortaleza que tienen y no dejen que nadie apague su luz, nadie merece ese privilegio. A mi esposo que me apoyo siempre y creyó en mí incluso cuando yo no lo hice, la sabiduría con la que me ayudo ver mis virtudes en cada momento que lo necesite.

Agradezco esos momentos en que pensé renunciar, dejar todo de lado y quedarme con lo que tenía a mi alcance sin luchar por mis sueños, porque esos días me trajeron a este minuto y a ser la mujer que soy hoy, este proceso de estudio y exigencia termina, pero se inicia mi tiempo de orgullo, de sentirme orgullosa de mi misma.

## **ÍNDICE.**

### **I. PORTAFOLIO I**

I.I.- Primera Actividad Glosario 4

I.II.- Segunda Actividad Mapa Conceptual 11

### **II. - PORTAFOLIO II**

II.I.- Primera Actividad Glosario 12

II.II.- Segunda Actividad Caso de Aplicación 18

### **III.- PORTAFOLIO III**

III.I.- Primera Actividad Glosario 27

III.II.- Segunda Actividad Caso de Aplicación 35

### **IV.- PORTAFOLIO IV**

IV.I.- Primera Actividad Glosario 40

IV.II.- Segunda Actividad Caso de Aplicación 64

## **I.- Portafolio I**

### **INTRODUCCION**

En el siguiente trabajo de Portafolio I, revisaremos los conceptos más relevantes para los cursos: Economía, Administración y Marketing que fueron estudiados en este año.

Los conceptos seleccionados son a mí parecer la mejor manera de resumir lo aprendido, será de gran ayuda este resumen para entrelazar los conocimientos obtenidos.

### **GLOSARIO**

**Economía:** Es la ciencia encargada de analizar el comportamiento que tienen las personas para satisfacer sus necesidades, la cuales son ilimitadas y deben ser resueltas con recursos escasos.

## Conceptos Relevantes:

1. **Necesidades Humanas:** Son aquellas necesidades que tienen los seres humanos y buscan satisfacer mediante el uso de recursos, por ejemplo: vivienda, salud, comunicación, alimentación, entre otras.

2. **Oferta:** Son los bienes o servicios que se encuentran en el mercado, para ser adquiridos por los consumidores.

3. **Demanda:** Se refiere a la necesidad que tienen los consumidores del mercado, los bienes o servicios que intentan adquirir.

4. **Mercado:** Lugar en el cual los vendedores y consumidores se encuentran con el fin de intercambiar sus productos, buscando unas ganancias económicas y otros satisfacer sus necesidades.

5. **Elasticidad:** Es la variación de la cantidad de productos demandada con el precio. Mide las variaciones de precio, si esta variación es alta, la demanda será elástica y por el contrario si esta variación es baja, será inelástica.

**6. Oligopolio:** Se refiere a la existencia de pocos vendedores del bien o servicio, es por esto que cada empresa puede interferir con facilidad en el precio de este producto o servicio en el mercado.

**7. Monopolio:** Es el caso de competencia imperfecta, se refiere a que existe solo un vendedor, el cual controla la industria, son casos extraños, ya que la regulación de distintos países busca impedir esta situación.

**Administración:** Es la gestión mediante la cual los administradores realizan el proceso administrativo, que consiste en planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar una organización.

### **Conceptos Relevantes:**

**1. Proceso Administrativo:** Concepto muy relevante en la gestión organizacional, este proceso se realiza a inicio de la ejecución de una empresa, en el cual se establecen los mecanismos para planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar. Realizar este proceso de manera correcta y coordinada ayudara a la organización a mantenerse en el tiempo.

**2. Factores Humanos:** Se trata de las personas que colaboran en la organización, que con su trabajo ayudan a conseguir el objetivo por el cual se creó la organización.

**3. Cultura Organizacional:** Es el ambiente que se forma en la organización, esta cultura la conforman los trabajadores y ambiente en el que trabajan día a día.

**4. Motivación:** Es lo que impulsa a los trabajadores a realizar sus actividades diariamente, pueden existir diferentes motivaciones; económicas, crecimiento laboral o gusto por la actividad que desarrolla. La organización debe considerar las motivaciones de sus trabajadores para que en conjunto ambas partes resulten beneficiadas.

**5. Liderazgo:** Es la forma en que los jefes o administradores de las organizaciones deben llegar a sus trabajadores, un líder es aquel que logra motivar a sus trabajadores y no solo dirige.

**6. Empowerment:** Ambiente en el que los trabajadores sientan que influyen en la organización en diferentes medidas, tanto con su labor como en el ambiente que se forma. Esto generara que los colaboradores se sientan parte de la organización, para formar equipos colaborativos.

**7. Calidad Total:** Es un concepto que representa la participación e involucramiento constante de los trabajadores en los procesos de la organización. Para conseguir altos niveles de calidad es necesario plantearse la mejora continua, enfocada en todas las actividades de la organización.

**Marketing:** Es la disciplina que se dedica a estudiar y analizar el comportamiento que tienen los mercados, conociendo las necesidades de los consumidores.

### **Conceptos Relevantes:**

**1. Planificación Estratégica:** Recopilación de datos, para procesar y transformar en información valiosa para la toma de decisiones por parte de la empresa, esta etapa es de vital importancia para marcar el rumbo de acción de la organización, si este proceso es exitoso será posible sobreponerse a cualquier problema que surja en el camino.

**2. Análisis del Macro entorno:** Se refiere a la revisión y análisis de los factores que podrían afectar a la organización en su funcionamiento, tanto como aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales.



**3. Análisis Interno:** Es la definición de los valores con los que cuenta la organización y con los cuales podrá hacer frente a las diferentes barreras que se presentaran, estos valores le entregan sentido y líneas de acción a los colaboradores.

**4. Ventaja competitiva:** Característica que posee una organización frente a otra, con la cual busca resaltar en el mercado frente a otro competidor. Esta ventaja llevara a la empresa a mantenerse en el mercado a lo largo del tiempo.

**5. Plan de negocios:** Es el mapa que permitirá guiar las acciones de la organización mediante el cual se busca lograr los objetivos planificados. Es un texto breve, en el cual deben destacar las oportunidades de negocio, ventajas del producto que se comercializa, monto de la inversión, entre otros.

**6. Producto:** Es el bien o servicio con el cual la empresa entra al mercado buscando satisfacer las necesidades de los clientes.

