



# PORTAFOLIO I

Nombre : Claudia Núñez P.

Profesora : Francisco Gallardo González.

Carrera : Ingeniería Comercial

10 de Julio de 2017



## **INTRODUCCION**

En el presente glosario se mencionan y definen 21 conceptos claves estudiados de los módulos de Economía, Administración y Marketing, lo cual aporta a facilitar la comprensión del lenguaje utilizado en dichas áreas, además de garantizar una buena comunicación en una organización.

## GLOSARIO ECONOMIA

**MERCADO FINANCIERO:** Corresponde a un lugar, mecanismo o sistema, no siempre debe ser un lugar físico donde se efectúan transacciones financieras (compra y venta) como (bonos, acciones y futuros) y el lugar donde son definidos los precios, a través de la oferta y la demanda. La función principal es la intermediación entre compradores y vendedores además de la determinación del precio justo de los activos financieros.

**DEMANDA:** el concepto de demanda hace referencia a una petición, solicitud o pedido, lo cual nace de la necesidad de un individuo a que se le entregue o satisfaga dicha necesidad por parte del mercado. Por tanto podemos decir que demanda corresponde a la cantidad de bienes y o servicios que son necesarios en el mercado de una economía a un determinado precio. Esta necesidad también llamada demanda puede ser por parte de una familia, una empresa o un consumidor.

**OFERTA:** en economía corresponde a la cantidad de bienes y o servicios que se encuentran disponibles por parte de distintas organizaciones, empresa o personas que tienen la intención o deseo de para vender en el mercado y con ello satisfacer las necesidades que nacen de los consumidores.

**PRECIOS:** este concepto es utilizado en economía y finanzas publicas y corresponde al pago que se genera para la obtención de un bien o servicio, en general a cualquier tipo de mercancía. Estos precios son asignados o medidos en unidades monetarias aunque no siempre el pago de ellos se genera en dinero.

Cada producto o servicio que se encuentra disponible para la venta en el mercado tienen un precio asignado lo cual corresponde al dinero que debe tener el cliente para dar por concretada la transacción.



Por ejemplo en el mercado existe a la venta un auto, si pretendo tenerlo debemos pagar una cantidad de dinero para poder obtenerlo.

**INVERSION:** corresponde a un término económico que tiene relación con la colocación de capital de dinero que no es consumido de forma inmediata si no que queda destinado a la obtención de intereses quedando a disposición de un tercero para la realización de una operación, esta puede ser un proyecto o alguna iniciativa que se pretenda realizar. Señalar que siempre se espera la recuperación de lo invertido con las ganancias obtenidas a través de ese proyecto ejecutado. Ejemplo de inversión podemos mencionar la adquisición de bonos, acciones, propiedades, hipotecas etc.

**COSTO DE TRANSACCION:** concepto utilizado en el contexto económico y las finanzas públicas, y corresponde al costo que se genera adicionalmente al precio del bien o servicio que se desea adquirir, y el cual se incurre al ejecutar un intercambio o transacción, por ejemplo la búsqueda de la información, el tiempo que se gasta en el proceso, los costos legales etc.

**RIESGO FINANCIERO:** Termino que se utiliza en finanzas, bancos, títulos y valores financieros, el cual se refiere a la probabilidad de que un evento ocurra, estos eventos se encuentran enfocados a las consecuencias financieras negativas para una organización. También se debe entender que en los eventos que estamos asumiendo riesgos pueden generar mayores o menores beneficios de los esperados.

## **GLOSARIO ADMINISTRACION**

**PROCESO ADMINISTRATIVO:** corresponde a la herramienta que se aplica en las organizaciones para hacer posible el cumplimiento de las metas y objetivos, satisfaciendo sus necesidades lucrativas y sociales. Este proceso se compone de actividades consecutivas que se rigen por un conjunto de reglas que se encuentran establecidas en una organización.

Las acciones de este proceso son planeación, organización, dirección y control, las cuales se desarrollan con la finalidad de aprovechar todos los recursos de la organización, los cuales deben ser administrados de manera eficiente.

**CONTROL:** corresponde a un mecanismo de prevención y de corrección, proceso que permite una detección oportuna de desviaciones, ineficiencias o incongruencias en el curso de la formulación, instrumentación, ejecución y evaluación de las acciones establecidas para el cumplimiento de los objetivos. Es propósito de este proceso es procurar que se cumpla la normativa que las rige, las estrategias, políticas, objetivos, asignación de recursos etc.

**NECESIDADES:** concepto que se refiere a la sensación de carencia de algo, con la intención de poder satisfacerla, esta sensación es un componente básico del ser humano el cual afecta a su comportamiento, ya que siente la falta de algo para vivir o para sentirse mejor.

La sensación de carencia se transforma en necesidad dependiendo de la resistencia de cada individuo así como de sus experiencias relacionadas a la satisfacción de determinadas necesidades.



**PLANEACION:** corresponde a una de las etapas del proceso administrativo y a través de este proceso las organizaciones fijan sus metas y objetivos, estipulando en ella estrategias, acciones y cursos de acción en función de las metas y objetivos establecidos. En este proceso se debe considerar las distintas etapas para la toma de decisiones considerando la disponibilidad de recursos reales y potenciales con que cuenta la organización.