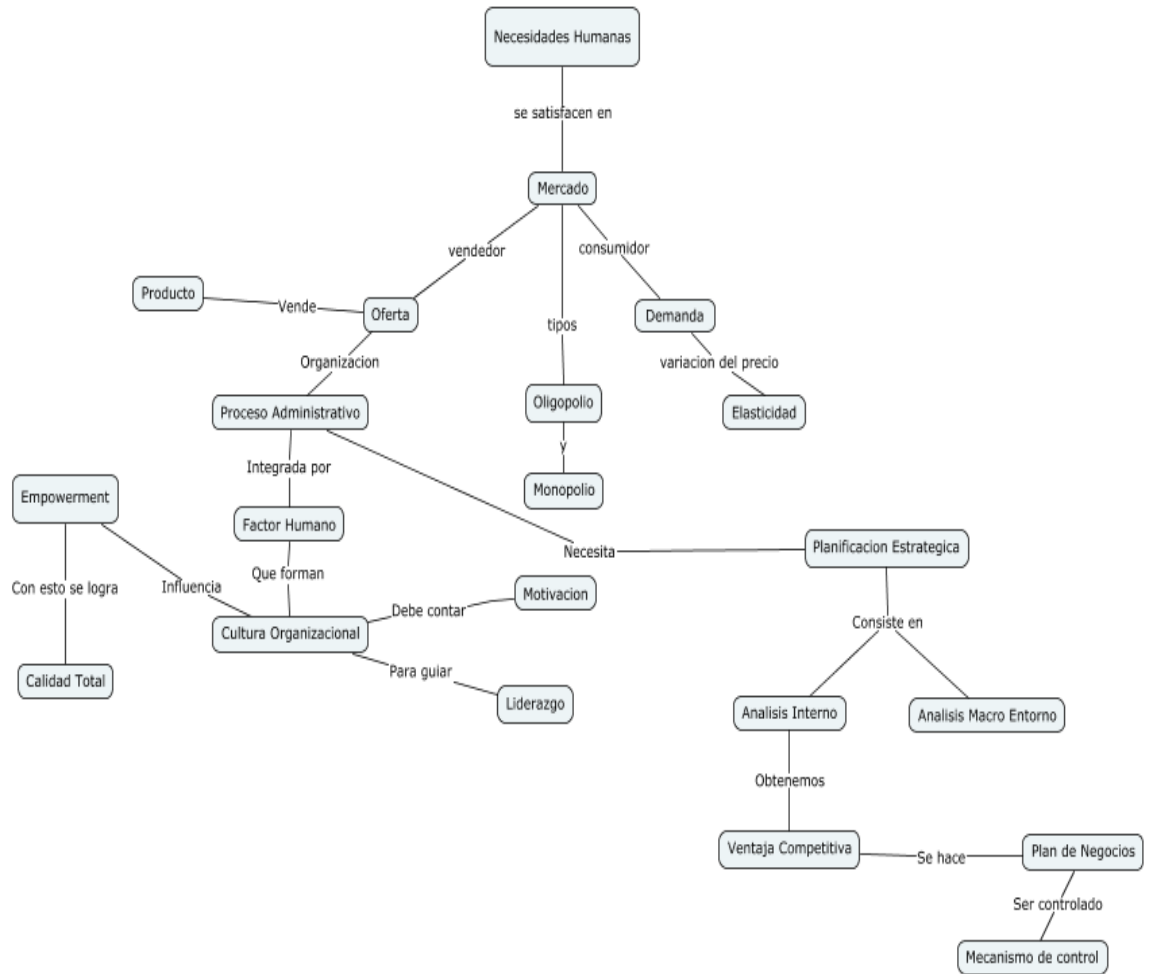
**7. Mecanismos de control:** Son los medios por los cuales la empresa puede controlar las actividades y el nivel de eficiencia con el cual se están ejecutando, ya que deben estar en sintonía con lo planificado, de no ser así, se deben tomar las acciones necesarias para volver al rumbo planificado.

## **CONCLUSIÓN**

Los conceptos revisados en este portafolio buscan definir en pocas palabras, lo revisado y aprendido en los diferentes cursos.

Este resumen me facilitara el vincular lo aprendido en este periodo de estudio.

## I.II.- Mapa conceptual



## **II.- Portafolio II**

### **INTRODUCCION**

En el siguiente trabajo de Portafolio II, revisaremos los conceptos más relevantes para los cursos: Macroeconomía, Branding, Ética y Gestión Financiera Corporativa, los cuales fueron estudiados en este año.

Los conceptos seleccionados son a mí parecer la mejor manera de resumir lo aprendido, será de gran ayuda este resumen para entrelazar los conocimientos obtenidos.

### **GLOSARIO**

**Macroeconomía:** Se refiere al estudio de los fenómenos que afectan al conjunto de las actividades relacionadas con la economía, por ejemplo, la inflación, el crecimiento económico y el desempleo

## Conceptos Relevantes:

1. **Balanza de Pagos:** Este instrumento contable es utilizado para registrar las transacciones que realizan los habitantes de un país frente al resto del mundo, este instrumento tiene cuatro grupos: cuenta corriente, cuenta capital, cuenta oficial de pagos y los errores u omisiones.

2. **Demanda Agregada:** Esto es la sumatoria del consumo más los conceptos de inversión, de gasto público, las exportaciones menos las importaciones del país. Este índice es muy importante para analizar las repercusiones que tienen las variaciones que tiene la macroeconomía en el País.

3. **Ingresos públicos:** Para financiar las Políticas Públicas, el Estado debe tener ingreso de dinero, los cuales se encuentran divididos en impuestos, utilidades de las empresas que tiene el Estado, venta de activos y las deudas que asume el Estado en pro de financiar un proyecto.

4. **Gasto Publico:** Son los gastos que se realizan en un País con el fin de cubrir las necesidades de los habitantes. Estos gastos se agrupan en tres tipos, gastos operacionales, transferencias e inversiones públicas

**5. Producción de equilibrio:** Este es un concepto que se utiliza obtiene cuando la demanda de los diversos agentes económicos se iguala a la producción que tienen los productores, ya sea de bienes o servicios.

**6. Inflación:** Este concepto se define como el aumento en el tiempo de los precios en la economía de un país, debe ser un alza sostenida en el tiempo ya que no se considerará un alza de un producto por una vez.

**7. Desempleo:** Este concepto se aplica a aquellos trabajadores que se encuentran en el grupo de personas aptas para trabajar y que desean hacerlo, pero no pueden hacerlo.

**Administración:** Es la gestión mediante la cual los administradores realizan el proceso administrativo, que consiste en planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar una organización. En este glosario se utilizarán las asignaturas Ética y Gestión Financiera.

## Conceptos Relevantes:

1. **Moral:** Se trata de un hecho social o independiente de cada persona, se refiere a los actos de una persona bajo normas establecidas como una línea de conducta o acciones de correcto hacer.

2. **Ética:** Se entiende como la disciplina filosófica que busca a través de la reflexión crítica que muchas veces se hace de la moral, mediante la cual se establecen criterios de acción.

3. **Sociedad:** Se refiere al conjunto de personas que se unen de forma temporal o moralmente con un objetivo común y que se regulan de la manera coordinada por una autoridad.

4. **Informes contables:** Es una representación estructurada de la situación financiera de las transacciones que son ejecutadas por las empresas a un momento determinado. Siendo su objetivo entregar información que refleja el desempeño de la empresa.

5. **Recursos:** Son los activos que tiene la empresa y con los cuales es posible producir y ejecutar proyectos.

**6. Capital de trabajo:** Es la diferencia entre el activo y el pasivo corrientes de una empresa, si se genera un excedente positivo, este monto se puede utilizar para generar más utilidades.

**7. Ratios de riesgo:** Este índice evalúa la eficiencia de la empresa en sus cobros, sus pagos, inventarios y activos. Estas ratios dan cuenta del funcionamiento de la empresa.

**Marketing:** Es la disciplina que se dedica a estudiar y analizar el comportamiento que tienen los mercados, conociendo las necesidades de los consumidores.

**Conceptos Relevantes:**

**1. Branding:** Es todo lo que se relaciona con la creación o gestión de una marca, agregando valor a estas, tanto para los clientes o para los dueños de la empresa, de esta manera se rentabiliza la marca a largo plazo.

**2. Información:** Esto es la acción de entregar o comunicar noticias, sobre algún tema específico, también se le atribuye este nombre a los conocimientos que cada persona tiene.



**3. Community manager:** Se refiere a la persona encargada de gestionar la marca en internet, crear proyectos y asumir los contenidos publicados en la web, este nuevo rol fue creado debido a la alta presencia en internet de la marca.

**4. Arquitectura de marcas:** Es una herramienta que permite establecer y organizar los objetivos de cada marca, es un diseño sencillo, de fácil entendimiento, con esto se ayuda a maximizar las oportunidades de surgir la marca.

**5. Segmentación:** Es la posición a la que apunta la marca, es de mucha importancia contar con una segmentación de marca, ya que se debe saber a qué público objetivo se quiere satisfacer con este producto.

**6. Diferenciación:** Es el elemento esencial que busca marcar diferencia, toda marca que busca jugar un papel importante en el mercado debe tener elementos diferenciadores para ejecutar su estrategia de venta.

**7. Posicionamiento:** Es la forma en que se distingue un producto o servicio del resto del mercado, creando un valor en la mente de los potenciales clientes.

## **CONCLUSIÓN**

Los conceptos revisados en este portafolio buscan definir en pocas palabras, lo revisado y aprendido en los diferentes cursos revisados este año, siendo un resumen que me facilitara el vincular los términos aprendidos en este periodo de estudio.

## **II.II.- Caso Aplicación**

### **INTRODUCCION**

En el siguiente trabajo de Portafolio II, plantearé el caso de la actual “Guerra Comercial” entre Estados Unidos y China. Declarada por el gobierno de Donald Trump, comenzando por un alza en los aranceles a las importaciones de productos chinos a EEUU hasta el veto a la empresa China Huawei, una guerra que no solo se realiza en el ámbito comercial, sino también en el tecnológico.

### **DESARROLLO**

EEUU vs. China: guerra comercial y tecnológica

#### **Inicio de la guerra comercial**

Dentro de los principales responsables de la llamada “Guerra Comercial” podríamos apuntar los dardos a la globalización, sistema que se encarga de eliminar las fronteras liberando el ingreso o reduciendo los impuestos por importe de productos y a como uno de los principales impulsores, Estados Unidos, país que se sustentante en el libre mercado, el equilibrio y la autorregulación. Que se caracteriza

principalmente por acuerdos comerciales entre países, como por ejemplo el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Estados Unidos centra sus dardos en China como un competidor comercial desleal, debido a las acusaciones que realiza el país del norte de robar la propiedad intelectual de varios productos de origen estadounidenses, las aspiraciones de este país es que China realice cambios importantes en su política económica, ya que según asegura EEUU este favorece a las compañías estatales chinas ya que reciben un subsidio.

El gobierno de Trump pretende que China adquiera mayor cantidad de productos estadounidenses para frenar el déficit comercial de aproximadamente US\$ 419.000. que enfrenta el país del norte. Este déficit se produce entre la cantidad de productos importados, versus los productos exportados, la reducción de esta brecha es la base de las políticas económicas que quiere impulsar el presidente.

La denominada “Guerra comercial” entre EEUU y China, fue iniciada durante el gobierno del presidente Donald Trump, con el aumento de los aranceles impuestos a los productos de fabricación china desde un 10% a un 25%, esta medida fue impuesta por durante el año 2018.

Los productos que se han visto afectados por el alza de los aranceles de importación encontramos desde maquinarias hasta motocicletas, los productos que se vieron incrementados en sus aranceles son, pescado, ropa y calzado. Se espera que productos tecnológicos tales como materiales, placas de circuitos para computadores, sean los productos que aumenten en mayor medida sus impuestos (anexo1).

China, por su parte acusa a EEUU de dar inicio a la mayor guerra comercial de la historia. Ha respondido con alzas en los aranceles a productos estadounidenses, desde material químico, verduras y whiskey.

Desde el inicio de esta guerra comercial, se ha creado incertidumbre en los mercados financieros, debido a la importancia de ambas potencias en la economía mundial. La inestabilidad provocada por este problema ha generado falta de confianza y pérdidas en algunas de las principales plazas financieras.

Esta batalla comercial no solo ha afectado a EEUU y China, sino también ha tenido repercusiones en otros países. Tal como lo informo el Fondo Monetario Internacional, la tensión comercial contribuyo a una expansión global significativamente debilitada, varios países se han visto afectados de forma indirecta por esta situación, sobre todo aquellos que tienen vínculos con alguno de estas dos potencias.

## **Que hay detrás de este enfrentamiento**

El proyecto de globalización mermo económicamente a EEUU, llevando su economía a tener déficits comerciales históricos, al igual que su deuda pública que tuvo un crecimiento por encima del 2% del PIB del año 2017 a la fecha.

Esta guerra comercial ha sido presentada como una guerra comercial o de espionaje, pero el problema es más profundo de lo que se plantea. La estrategia de China fue competir económicamente haciendo uso de su bajo costo en mano de obra y comercialización.

El gobierno de Trump pretende reemplazar los productos importados para volver a producirlos en EEUU, pero estos intentos no han resultado debido a la oposición de grandes empresas a nivel mundial, del sector automotriz, calzado, ropa, etc.

## **La guerra ya no solo es comercial, también es tecnológica**

Una de las empresas más importantes de China es Huawei, destaca por su crecimiento en los últimos años, es por esto que el gobierno encabezado por Donald

Trump ha agregado a Huawei a una lista negra creada por el Departamento de Comercio que prohíbe a las compañías estadounidenses mantener relaciones comerciales con esta empresa, bajo el discurso de espionaje.

Esta decisión causo revuelo luego que el 19 de mayo la empresa internacional Google diera a conocer que romperá relaciones comerciales con Huawei seguido por empresas como Qualcomm y Xilinx encargadas de fabricar microprocesadores. China ha respondido a este ataque con un llamado a los consumidores a no consumir productos Apple.

Google ha informado que impedirá que la compañía Huawei utilice algunas actualizaciones asociadas al sistema operativo de Android, perdiendo también acceso a aplicaciones tales como youtube o maps.

Por su parte la compañía Huawei continuara proporcionando actualizaciones y servicios a sus equipos vendidos a nivel mundial, mientras que Google asegura que no realizara actualizaciones de seguridad a equipos ya vendidos y que los nuevos dispositivos no tendrán algunas aplicaciones.

En tanto a ojos de analistas Huawei podría quedar gravemente paralizado al no contar con los servicios de Google. Pero la compañía afirma que se ha estado

preparando para esta situación al impulsar el desarrollo de sus propias piezas y sistemas operativos.

La principal amenaza que plantea EEUU frente a Huawei de debería a problemas de seguridad en el uso del sistema 5G, en el que la compañía es pionera, al igual que el posible uso de sus equipos en espionaje a clientes.

### **Conclusión del caso**

Cuanto podría empeorar el escenario mundial con esta guerra comercial es la pregunta que varios nos planteamos, y la respuesta nadie la tiene. Pero la historia nos ayuda como guía para enfrentar esta situación.

Los aranceles impuestos por EEUU Smoot-Hawley y que fueron promulgados durante la década del 30 trajeron consigo una guerra comercial que produjo en ese momento una caída en el comercio mundial.

Aunque no existe certeza de cuan cerca o lejos estemos de esa situación, las incertidumbres creadas por estas potencias generan un clima enrarecido en la economía y las relaciones a nivel mundial. Lo que muchos empresarios esperan es que este proceso termine de la mejor manera para no afectar aún más a los consumidores finales que son, como en muchos casos, los principales afectados.



## Anexos

1)

### Últimos rubros amenazados con nuevos aranceles

10 principales importaciones de EE.UU. desde China cuyo arancel subirá de 10% a 25% (en miles de millones de US\$)



Fuente: Comisión de Comercio Internacional de EE.UU.