El planear algo define el lugar o momento en donde se encuentra algo o alguien, plantea a donde se quiere ir e indica paso a paso lo que se debe hacer para llegar hasta allí.

**ORGANIZACIÓN:** Una organización sólo existe cuando hay personas capaces de comunicarse y que están dispuestas a actuar conjuntamente para obtener un objetivo común. También podemos decir corresponde al ordenamiento de uno o de varios sistemas. Para una estructuración más adecuada cada sistema se compone de otros subsistemas los cuales desempeñan funciones determinadas.

Organizaciones son sistemas abiertos cuyas partes se relacionan entre si también con su medio ambiente. Un cambio en una parte del sistema también afecta otras partes del sistema.

**MOTIVACION:** corresponde a la acción y efecto de motivar, a los estímulos que incentivan a las personas para realizar las actividades y acciones perdurando en ellas para su culminación.

En palabras claras la motivación corresponde a la voluntad para hacer o no los esfuerzos que finalmente alcancen las metas y objetivos establecidos por la organización y a la vez satisfacer alguna necesidad personal.

Trata de un componente psicológico que orienta, mantiene y/o determina la conducta de una persona.



**OBJETIVOS:** el concepto de objetivos en el área de la administración es utilizado también como una meta que se desea llegar y para lo cual se disponen medios determinados, superando obstáculos y dificultades que pueden generar la caída de un proyecto o idea. Este concepto es lo que incentiva al individuo u organizaciones a la toma de decisiones que puedan hacer cumplir sus aspiraciones.

## GLOSARIO MARKETING

**PLAN DE NEGOCIOS:** corresponde a un documento claro y atractivo que pretende comunicar una idea de negocio, en el cual se describe un proyecto (negocio), respecto a cómo se va a operar y desarrollar el negocio en un periodo de tiempo determinado. En un plan de negocio se analiza el mercado, se dejan estipuladas las acciones que serán realizadas en tiempo para el cumplimiento de objetivos, de las cuales podemos incluir las estrategias, información financiera, información del mercado, clientes etc.

Este documento es considerado como una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial.

**VENTAJA COMPETITIVA:** la ventaja competitiva es una característica en algún aspecto que posee una empresa sobre otras participantes del mismo mercado, la cual la instala en una posición superior a la hora de competir con las otras, lo cual es beneficioso para la mantención de los clientes.

Es posible obtener una ventaja competitiva cuando se desarrolla algo diferente y no tradicional de la industria o mercado dando una ventaja por sobre el resto de los competidores.

Algunos ejemplos como, elaboración de un producto de mejor calidad, entregar a los clientes un servicio superior, tener una mejor ubicación geográfica, elaborar un producto con mejor rendimiento que las marcas de la competencia etc.

**PROVEEDORES:** son organizaciones o personas que tienen por objeto abastecen o surtir con algún bien o servicio a otras empresas y que son necesarios para hacer posible el desarrollo de una actividad económica vinculada con la producción y la actividad de una empresa o persona jurídica por el que se les debe una retribución



**POSICIONAMIENTO:** se denomina posicionamiento a la referencia del lugar que según la percepción mental de los consumidores tiene una marca, de cómo ingresa la marca, servicio o producto en su mente, lo que establece la diferencia existente entre aquella y la competencia. La empresa puede decidir respecto a que atributos pretende que los clientes reconozcan para que sentirse atraídos y dar la preferencia a la hora de consumir.

**MARKETING:** se define como un conjunto de principios y prácticas de negocio realizadas por la organización las cuales que pretenden aumentar del comercio, enfocado especialmente a la demanda. Esto involucra el estudio de los procedimientos y recursos para satisfacer las necesidades demandas por los clientes, asignarle precios a los bienes y o servicios, promover y distribuir dichos bienes a los mercados meta, con la finalidad de obtener ganancias y cumplir los objetivos de la organizacion.

**CADENA DE VALOR:** corresponde al proceso que nos permite la visualización de los procesos desde el inicio hasta la final, ósea cada proceso de la cadena productiva hasta que el producto ingresa en el mercado y llega a las manos de los clientes. Lo ideal es que al momento de llegar a los clientes dicho producto haya adquirido un valor que no tiene al principio y que debido a eso logre la diferenciación con los competidores. Los pasos de la cadena de valor son: la fabricación, la gestión comercial, soporte técnico, la distribución y el mercado.

**STAKEHOLDER:** palabra en ingles que significa “interesado” y se refiere a todas las personas u organización las cuales se ven afectadas por las decisiones de una empresa, y se clasifican en:

- Los stakeholders primarios, que son aquellos imprescindibles para el funcionamiento de la organización, es decir, todos aquellos que tienen una relación



económica directa con la empresa, como los accionistas, los clientes o los trabajadores.

- Los stakeholders secundarios, que son aquellos que no participan directamente en las actividades de la empresa, pero que, sin embargo, se ven afectados por ella, como, por ejemplo, los competidores o la comunidad, entre otros.

**CONCLUSION**



Estudiando y comprendiendo cada uno de los conceptos entregados podemos notar que cada uno de los tiene directa relación entre si, además de ser todos de gran relevancia para el funcionamiento de una organización, así como para el logro de los objetivos y metas de la misma.



# PORTAFOLIO II

Nombre : Claudia Núñez P.