BBC

2)

## Cómo se ha desarrollado la guerra comercial

### Aranceles de EE.UU. a productos chinos (en miles de millones)



### Aranceles chinos a productos de EE.UU. (en miles de millones de US\$)



Fuente: Oficina del Censo de EE.UU., investigación de la BBC. Nota: datos al 8 de mayo de 2018

## **BIBLIOGRAFIA**

- EEUU vs China: la guerra ya no es solo comercial, también es tecnológica; escrito por Toni Castillo y actualizado el 07 de junio de 2019, recuperado desde <https://www.xataka.com/robotica-e-ia/eeuu-vs-china-guerra-no-solo-comercial-tambien-tecnologica-despeja-x-1x15>
- Guerra comercial Estados Unidos y China: 5 gráficos para entender el conflicto que tiene en vilo a la economía mundial, Daniele Palumbo y Ana Nicolaci da CostaBBC News, <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48215625>
- Claves para entender la guerra comercial entre China y Estados Unidos, [Rafael Arturo Mota](https://www.laizquierdadiario.com/Claves-para-entender-la-guerra-comercial-entre-China-y-Estados-Unidos), Jueves 23 de mayo; recuperado desde <https://www.laizquierdadiario.com/Claves-para-entender-la-guerra-comercial-entre-China-y-Estados-Unidos>
- Google vs Huawei: nuevo salto en la disputa por la tecnología entre EE. UU. y China, ECONOMIA INTERNACIONAL, Lunes 20 de mayo; recuperado desde <http://www.laizquierdadiario.mx/Google-vs-Huawei-nuevo-salto-en-la-disputa-por-la-tecnologia-entre-EE-UU-y-China>

## **III. Portafolio III**

### **INTRODUCCION**

En el siguiente trabajo de Portafolio III, revisaremos los conceptos más relevantes para los cursos: Economía, Finanzas y Marketing, los cuales fueron estudiados en este año.

Los conceptos seleccionados son a mí parecer la mejor manera de resumir lo aprendido, será de gran ayuda este resumen para entrelazar los conocimientos obtenidos.

### **GLOSARIO**

**Desarrollo económico:** Se refiere al estudio de los fenómenos que afectan al conjunto de las actividades relacionadas con la economía, por ejemplo, la inflación, el crecimiento económico y el desempleo

## Conceptos Relevantes:

1. **Desarrollo económico:** Es la referencia que se le da a las condiciones que favorecen a los países a que logren aumentar su producción, situación que creara mayor cantidad de bienes y servicios, proporcionando a los ciudadanos mejor calidad de vida.

2. **Productividad:** Concepto vital en el área económica, es la relación que existe entre el resultado de la actividad productiva de una empresa y los materiales o medios que han sido necesarios para obtener este resultado.

3. **PIB:** El producto interno es el indicador del crecimiento y el desarrollo económico de un País, aunque no es efectivo que mide todas las actividades de una economía, sigue siendo un indicador muy significativo en la economía.

4. **Impuestos:** Es una obligación establecida por Ley sobre personas físicas o morales, sobre diferentes actividades económicas, son impuestos establecidos por el Estado a su beneficio, mediante los cuales cada país busca recaudar fondos para financiar gastos públicos.

**5. Externalidades:** Corresponden a los resultados de la realización de una actividad económica, las cuales se originan en las decisiones de consumo de las familias, de la producción e inversiones que realizan las empresas.

**6. Crecimiento exógeno:** Este crecimiento tiene como factores relevantes los que afectan desde afuera del sistema, a partir de estos datos el modelo nos lleva a un resultado determinado.

**7. Crecimiento endógeno:** Este crecimiento tiene sus variables o la explicación del problema está dado desde adentro del sistema.

**Gestión del Talento:** Esto es un conjunto de actividades que ayudan en el proceso de recursos humanos, los cuales están diseñados para atraer, motivar y desarrollar a los trabajadores de la organización.

### **Conceptos Relevantes:**

**1. Perfil del cargo:** Es la información que contiene la definición del puesto y las tareas que debe realizar el trabajador.

**2. Reclutamiento:** Es el procedimiento mediante el cual las empresas buscan reclutar a trabajadores mediante un proceso que puede ser interno o externo.

**3. Reclutamiento interno:** Al existir una vacante en la organización, los ejecutivos buscan llenar está vacante con funcionarios internos, dependiendo de las características que estén establecidas en el perfil del cargo.

**4. Reclutamiento externo:** Es el mecanismo mediante el cual las empresas buscan llenar las vacantes disponibles en su organización con un proceso de reclutamiento con personas fuera de la organización.

**5. Análisis curricular:** Luego de terminado el proceso de postulación en el reclutamiento, se deben revisar y analizar los curriculum de los postulantes al cargo que se busca completar.

**6. Capacitación:** Es el conjunto de actividades planificadas y organizadas que permiten transmitir conocimientos y habilidades a los trabajadores buscando incrementar la eficiencia y la eficacia en las labores individuales y grupales.

**7. Evaluación del desempeño:** Es la forma en que se evalúa el desempeño de los trabajadores en la ejecución de sus actividades y responsabilidades. El objetivo es estimar el valor, la excelencia y las cualidades de un trabajador en la contribución a la organización.

**E- Marketing:** Es la disciplina que se dedica, mediante estrategias o técnicas a coordinar mediante internet buscando aumenta las ventas de productos o servicios.

### **Conceptos Relevantes:**

**1. Marketing digital:** Es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los **medios digitales**. En el ámbito digital encontramos herramientas tales como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de medir en tiempo real la aplicación de las estrategias empleadas.

**2. Business to Consumer:** Es un concepto del marketing, que se refiere a la estrategia que desarrollan las compañías comerciales que buscan llegar directamente al consumidor final, es una estrategia dirigida a un grupo grande de consumidores.



**3. Business to Business:** Hace referencia a transacciones comerciales entre empresas, entre el fabricante y el distribuidor del producto, este término se utiliza en el ámbito del comercio electrónico.

**4. Posicionamiento de marca:** Este es el lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores en base a la relación con otras empresas

**5. Reputación online:** Es un regalo del cliente, es la forma en que la organización se beneficia con la reputación y valorización que le dan los consumidores de nuestros productos. Esta reputación puede ser buena o mala según las experiencias de los usuarios.

**6. Estrategia:** Es un plan mediante el cual una organización busca alcanzar los objetivos propuestos, es un patrón en el cual se busca conseguir una mejora en las posibilidades de éxito.

**7. Portafolio de marcas:** Es el conjunto de marcas que posee una organización y las relaciones que existen entre ellas, la organización debe ser capaz de administrar y fortalecer el conjunto de marcas que posee.

## **CONCLUSIÓN**

Los conceptos revisados en este portafolio buscan definir en pocas palabras, lo revisado y aprendido en los diferentes cursos revisados este año, siendo un resumen que me facilitara el vincular los términos aprendidos en este periodo de estudio.

## **BIBLIOGRAFIA**

Gallardo, F. (2017). Conceptos previos. Desarrollo Económico. Lea esto primero (Semana 1).

Gallardo, F. (2017). Desarrollo económico y medio ambiente. Desarrollo Económico. Lea esto primero (Semana 2).

Covarrubias F. (2005). Grandes economistas de la historia. Editorial El Mercurio Aguilar (1a ed.); Chile.

10 procesos claves en la gestión del talento, recuperado desde <https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/gestion-talento/10-procesos-clave-en-la-gestion-del-talento/>

UNIACC (2016). Subsistemas de Recursos Humanos: Reclutamiento y Selección. Gestión del Talento I. Lea esto primero (Semana 2).

UNIACC (2016). Subsistemas de recursos humanos: Capacitación. Gestión del Talento I. Lea esto primero (Semana 3).

UNIACC (2016). Subsistemas de recursos humanos: evaluación del desempeño. Gestión del Talento I. Lea esto primero (Semana 4).

Evaluación de desempeño, recuperado desde <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/evaluacion-de-desempeno>

UNIACC (2014). Estrategias para la gestión de marcas. Brand Management. Lea esto primero (Semana 1).

Vilchez, F. (2018). Portafolio de marcas. Brand Management. Lea esto primero (Semana 3).

## **III.II.- Caso de Aplicación**

### **INTRODUCCION**

En el siguiente trabajo de Portafolio III, revisaremos los conceptos más relevantes para los cursos: Economía, Finanzas y Marketing, los cuales fueron estudiados en este año.

Los conceptos seleccionados son a mí parecer la mejor manera de resumir lo aprendido, será de gran ayuda este resumen para entrelazar los conocimientos obtenidos.

#### **Breve diagnóstico de la situación o problemática.**

La empresa “Full reciclaje Ltda.” durante el último año ha disminuido considerablemente su rentabilidad, pese a que adquirió un terreno que aumenta su activo fijo, esto no ha sido suficiente para mejorar la situación con respecto al año pasado, ya que han disminuido los activos disponibles y aumentado los pasivos circulantes.

El aumento de las cuentas por cobrar y de las cuentas por pagar podría generarle problemas a la empresa a corto plazo, ya que si los clientes no cancelan sus deudas a tiempo esto podría ocasionar retraso en el pago de deudas tan complejas como impuestos o acreedores.

Se observa además una deficiencia en el manejo organizacional, administrativa y financiera, poco orden y falta de actualización de procesos, la empresa no cuenta con una estructura de funcionamiento de la empresa en cuanto a lo administrativo y financiero, esta serie de deficiencias podrían ser la causa que “Full reciclaje Ltda.” se encuentre en problemas actualmente.

### **Identificar los cursos de acción**

Es necesario reconocer y aplicar una herramienta de diagnóstico que permita al dueño de la empresa de reciclaje entender en qué momento la situación financiera presenta esta baja en su rentabilidad e ingresos.

Haber postergado para finales de año la revisión de los estados financieros, siendo que estaba pensando en expandir su negocio al reciclaje de otros productos, realizando una inversión muy alta que no generara retorno al corto plazo.

Con respecto a los nuevos clientes, lo planificado está muy sobre lo ejecutado, esto provoca que las ventas que se presupuestaron con ellos no se concreten y ese ingreso no se obtendrá.

### **Evaluar los cursos de acción.**

En lo que respecta a la aplicación del diagnóstico sobre la situación financiera, es necesario modificar la forma y el tiempo en que se revisan los estados financieros, ya que postergar esta actividad para fines de año, trae como consecuencia la falta de tiempo para aplicar medidas con el objeto de revertir esta situación. Es importante que los estados financieros sean revisados de forma mensual, así se puede comparar con periodos anteriores y replantear los objetivos establecidos por los directivos.

Modificar los procesos productivos que no están actualizados hace por lo menos 20 años, estas modificaciones se deben ir realizando a medida que el mercado y el rubro en el que está inmerso la empresa lo propicie. De otra manera sería necesario establecer una revisión anual a los procesos productivos.

### **Escoger el mejor curso de acción dado los antecedentes del punto anterior.**

El mejor curso de acción según los antecedentes, sería la revisión periódica de los estados financieros y la reprogramación, en base a esto, de los objetivos en cuanto a ventas o inversiones nuevas.

Esta revisión es muy importante para conocer cómo está funcionando el proceso completo en la empresa, al igual que el ambiente en el que esta "Full reciclaje Ltda."

Se deben considerar varias aristas de este rubro, actualmente el tema del reciclaje está cada vez más arraigado en la cultura de la sociedad y considerando este antecedente se puede establecer una buena oportunidad de crear clientes y potenciar su actividad.

### **Elaborar dos conclusiones relevantes para el caso.**

La importancia de tener actualizado los procedimientos, y los sistemas, para anticipar los periodos de bajas y poder prever inconvenientes teniendo planes de acción que se deban poner en marcha en cuanto sea necesario. Para lo cual es



necesario tener todos los antecedentes a la mano en tiempo y forma para tomar las mejores decisiones.

El trabajo en equipo, la interacción que deben tener los directivos al momento de exponer los resultados que tienen sus áreas, compartir y generar una estructura de trabajo que sea llevada al crecimiento de la empresa.

## **IV.- PORTAFOLIO IV**

### **INTRODUCCION**

En el siguiente trabajo de Portafolio IV, revisaremos los conceptos más relevantes para los cursos: Economía, Administración, Marketing, Macroeconomía, Desarrollo Económico, Gestión del Talento, E-Marketing, Taller de Habilidades Directivas, Conducta del Consumidor, Evaluación de Proyecto y Taller de Gestión comercial, los cuales fueron estudiados a lo largo de estos dos años de estudio, en este portafolio se encuentran todos los conceptos seleccionados en los primeros 3 portafolios.

Los conceptos seleccionados son a mí parecer la mejor manera de resumir lo aprendido, será de gran ayuda este resumen para entrelazar los conocimientos obtenidos.

## GLOSARIO

**Economía:** Es la ciencia encargada de analizar el comportamiento que tienen las personas para satisfacer sus necesidades, la cuales son ilimitadas y deben ser resueltas con recursos escasos.

### Conceptos Relevantes:

1. **Necesidades Humanas:** Son aquellas necesidades que tienen los seres humanos y buscan satisfacer mediante el uso de recursos, por ejemplo: vivienda, salud, comunicación, alimentación, entre otras.

2. **Oferta:** Son los bienes o servicios que se encuentran en el mercado, para ser adquiridos por los consumidores.

3. **Demanda:** Se refiere a la necesidad que tienen los consumidores del mercado, los bienes o servicios que intentan adquirir.

4. **Mercado:** Lugar en el cual los vendedores y consumidores se encuentran con el fin de intercambiar sus productos, buscando unas ganancias económicas y otros satisfacer sus necesidades.

**5. Elasticidad:** Es la variación de la cantidad de productos demandada con el precio. Mide las variaciones de precio, si esta variación es alta, la demanda será elástica y por el contrario si esta variación es baja, será inelástica.

**6. Oligopolio:** Se refiere a la existencia de pocos vendedores del bien o servicio, es por esto que cada empresa puede interferir con facilidad en el precio de este producto o servicio en el mercado.

**7. Monopolio:** Es el caso de competencia imperfecta, se refiere a que existe solo un vendedor, el cual controla la industria, son casos extraños, ya que la regulación de distintos países busca impedir esta situación.

**Administración:** Es la gestión mediante la cual los administradores realizan el proceso administrativo, que consiste en planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar una organización.

### **Conceptos Relevantes:**

**1. Proceso Administrativo:** Concepto muy relevante en la gestión organizacional, este proceso se realiza a inicio de la ejecución de una empresa, en el cual se establecen los mecanismos para planificar, organizar, coordinar, dirigir y

controlar. Realizar este proceso de manera correcta y coordinada ayudara a la organización a mantenerse en el tiempo.

**2. Factores Humanos:** Se trata de las personas que colaboran en la organización, que con su trabajo ayudan a conseguir el objetivo por el cual se creó la organización.

**3. Cultura Organizacional:** Es el ambiente que se forma en la organización, esta cultura la conforman los trabajadores y ambiente en el que trabajan día a día.

**4. Motivación:** Es lo que impulsa a los trabajadores a realizar sus actividades diariamente, pueden existir diferentes motivaciones; económicas, crecimiento laboral o gusto por la actividad que desarrolla. La organización debe considerar las motivaciones de sus trabajadores para que en conjunto ambas partes resulten beneficiadas.

**5. Liderazgo:** Es la forma en que los jefes o administradores de las organizaciones deben llegar a sus trabajadores, un líder es aquel que logra motivar a sus trabajadores y no solo dirige.

**6. Empowerment:** Ambiente en el que los trabajadores sientan que influncian en la organización en diferentes medidas, tanto con su labor como en el ambiente que se forma. Esto generara que los colaboradores se sientan parte de la organización, para formar equipos colaborativos.

**7. Calidad Total:** Es un concepto que representa la participación e involucramiento constante de los trabajadores en los procesos de la organización. Para conseguir altos niveles de calidad es necesario plantearse la mejora continua, enfocada en todas las actividades de la organización.

**Marketing:** Es la disciplina que se dedica a estudiar y analizar el comportamiento que tienen los mercados, conociendo las necesidades de los consumidores.