Profesora : Francisco Gallardo González.

Carrera : Ingeniería Comercial

31 de marzo de 2018



## **INTRODUCCION**

En el presente glosario se mencionan y definen 21 conceptos claves estudiados de los módulos de Economía, Administración y Marketing, lo cual aporta a facilitar la comprensión del lenguaje utilizado en dichas áreas, además de garantizar una buena comunicación en una organización.

## GLOSARIO MARKETING

**MARCA:** un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores. Siendo esta un conjunto de valores que con lo cual los clientes reconocen una empresa.

**FIDELIZACION DE CLIENTES:** corresponde a lograr que el consumidor que ya haya adquirido nuestro cliente alguna vez, se convierta en un cliente frecuente o cliente habitual, siendo fiel a una marca, a un servicio o un producto, y que cada vez que pueda realice la compra con la misma marca.

**PREFERENCIAS:** permite señalar la ventaja o primacía que algo o alguien tiene sobre otra cosa o persona. Las preferencias pueden ocurrir por motivos de valor, interés personal, intereses familiares, creencias etc.

**DIFERENCIACION:** Calidad de las marcas y productos que se distinguen positivamente de la competencia, bien sea por su imagen de marca o por sus atributos, reuniendo ventajas competitivas que posibilitan su posicionamiento.

**SEGMENTO:** la segmentación trata de dividir el mercado en grupos con características y necesidades semejantes y que tengan deseos y hábitos parecidos, por ejemplo grupos de clientes o sectores por edades, por sexo, etc.



**BRANDING:** Conjunto de acciones que generan imagen empresarial, credibilidad y reputación, dirigidas a la proyección de una imagen positiva para la sociedad. El branding resalta el conocimiento, la cultura y especialmente la gestión de la marca, que se convierte en el eje esencial de la estrategia empresarial.

**COMPETENCIA:** Concurrencia de varios vendedores o empresas en el libre mercado para intentar conseguir que éste seleccione al producto que comercializan. Para ello proponen precios atractivos y atributos del producto que lo hagan ser diferente a los demás que se presentan.

## GLOSARIO ECONOMIA

**AGENTES ECONOMICOS:** Los agentes económicos son actores que intervienen en la economía, bajo un determinado sistema económico y conjunto de "reglas de juego". Estos toman decisiones buscando optimizar su bienestar. Moldean al mundo en el que vivimos y deciden la asignación de los recursos. Estos Individuos pueden reconocer los diferentes factores, influencias y motivaciones de los diferentes grupos económicos.

**FAMILIA:** agente económico que consume, ahorra, invierte y ofrece servicios de trabajo. La familia como grupo puede tener un solo individuo o más y no necesariamente podría estar ligado a una relación de parentesco.

**RENTA:** la palabra renta se refiere al ingreso, la suma de dinero mensual, quincenal, semanal, que reciben los trabajadores como consecuencia del cumplimiento del trabajo por el cual fuera contratado oportunamente.



**PASIVOS:** corresponden a todas las deudas u obligaciones que debe pagar una organización. Por ejemplo pago a proveedores, pago de remuneraciones etc.

**RECURSOS PRODUCTIVOS:** El término recursos productivos se refiere a todos aquellos bienes y servicios que se emplean para producir otros bienes y servicios destinados bien a su consumo por parte de los agentes económicos, bien a la producción de nuevos bienes y servicios. También reciben el nombre de factores productivos. Tradicionalmente se identifican tres tipos de factores productivos en la economía: la tierra, el trabajo y el capital.

**DINERO:** es todo medio de intercambio común y generalmente aceptado por una sociedad que es usado para el pago de bienes (mercancías), servicios, y de cualquier tipo de obligaciones (deudas).

**ACTIVOS:** Es el conjunto de bienes y derechos de una sociedad, es decir, lo que posee más lo que le deben. El activo muestra en qué ha invertido una empresa, por ejemplo, mobiliario, terrenos, equipos etc.

## **GLOSARIO ADMINISTRACION**

**INVERSION:** se refiere al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable. Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial.



**FINANCIAMIENTO:** mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que esta lleve a cabo un proyecto, adquiera bienes o servicios, cubra los gastos de una actividad u obra, o cumpla sus compromisos con sus proveedores.

El financiamiento es un motor importante para el desarrollo de la economía, pues permite que las empresas puedan acceder a los recursos para llevar a cabo sus actividades, planificar su futuro o expandirse.

**PRESUPUESTO:** Un presupuesto es una previsión, proyección o estimación de gastos. Como tal, es un plan de acción cuyo objetivo es cumplir una meta prefijada. Los presupuestos son parte de la administración de las finanzas de familias, profesionales, empresas, organizaciones o países.

Las empresas, por su lado, realizan con cierta periodicidad un presupuesto financiero donde incluyen ingresos, egresos, flujo neto, caja inicial, caja final, caja mínima, todo ello con el objetivo de evaluar su estado económico.

**ESTADOS FINANCIEROS:** Son los documentos de mayor importancia que recopilan información sobre la salud económica de la empresa, cuyo objetivo es dar una visión general de la misma.

Se incluyen dentro de los estados financieros: el balance de situación, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de flujos de efectivo o la memoria.

Todos los documentos recogidos tienen que caracterizarse por ser fiables y útiles, teniendo que reflejar realmente lo que está sucediendo en la empresa.

**CAJA:** Son todo el efectivo que ha ingresado a la compañía por medio de Efectivo Moneda Nacional, Efectivo en Moneda Extranjera, Giros, Pagares de Tarjetas de



Crédito, Cheques en concepto de venta de productos, prestación de servicios u otros que han pagado los clientes y/o terceras personas a una empresa.

**IMPUESTO:** corresponde al monto de dinero al que las empresas e individuos están obligados a pagar al estado para la financiación de los gastos del mismo por diferentes conceptos, los cuales están establecidos por Ley.

**AHORRO:** corresponde a una parte de los ingresos que no está destinada a la obtención de bienes y servicios inmediatos, por tanto, corresponde al porcentaje de los ingresos que o está contemplado dentro de los gastos, de los costos o de las inversiones inmediatas.



## CONCLUSION

Estudiando y comprendiendo cada uno de los conceptos entregados podemos notar que cada uno de los tiene directa relación entre si, además de ser todos de gran relevancia para el funcionamiento de una organización, así como para el logro de los objetivos y metas de la misma.



# PORTAFOLIO II

Nombre : Claudia Núñez P.

Profesora : Francisco Gallardo González.

Carrera : Ingeniería Comercial

23 de Abril de 2018

## INTRODUCCION

A continuación el lector podrá encontrar el caso de una PYME que deberá enfrentar la falta de liquidez, a propósito de la conocida laxitud en el cumplimiento de fechas de pago de una parte de las instituciones pertenecientes a la Administración del Estado, esto por el incumplimiento de los servicios contratados, a raíz de una mal administración.

En concreto, el caso señalado proviene de empresa Rock Til y el Hospital Comunitario de Til Til

Dentro del contrato se establecen las condiciones de entrega del servicio, detalles del mismo, pago del servicio, entre otros. Respecto de este último aspecto las bases establecen pago a 30 días desde la emisión de factura, la que se concretara a través de un cheque a nombre de la empresa, solo si son cumplidas a 100% las condiciones de la propuesta.



## **IMPACTO QUE CAUSA EN UNA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EL INCORRECTO MANEJO DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS**

El presente caso ha sido tomado de la factura emitida por parte de un proveedor que presto servicios de construcción en el hospital Comunitario de Til Til en el año 2016 y 2017.

Durante el año 2015 se realiza Licitación pública para contratar los servicios de construcción en el Hospital Comunitario de Til Til, a lo cual se adjudica un proveedor específico al contar con la oferta más conveniente que luego de ser evaluada es adjudicado para el desarrollo de los trabajos.

Es importante señalar que en este caso nos referimos a una pequeña empresa que cuenta con la experiencia mínima requerida para el servicio, asignándole ponderación por ser proveedor de la misma comuna generando mayor confianza para el cumplimiento de las obras.

El contrato contaba con su fecha de inicio y su fecha de término, fechas que inicialmente fueron cumplidas y canceladas por parte de la institución contratante, lo que ayuda al proveedor a tomar mayor confianza y buscar financiamientos para contar con mayor disponibilidad de fondos y continuar en postulaciones a licitaciones públicas.

Posteriormente se adjudicaron otras licitaciones por parte de la institución con el mismo proveedor, dentro de las cuales se fue cayendo en incongruencias con lo solicitado en las respectivas bases y lo que el proveedor realizada dentro de la institución, esto debido a que los acuerdos no eran cumplidos en forma y tiempo por parte del proveedor, lo que no fue manifestado a las unidades correspondientes de



la institución. Por ejemplo a la unidad de abastecimiento para realizar las multas o términos de contratos correspondientes.

Debido a la falta de comunicación, coordinación y control entre las unidades correspondientes como, referente técnico del servicio, y el proveedor para un desarrollo eficiente del servicio, ya que se realizaban servicios que no correspondían debido a emergencias y urgencias a criterios del referente técnico, que además era encargado de la unidad de mantención es que las recepciones conformes y pagos de los servicios prestados no se cancelaban en las fechas estipuladas inicialmente, lo que fue generando que la empresa no contara con la liquidez necesaria para cumplir satisfactoriamente con los servicios contratados.

Posteriormente la institución a través de sus unidades correspondientes comienza el desarrollo procesos administrativos que subsanen las faltas cometidas, dando términos a los contratos pendientes con dicha empresa, el cobro de multas a través de boletas de garantías etc.

A visión en forma personal en la actualidad el proveedor se encuentra sin financiamiento para continuar prestando servicios de tipo Construcción debido al manejo incorrecto de la Administración de su empresa.

Si bien el proveedor tuvo gran responsabilidad en los errores cometidos, tanto administrativa como financieramente dentro dichos procesos, que lo llevaron a la imposibilidad de continuar trabajando en este rubro específicamente con la institución pública mencionada, no debemos dejar de analizar las faltas cometidas e incumplimientos por parte de la institución mandante.

No debemos olvidar la relevancia que tiene los procesos de administración, como control, dirección, planificación, organización los cuales no fueron cumplidos a cabalidad por ambas partes en el caso expuesto.