### **Conceptos Relevantes:**

**1. Planificación Estratégica:** Recopilación de datos, para procesar y transformar en información valiosa para la toma de decisiones por parte de la empresa, esta etapa es de vital importancia para marcar el rumbo de acción de la organización, si este proceso es exitoso será posible sobreponerse a cualquier problema que surja en el camino.

**2. Análisis del Macro entorno:** Se refiere a la revisión y análisis de los factores que podrían afectar a la organización en su funcionamiento, tanto como aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales.

**3. Análisis Interno:** Es la definición de los valores con los que cuenta la organización y con los cuales podrá hacer frente a las diferentes barreras que se presentaran, estos valores le entregan sentido y líneas de acción a los colaboradores.

**4. Ventaja competitiva:** Característica que posee una organización frente a otra, con la cual busca resaltar en el mercado frente a otro competidor. Esta ventaja llevara a la empresa a mantenerse en el mercado a lo largo del tiempo.

**5. Plan de negocios:** Es el mapa que permitirá guiar las acciones de la organización mediante el cual se busca lograr los objetivos planificados. Es un texto breve, en el cual deben destacar las oportunidades de negocio, ventajas del producto que se comercializa, monto de la inversión, entre otros.

**6. Producto:** Es el bien o servicio con el cual la empresa entra al mercado buscando satisfacer las necesidades de los clientes.

**7. Mecanismos de control:** Son los medios por los cuales la empresa puede controlar las actividades y el nivel de eficiencia con el cual se están ejecutando, ya que deben estar en sintonía con lo planificado, de no ser así, se deben tomar las acciones necesarias para volver al rumbo planificado.

**Macroeconomía:** Se refiere al estudio de los fenómenos que afecten al conjunto de las actividades relacionadas con la economía, por ejemplo, la inflación, el crecimiento económico y el desempleo

**Conceptos Relevantes:**

**1. Balanza de Pagos:** Este instrumento contable es utilizado para registrar las transacciones que realizan los habitantes de un país frente al resto del mundo, este instrumento tiene cuatro grupos: cuenta corriente, cuenta capital, cuenta oficial de pagos y los errores u omisiones.

**2. Demanda Agregada:** Esto es la sumatoria del consumo más los conceptos de inversión, de gasto público, las exportaciones menos las importaciones del país. Este índice es muy importante para analizar las repercusiones que tienen las variaciones que tiene la macroeconomía en el País.



**3. Ingresos públicos:** Para financiar las Políticas Públicas, el Estado debe tener ingreso de dinero, los cuales se encuentran divididos en impuestos, utilidades de las empresas que tiene el Estado, venta de activos y las deudas que asume el Estado en pro de financiar un proyecto.

**4. Gasto Publico:** Son los gastos que se realizan en un País con el fin de cubrir las necesidades de los habitantes. Estos gastos se agrupan en tres tipos, gastos operacionales, transferencias e inversiones públicas

**5. Producción de equilibrio:** Este es un concepto que se utiliza obtiene cuando la demanda de los diversos agentes económicos se iguala a la producción que tienen los productores, ya sea de bienes o servicios.

**6. Inflación:** Este concepto se define como el aumento en el tiempo de los precios en la economía de un país, debe ser un alza sostenida en el tiempo ya que no se considerará un alza de un producto por una vez.

**7. Desempleo:** Este concepto se aplica a aquellos trabajadores que se encuentran en el grupo de personas aptas para trabajar y que desean hacerlo, pero no pueden hacerlo.

**Administración:** Es la gestión mediante la cual los administradores realizan el proceso administrativo, que consiste en planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar una organización. En este glosario se utilizarán las asignaturas Ética y Gestión Financiera.

### **Conceptos Relevantes:**

1. **Moral:** Se trata de un hecho social o independiente de cada persona, se refiere a los actos de una persona bajo normas establecidas como una línea de conducta o acciones de correcto hacer.

2. **Ética:** Se entiende como la disciplina filosófica que busca a través de la reflexión crítica que muchas veces se hace de la moral, mediante la cual se establecen criterios de acción.

3. **Sociedad:** Se refiere al conjunto de personas que se unen de forma temporal o moralmente con un objetivo común y que se regulan de la manera coordinada por una autoridad.

4. **Informes contables:** Es una representación estructurada de la situación financiera de las transacciones que son ejecutadas por las empresas a un

momento determinado. Siendo su objetivo entregar información que refleja el desempeño de la empresa.

**5. Recursos:** Son los activos que tiene la empresa y con los cuales es posible producir y ejecutar proyectos.

**6. Capital de trabajo:** Es la diferencia entre el activo y el pasivo corrientes de una empresa, si se genera un excedente positivo, este monto se puede utilizar para generar más utilidades.

**7. Ratios de riesgo:** Este índice evalúa la eficiencia de la empresa en sus cobros, sus pagos, inventarios y activos. Estas ratios dan cuenta del funcionamiento de la empresa.

**Marketing:** Es la disciplina que se dedica a estudiar y analizar el comportamiento que tienen los mercados, conociendo las necesidades de los consumidores.

**Conceptos Relevantes:**

1. **Branding:** Es todo lo que se relaciona con la creación o gestión de una marca, agregando valor a estas, tanto para los clientes o para los dueños de la empresa, de esta manera se rentabiliza la marca a largo plazo.

2. **Información:** Esto es la acción de entregar o comunicar noticias, sobre algún tema específico, también se le atribuye este nombre a los conocimientos que cada persona tiene.

3. **Community manager:** Se refiere a la persona encargada de gestionar la marca en internet, crear proyectos y asumir los contenidos publicados en la web, este nuevo rol fue creado debido a la alta presencia en internet de la marca.

4. **Arquitectura de marcas:** Es una herramienta que permite establecer y organizar los objetivos de cada marca, es un diseño sencillo, de fácil entendimiento, con esto se ayuda a maximizar las oportunidades de surgir la marca.

**5. Segmentación:** Es la posición a la que apunta la marca, es de mucha importancia contar con una segmentación de marca, ya que se debe saber a qué público objetivo se quiere satisfacer con este producto.

**6. Diferenciación:** Es el elemento esencial que busca marcar diferencia, toda marca que busca jugar un papel importante en el mercado debe tener elementos diferenciadores para ejecutar su estrategia de venta.

**7. Posicionamiento:** Es la forma en que se distingue un producto o servicio del resto del mercado, creando un valor en la mente de los potenciales clientes.

**Desarrollo económico:** Se refiere al estudio de los fenómenos que afectan al conjunto de las actividades relacionadas con la economía, por ejemplo, la inflación, el crecimiento económico y el desempleo

### **Conceptos Relevantes:**

**1. Desarrollo económico:** Es la referencia que se le da a las condiciones que favorecen a los países a que logren aumentar su producción,

situación que creara mayor cantidad de bienes y servicios, proporcionando a los ciudadanos mejor calidad de vida.

**2. Productividad:** Concepto vital en el área económica, es la relación que existe entre el resultado de la actividad productiva de una empresa y los materiales o medios que han sido necesarios para obtener este resultado.

**3. PIB:** El producto interno es el indicador del crecimiento y el desarrollo económico de un País, aunque no es efectivo que mide todas las actividades de una economía, sigue siendo un indicador muy significativo en la economía.

**4. Impuestos:** Es una obligación establecida por Ley sobre personas físicas o morales, sobre diferentes actividades económicas, son impuestos establecidos por el Estado a su beneficio, mediante los cuales cada país busca recaudar fondos para financiar gastos públicos.

**5. Externalidades:** Corresponden a los resultados de la realización de una actividad económica, las cuales se originan en las decisiones de consumo de las familias, de la producción e inversiones que realizan las empresas.

**6. Crecimiento exógeno:** Este crecimiento tiene como factores relevantes los que afectan desde afuera del sistema, a partir de estos datos el modelo nos lleva a un resultado determinado.

**7. Crecimiento endógeno:** Este crecimiento tiene sus variables o la explicación del problema está dado desde adentro del sistema.