## CONCLUSION

En el presente trabajo y nuevamente a mi juicio personal se refleja que la administración de la empresa no se encontraba quizás en manos del profesional con las competencias desarrolladas para llevar dicha función, ya que como proveedor debe estar atento a los cambios en la planificación inicial, realizar los estudios pertinentes y contar con la información necesaria que le permita tomar las mejores decisiones en beneficio de su empresa, así como también cumplir con el servicio que esta ofreciendo.

En el trabajo se expone la falta de liquidez a la cual llego la empresa debido a una incorrecta administración de los fondos, también podemos ver que se realizaron acciones no éticas al realizar trabajos que no estaban acordados a través de un proceso publico regulado por la normativa correspondiente.

Procesos obviados y que llevaron a la empresa a no dar cumplimiento a sus objetivos: Propósitos – Investigación- Estrategias – Políticas- Procedimientos – Programas – Presupuestos – Cursos de acción y por sobre todo el control que les permitía a tiempo realizar cambios si fuese necesario.





# PORTAFOLIO III

Nombre : Claudia Núñez P.

Profesora : Francisco Gallardo González.

Carrera : Ingeniería Comercial

08 de Julio de 2018



## **INTRODUCCION**

En el presente glosario se mencionan y definen 21 conceptos claves estudiados de los módulos de Economía, Administración y Marketing, lo cual aporta a facilitar la comprensión del lenguaje utilizado en dichas áreas, además de garantizar una buena comunicación en una organización.

## GLOSARIO MARKETING

**MARKETING DIGITAL:** El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas, importante considerar también que engloba todas las acciones de publicidad, comunicación y relaciones públicas realizadas a través de páginas web, blogs, buscadores, publicidad online, redes sociales, correo electrónico y dispositivos móviles.

**FIDELIZACION DE CLIENTES:** En el ámbito del marketing, la fidelización es un concepto esencial para empresas orientadas al cliente, que persiguen una relación a largo plazo con los usuarios finales. En la práctica, el objetivo no es otro que lograr la fidelidad del cliente, es decir, que un consumidor que haya adquirido nuestro producto o servicio se convierta en un cliente asiduo que, todavía mejor, además nos recomiende.

**COMPETENCIA:** Se denomina competencia a un conjunto de compañías que coinciden en un mismo nicho del mercado u ofrecen productos similares. Existen diferentes niveles de competencia de acuerdo a la interacción comercial de las empresas en el mercado y dependiendo de si la competencia se origina entre marcas, productos o necesidades. Por lo general, la competencia origina una mayor oferta de productos en el mercado.

**CAMPAÑAS DE MARKETING:** Una campaña publicitaria es un amplio conjunto de estrategias comerciales que tienen como objetivo dar a conocer el producto o servicio que buscas ofrecer. Esto se logra a través de anuncios distintos pero relacionados, que aparecen en uno o varios medios de comunicación durante un periodo determinado.



Las campañas son diseñadas en forma estratégica para impactar en un grupo de sectores y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que, por lo general, funciona durante un año o menos.

**CANALES DE COMUNICACIÓN:** Los medios o canales, de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales, etc.

Los canales pueden ser:

Personales, son aquellos en donde la comunicación es directa. Voz a voz, puede darse de uno a uno o de uno a varios.

Masivos, estos canales pueden ser escritos, radial, televisivo e informático.

**METRICAS:** las métricas son las medidas que usamos para ver o calcular los resultados de algo específico con el fin de ver qué obtuvimos, en qué fallamos y en qué podemos mejorar. En el caso de Marketing por ejemplo son útiles para medir los resultados de las estrategias de marketing que estamos realizando.

**DATAMING:** El Datamining es un conjunto de técnicas y tecnologías que permiten explorar grandes bases de datos, de manera automática o semiautomática, con el objetivo de encontrar patrones repetitivos que expliquen el comportamiento de estos datos.

Datamining surgió con la intención o el objetivo de ayudar a comprender una datos en grandes cantidades, y que estos, pudieran ser utilizados para extraer conclusiones para contribuir en la mejora y crecimiento de las empresas, sobre todo, por lo que hace a las ventas o fidelización de clientes.

Por tanto, los datos son el medio o la base para llegar a conclusiones y transformar estos datos en información relevante, para que las empresas puedan abarcar mejoras y soluciones que les ayuden a conseguir sus objetivos.

## GLOSARIO ECONOMIA

**ECONOMIA:** La economía es una ciencia social que estudia la forma de administrar los recursos disponibles para satisfacer las necesidades humanas. Además, también estudia el comportamiento y las acciones de los seres humanos.

Como los recursos del planeta son escasos y desgraciadamente, no todos podemos disponer de todo, nos vemos obligados a administrar esos bienes para conseguir lo que nos falta. La ciencia económica envuelve la toma de decisiones de los individuos, las organizaciones y los Estados para asignar esos recursos escasos.

La economía se centra también en el comportamiento de los individuos, su interacción ante determinados sucesos y el efecto que producen en su entorno (en los precios, la producción, la riqueza o el consumo, entre otros). Es una ciencia social porque estudia la actividad y comportamiento humanos, que es un objeto de estudio altamente dinámico

**DESARROLLO ECONOMICO:** El desarrollo económico puede definirse genéricamente como crecimiento sostenible desde tres puntos de vista: económico, social y medioambiental. Tal crecimiento cualificado tiene diversas implicaciones:

- La dimensión cuantitativa: el desarrollo implica un aumento cuantitativo de los flujos de producto-renta-gasto por habitante.
- La dimensión relativa: la medición del desarrollo de un país tiene en cuenta su población y el nivel alcanzado por otros países.
- La dimensión dinámica: el desarrollo no es sólo un estado (situación), sino principalmente un proceso.