**Gestión del Talento:** Esto es un conjunto de actividades que ayudan en el proceso de recursos humanos, los cuales están diseñados para atraer, motivar y desarrollar a los trabajadores de la organización.

### **Conceptos Relevantes:**

**1. Perfil del cargo:** Es la información que contiene la definición del puesto y las tareas que debe realizar el trabajador.

**2. Reclutamiento:** Es el procedimiento mediante el cual las empresas buscan reclutar a trabajadores mediante un proceso que puede ser interno o externo.

**3. Reclutamiento interno:** Al existir una vacante en la organización, los ejecutivos buscan llenar esta vacante con funcionarios internos, dependiendo de las características que estén establecidas en el perfil del cargo.

**4. Reclutamiento externo:** Es el mecanismo mediante el cual las empresas buscan llenar las vacantes disponibles en su organización con un proceso de reclutamiento con personas fuera de la organización.

**5. Análisis curricular:** Luego de terminado el proceso de postulación en el reclutamiento, se deben revisar y analizar los currículum de los postulantes al cargo que se busca completar.

**6. Capacitación:** Es el conjunto de actividades planificadas y organizadas que permiten transmitir conocimientos y habilidades a los trabajadores buscando incrementar la eficiencia y la eficacia en las labores individuales y grupales.

**7. Evaluación del desempeño:** Es la forma en que se evalúa el desempeño de los trabajadores en la ejecución de sus actividades y responsabilidades. El objetivo es estimar el valor, la excelencia y las cualidades de un trabajador en la contribución a la organización.



**E- Marketing:** Es la disciplina que se dedica, mediante estrategias o técnicas a coordinar mediante internet buscando aumentar las ventas de productos o servicios.

### **Conceptos Relevantes:**

**1. Marketing digital:** Es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. En el ámbito digital encontramos herramientas tales como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de medir en tiempo real la aplicación de las estrategias empleadas.

**2. Business to Consumer:** Es un concepto del marketing, que se refiere a la estrategia que desarrollan las compañías comerciales que buscan llegar directamente al consumidor final, es una estrategia dirigida a un grupo grande de consumidores.

**3. Business to Business:** Hace referencia a transacciones comerciales entre empresas, entre el fabricante y el distribuidor del producto, este término se utiliza en el ámbito del comercio electrónico.

**4. Posicionamiento de marca:** Este es el lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores en base a la relación con otras empresas.

**5. Reputación online:** Es un regalo del cliente, es la forma en que la organización se beneficia con la reputación y valorización que le dan los consumidores de nuestros productos. Esta reputación puede ser buena o mala según las experiencias de los usuarios.

**6. Estrategia:** Es un plan mediante el cual una organización busca alcanzar los objetivos propuestos, es un patrón en el cual se busca conseguir una mejora en las posibilidades de éxito.

**7. Portafolio de marcas:** Es el conjunto de marcas que posee una organización y las relaciones que existen entre ellas, la organización debe ser capaz de administrar y fortalecer el conjunto de marcas que posee.

**Taller de Habilidades Directivas:** Es la disciplina que se dedica, mediante estrategias o técnicas a desarrollar las habilidades que deben tener los directivos de las empresas, para que con estas habilidades logren coordinar y administrar las relaciones con el personal.

**Conceptos Relevantes:**

1. **Líder:** Es la persona que puede liderar un equipo de trabajo mediante la inspiración, motivación o respeto. Este liderazgo se debe aplicar con respeto e inteligencia emocional hacia los trabajadores, para que los colaboradores vean en su líder a una persona cercana digno de seguir. La principal característica del líder es guiar a los trabajadores mediante la participación de todos los integrantes del equipo en los procesos.

2. **Comunicación:** Este concepto es vital dentro de cualquier organización, contar con un canal fluido de comunicación mediante un lenguaje claro y certero puede garantizar en gran parte la buena realización del trabajo grupal.

3. **Motivación:** Es una fuerza interior que tienen los individuos y que los lleva a conseguir incentivos que los llevan a satisfacer sus necesidades. Esta

motivación no solo proviene desde el individuo sino también el entorno es un factor muy importante.

**4. Conflicto:** Se refiere a las diferencias incompatibles entre individuos de un grupo de trabajo, estas diferencias pueden llevar al surgimiento de problemas. Estos conflictos pueden llevar al fracaso de un proceso productivo si no es resuelto en el momento adecuado.

**5. Negociación:** Para poder llevar un buen negocio u organización es necesario contar con personas que tengan capacidad de poder resolver conflictos de manera adecuada sin afectar ninguna parte, manejando de buena forma situaciones de tensión, desgaste o frustración que se dé en la empresa.

**Conducta del consumidor:** Es la disciplina que se dedica a investigar y conocer la conducta que adoptan los consumidores al momento de comprar, buscar o evaluar los productos o servicios que deseen consumir para satisfacer sus necesidades.

### **Conceptos Relevantes:**

**1. Consumidor:** Se refiere al individuo que busca satisfacer sus necesidades mediante la compra de productos o servicios.

**2. Servicio al cliente:** Mediante este proceso la empresa busca conocer la opinión de los clientes en base sobre la calidad del servicio o producto que se comercializa, además se conoce la percepción que ellos tienen sobre los diferentes procesos que tiene la empresa.

**3. Neuromarketing:** Es la aplicación de la neurociencia al marketing, donde podemos reconocer reacciones. Las técnicas del neuromarketing son capaces de reconocer las reacciones del cerebro, pero con ellas no se puede estipular de manera precisa teorías generales.

**4. Investigación del consumidor:** Se utilizan métodos para investigar el mercado en actividades relacionadas con la adquisición de un bien o servicio, al ir desarrollando mejor las técnicas y procedimientos podemos manejar un buen proceso de investigación, de esta forma podemos dirigir mejor las estrategias del plan de marketing, lo principal es que la información sea confiable y objetiva.

**Evaluación de proyectos:** Mediante esta asignatura conocemos la manera en que se deben analizar y evaluar los proyectos asociados a una actividad económica, estos proyectos se pueden evaluar desde dos perspectivas, tales como económica o financiera. La correcta evaluación determinará el resultado del proyecto analizado, es por esto que este análisis debe ser realizado por expertos.

## Conceptos Relevantes:

1. **Proyecto:** Es una idea de negocio que se materializa, con el fin de lograr un objetivo. Existen diferentes tipos de proyectos para analizar diferentes aspectos, así lograr vislumbrar un posible futuro y determinar si es rentable o no.

2. **Costo:** Esto se refiere a la gran interrogante que se realiza en las organizaciones, ¿cuánto me cuesta producir algo? En términos económicos, el costo de un producto o servicio corresponde al valor de los recursos económicos con los cuales se produce, los términos que se involucran son, materia prima, mano de obra y otros gastos de fabricación.

3. **Gasto:** Este concepto, a diferencia del anterior, es un desembolso de dinero para pagar un producto o servicios, el cual se recibe de forma inmediata. En el caso de las empresas, existen gastos tales como servicios eléctricos o gastos en arriendos de oficinas.

4. **Flujo de caja:** Es la herramienta mediante la cual se analizan las salidas e ingresos de dinero que tendrá una empresa en relación a un proyecto determinado. Estos flujos facilitan información acerca de la capacidad que tendrá la empresa para pagar sus deudas.

**5. Inflación:** Se refiere al aumento general de los precios del mercado, provocando a lo largo del tiempo una disminución del poder adquisitivo de cada persona.

**6. Estudio de mercado:** Es necesario realizar esta investigación para conocer los mercados y determinar la magnitud de la demanda que enfrente el proyecto que se desea realizar.

**7. Depreciación:** Este término contable reconoce la pérdida de valor que se produce por consumo o uso de un activo. De esta forma, se permite compensar el agotamiento, desgaste y destrucción de los bienes o activos producto de la operación de los mismos, es decir, representa la pérdida de valor de un activo.

**Taller de Gestión Comercial:** Mediante esta asignatura se revisaron conceptos que ayudan a la organización a generar su estrategia comercial, mediante aspectos tan relevantes como los clientes y el personal.

### **Conceptos Relevantes:**

**1. Gestión Comercial:** Este término tiene relación con las decisiones relacionadas con el mercado al que la empresa desea acceder, que tipos de productos o servicios deban entregar, además de evaluar qué precios fijar o como ser eficientes en su administración.

**2. Gestión de ventas:** Esta área tiene como objetivo mantener y aumentar las ventas de la compañía, mediante la administración eficiente del recurso humano de venta disponible y del mercado potencial de clientes en un plazo determinado.

**3. Estrategias de Marketing:** Es la manera en que la organización define como conseguir los objetivos comerciales. Para tener mejores resultados a través de estas estrategias se debe seleccionar el mercado adecuado, al igual que determinar el posicionamiento de la marca.

**4. Fidelización de cliente:** Se refiere a la estrategia que establecen las organizaciones para lograr una relación estable y duradera en el tiempo con los clientes, entendiendo con esta estrategia, que el éxito del negocio se basa en una venta constante en el tiempo.

**5. Reclutamiento y selección de personal:** Este proceso busca analizar y ejecutar la selección del personal que desea la organización, para conseguir este objetivo, se deben realizar la selección mediante entrevistas, o actividades dirigidas a contratar personal. Por lo tanto, se requiere de un personal de características muy particulares y es el departamento de recursos humanos el especialista en proveerlo, además de desarrollar y fomentar las capacidades y aptitudes del mismo.



## **BIBLIOGRAFIA**

Gallardo, F. (2017). Conceptos previos. Desarrollo Económico. Lea esto primero (Semana 1 a la 6).

UNIACC (2016). Subsistemas de Recursos Humanos: Reclutamiento y Selección. Gestión del Talento I. Lea esto primero (Semana 1 a 6).

UNIACC (2014). Estrategias para la gestión de marcas. Brand Management. Lea esto primero (Semana 1 a 6).

Alcaíno, P. (2017). Dirección y liderazgo. Taller de Habilidades Directivas. Lea esto primero (Semana 1 a 6).

UNIACC (2016). Comportamiento del consumidor. Conducta del consumidor. Lea esto primero (Semana 1 a 6).

UNIACC (2016). El contexto estratégico de la valoración de empresa y evaluación de proyecto. Evaluación de Proyectos. Lea esto primero (Semana 1 a 4)

Vilchez, F. (2017). La gerencia de venta y la gerencia comercial de una organización. Taller de gestión comercial. Lea esto primero (Semana 1 a 4)

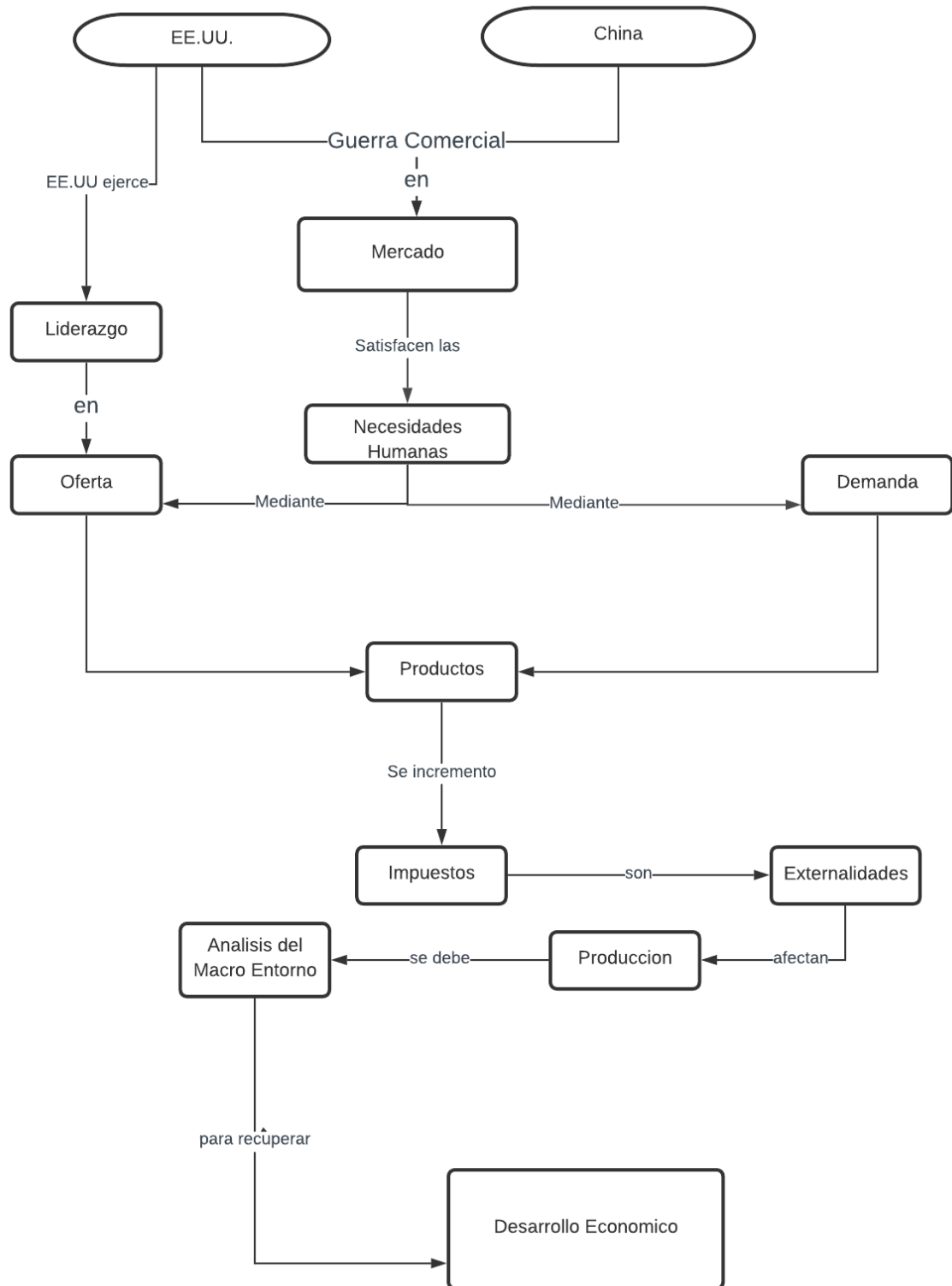
## **IV.II.- Mapa Conceptual**

### **INTRODUCCION**

En el siguiente informe se presentará, mediante un mapa conceptual, el caso de estudio “EEUU. Vs China: guerra comercial y tecnológica.

Se utilizarán conceptos con los cuales se pueda explicar de mejor manera lo planteado en el Portafolio II.

# MAPA CONCEPTUAL



## **Conclusión del caso**

Aunque no existe certeza de cuan cerca o lejos estemos de esa situación, las incertidumbres creadas por estas potencias generan un clima enrarecido en la economía y las relaciones a nivel mundial, generando una disminución en la productividad.

Lo que muchos empresarios esperan es que este proceso termine de la mejor manera para no afectar aún más a los consumidores finales que son, como en muchos casos, los principales afectados.

Este conflicto generado por alzas arancelarias de una de las potencias más importantes del mundo, ha generado inestabilidad a nivel mundial.

Las externalidades políticas o de mercado generaron la inestabilidad en el mercado mundial que se mantiene al día de hoy, esto ya que la dificultad de lograr un acuerdo entre ambas potencias ha mantenido una situación de tensión que se arrastra por más de dos años.