- La dimensión temporal: el desarrollo es un proceso auto sostenido, que no sólo hace posible el dinamismo presente, sino también su continuidad en el futuro.
- La dimensión social: el desarrollo es un crecimiento solidario (solidaridad no sólo intergeneracional, sino también intergeneracional).
- La dimensión medioambiental: el desarrollo es un crecimiento sostenible desde el punto de vista de los recursos naturales y el equilibrio medioambiental.

Por tanto puede definirse como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes

**MACROECONOMIA:** La macroeconomía es la rama de la economía que estudia el comportamiento de agregados, por oposición a la microeconomía, que estudia unidades individuales. Las variables que usualmente estudia la macroeconomía son el nivel de renta nacional, el consumo, el ahorro, la inversión, la inflación, el tipo de cambio, etc.

Estos elementos de los que se encarga la macroeconomía, están en realidad compuestas por otros elementos individuales. Por ejemplo, la inversión nacional se forma por la inversión de cada una de las empresas y del gobierno. Los índices de precios intentan reflejar la variación del promedio de precios de toda la economía.

**MICROECONOMIA:** La microeconomía es la disciplina que estudia el comportamiento económico de empresas, hogares e individuos y su interacción con los mercados. Analiza cómo toman decisiones para asignar sus recursos limitados a las distintas posibilidades.

Las personas tienen necesidades específicas que cubrir (alimentación, vestido, medicinas, vivienda) y existen múltiples factores que influyen en la capacidad de

generar recursos para satisfacer dichas necesidades, tales como trabajo, materia prima o capital. El equilibrio y óptima distribución de estos recursos, es materia microeconómica.

Uno de los objetivos de la microeconomía es examinar el efecto de los cambios de precios en los consumidores (demanda) y el efecto de los precios en los productores (oferta)

**CRECIMIENTO ECONOMICO:** El crecimiento económico es definido como la capacidad de una economía para producir cada vez más bienes y servicios. Se puede expresar como una expansión de las posibilidades de producción de la economía, es decir que la economía puede producir más de todo.

También podemos decir que es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente de un país o una región) en un determinado periodo (generalmente en un año).

A grandes rasgos, el crecimiento económico se refiere al incremento de ciertos indicadores, como la producción de bienes y servicios, el mayor consumo de energía, el ahorro, la inversión, una balanza comercial favorable, el aumento de consumo de calorías per cápita, etc. La mejora de estos indicadores debería llevar teóricamente a un alza en los estándares de vida de la población.

**FACTORES DE PRODUCCION:** Los factores de producción son los recursos que una empresa o una persona utiliza para crear y producir bienes y servicios. Cada uno de estos factores tiene una compensación o un retorno.

En la actualidad, con los grandes cambios a nivel de producción, también se pueden considerar como factores de producción la capacidad empresarial y el entorno tecnológico. Para producir bienes y servicios es necesario combinar esta serie de elementos, denominados factores de producción.





**EFFECTIVO:** El efectivo es un elemento de balance y forma parte del activo circulante. Es el elemento más líquido que posee la empresa, es decir, es el dinero. La empresa utiliza este efectivo para hacer frente a sus obligaciones inmediatas.

El efectivo está formado por:

Dinero en curso legal

Cuentas corrientes o de ahorro (siendo el titular la empresa)

Cheques

## **GLOSARIO ADMINISTRACION**

**METAS:** Las metas establecidas para la institución responden a sus objetivos y al direccionamiento estratégico. Se hace seguimiento de éstas mediante la medición y análisis de indicadores; encuestas de satisfacción; reuniones con partes interesadas, etc. Para ver si estamos en buen camino para que sean cumplidos los objetivos de la Organización.

**RECURSO HUMANO:** Los recursos humanos se denominan como un conjunto de trabajadores o empleados que forman parte de una empresa o institución que se determina por ejercer varias lista de actividades precisas para cada zona. Se puede decir que los recursos humanos (RRHH) de una empresa son de conformidad a las hipótesis de administración de empresas, debido a que es una de los capitales más importante en el cual son los responsables de la realización y el desarrollo de todas las actividades que se necesitan para que se tenga un buen funcionamiento y así poder contratar, ordenar y retener al personal de la organización. Estas actividades las pueden ejercer un individuo o departamento específico junto con los directivos de la organización.

**AREAS FUNCIONALES:** Las áreas funcionales de la empresa son las diversas actividades más importantes de la empresa, ya que por ellas se plantean y tratan de alcanzar los objetivos y metas. Generalmente una empresa está formada por lo menos 5 áreas funcionales básicas (dirección, administración, ventas, producción y contabilidad y finanzas), pero puede estar formada por muchas más (investigación, recursos humanos, estrategia, etc.)

**GESTION:** Se denomina gestión al correcto manejo de los recursos de los que dispone una determinada organización, como por ejemplo, empresas, organismos públicos, organismos no gubernamentales, etc. El término gestión puede abarcar una larga lista de actividades, pero siempre se enfoca en la utilización eficiente de estos recursos, en la medida en que debe maximizarse sus rendimientos.

**ESTRATEGIAS:** Una estrategia es el conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto, por ejemplo lo que suelen implementar las empresas para cumplir efectivamente con la consecución de sus metas y fines, son las estrategias.

**ACTIVIDAD ECONOMICA:** La actividad económica comprende la producción y distribución de bienes y servicios a todos los niveles. La actividad económica y los niveles esperados futuros de la misma tienen una influencia importante en los precios de los activos debido a la interrelación entre la actividad económica y los beneficios empresariales, la inflación, las tasas de interés y otras variables. Una medida de uso frecuente de la actividad económica es el producto interno bruto.

Un acto que requiere el uso de recursos o tiempo. Ejemplos incluyen la compra de una acción o hacer un producto para vender. El nivel de la actividad económica a lo largo de una economía se puede medir en un número de maneras, tal vez con el PIB como la medida más común.

**COMPETENCIAS:** Características personales que han demostrado tener una relación con el desempeño sobresaliente en un cargo/rol determinado en una organización en particular.



## **CONCLUSION**

Estudiando y comprendiendo cada uno de los conceptos entregados podemos notar que cada uno de los tiene directa relación entre si, además de ser todos de gran relevancia para el funcionamiento de una organización, así como para el logro de los objetivos y metas de la misma.



# PORTAFOLIO III

Nombre : Claudia Núñez P.

Profesora : Francisco Gallardo González.

Carrera : Ingeniería Comercial

29 de Julio de 2018



## **INTRODUCCION**

El presente trabajo se analizara la empresa Full Reciclajes Ltda. Dedicada el rubro de reciclaje de cobre, acero y aluminio, fundada en el año 1980, a cargo del empresario Don Alberto Valverde.

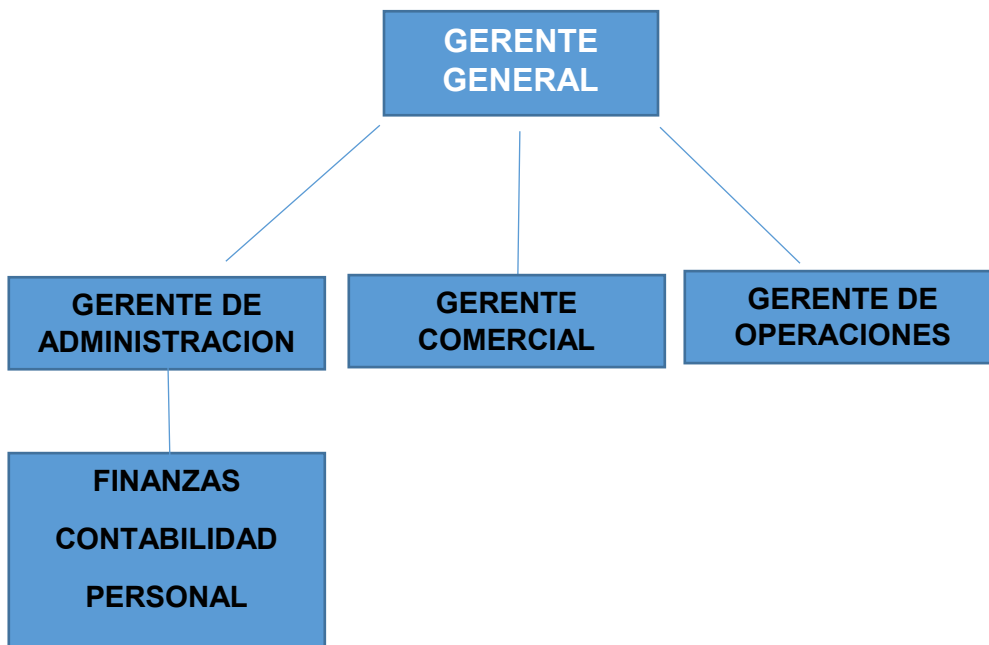
En el presente trabajo se realizara un diagnóstico de la problemática que presenta la administración o áreas en general de la organización. En el que se propondrán alternativas de mejoras evaluando los cursos de acción seleccionados para las unidades, administrativa, operacional, financiera y comercial.

## Diagnóstico de la situación o problemática

En esta instancia nos enfocaremos en analizar una empresa llamada Full reciclajes Ltda fundada en 1980, dedicada al rubro del reciclaje de metales con especial énfasis en el cobre, acero y aluminio. Dicha empresa se encuentra a cargo del empresario Sr. Alberto Valverde.

Respecto a la administración de la empresa se señala que esta tiene un funcionamiento tipo familiar con una estructura plana, donde las responsabilidades de los cargos de principales de la empresa, eran asumidas por familiares y conocidas de don Alberto.

### ORGANIGRAMA FULL RECICLAJES LTDA.





Full reciclajes Ltda. Cuenta con una dotación de 130 personas, muy bien valoradas, remuneradas y reconocidas a través de bonificaciones que entrega la empresa. Este personal es administrado, dirigido, y controlado por un gerente de administración, un gerente comercial y un gerente de operaciones.

El Gerente de Administración tiene a su cargo la administración de las unidades de Finanzas, contabilidad y personal.

El gerente comercial debe velar por atraer y adquirir nuevos clientes. Y el gerente de operaciones tenía a cargo el proceso productivo que no había sido cambiado por lo menos en los últimos 20 años.

En el último periodo la empresa Full reciclajes Ltda, debió ajustarse un poco respecto a sus gastos debido a las bajas presentadas en el precio del commodities, también continuaba pasando por una baja en la recolección de nuevos clientes. Debido a esto es que don Alberto piensa que es favorable ingresar en nuevos negocios y pensó en una recicladora de caucho.

Para realizar su nuevo proyecto realiza la compra de un terreno de 41.000 mt<sup>2</sup>, terreno que fue comprado en agosto de 2016, y se pagó con una cuota inicial al contado por MM\$300 y el saldo con un crédito comercial a 5 años con cuotas pagaderas semestralmente.

### **Identificación y Evaluación de Cursos y de acción:**

**Para el Área de Administración:** si bien las caídas y bajas que viene presentando la empresa no están dirigidas únicamente a una unidad de la organización, sabemos que todas son sistemas que se relacionan entre sí, debido a esto es que se recomienda evaluar la calidad y capacidad de trabajo que se tiene a nivel de administración. En el diagnostico dijimos que la empresa entrega bonos y remuneraciones por sobre el mercado, quizás con el estudio de debiesen centralizar o enfocar de mejor manera la asignación de estos beneficios, y de esta manera conseguir la motivación de los trabajadores de forma individual, y con ello



guiarlos hacia el cumplimiento de objetivos y metas que tiene propuesto la organización.

También es importante analizar o evaluar que el personal este realizando el trabajo según sus capacidades.

### **Identificación y Evaluación de Cursos y de acción:**

**Para el área Comercial:** según el diagnóstico señalado la intención de integrarse al mercado del caucho nace respecto a una referencia de un conocido, no a través de un estudio e investigación del mercado antes de realizar la inversión por la compra del terreno en el cual será desarrollado el negocio. En conjunto con lo señalado no se señala o no se refleja hacer realizado el segmento objetivo para el negocio, lo que es necesario saber a la hora de implementar cualquier tipo de negocio.

Antes de realizar o pensar en la iniciación de un nuevo negocio mejorar los procesos comerciales, esto a través de mejorar o renovar las campañas de marketing, permitiendo la atracción de nuevos clientes para que remonte la empresa Full Reciclajes Ltda.

### **Identificación y Evaluación de Cursos y de acción:**

**Para el área Operacional:** En esta unidad está más que claro que el problema se presenta en que la empresa a través de su unidad de operaciones no se está ajustando al entorno cambiante que tenemos, es imposible esperar el éxito de una organización si no renovamos un proceso productivo. Considerando que esta es una de las etapas de mayor importancia para un producto o un servicio.

A mi criterio el curso de acción más importante dentro del funcionamiento de la empresa que analizamos seria la modificación o cambio del Proceso productivo.



Respecto a lo **financiero** podemos decir que la empresa no cuenta con un buen desempeño en esta unidad ya que debiese existir una evaluación o análisis periódicamente del funcionamiento que permita:

Analizar la liquidez con que cuenta la empresa y así evitar endeudarse a largo plazo como lo realizó esta empresa para la compra del terreno. Señalar que esto genera una reducción de costos importantes para las organizaciones.

No se refleja un control respecto a las bonificaciones y remuneraciones de los trabajadores, lo que también además de reducir costos para la empresa ayuda a un ordenamiento en los costos.

Actualmente la empresa ha incrementado sus deudas a largo, lo cual ha disminuido este último año la capacidad que tiene la empresa para financiar sus inversiones con recursos propios, específicamente para la compra del terreno para el nuevo negocio, aumentando sus cuentas por pagar.

Se debe considerar que las utilidades han ido variando entre los años 2015-2016, disminuyendo, lo cual se puede deducir que estos cambios se deben a los vaivenes de la economía mundial que ha afectado al mercado, así como también debido a la no correcta administración de la empresa

Como temas importantes respecto al análisis se sugiere:

- Los aumentos en dinero deben estar basados principalmente en la conformación de cada trabajador según lo establecido por un excelente desempeño en la producción, lo cual se debería iniciar por una evaluación de desempeño acorde con la función de cada trabajador.
- Proceso de Supervisión  
Es necesario para cada empresa llevar una supervisión de cada procedimiento establecido en la entidad, desde la adquisición de las materias primas hasta la venta y post venta de los productos y así asegurarse que se está cumpliendo con lo establecido.
- Proceso de Producción

Es necesario revisión y evaluación constante de los procesos productivos que tiene la empresa.

- Proceso de Mercadeo y ventas

Reclutar personal capacitado para implementar las herramientas comerciales acorde con el producto y el cliente, o también existe la opción de contratar una empresa externa que se focalice a esta necesidad.

Respecto a las ventas debe existir un control al personal y sus actividades laborales, como por ejemplo plantear horarios, metas acorde con el mercado, reuniones periódicas con capacitaciones del producto y formas de venta, todo considerando los cambios que se van teniendo en el entorno que se desarrolla la empresa.

## CONCLUSION

Como conclusión al caso que analizamos me permito manifestar que presenta una serie de falencias en su administración, respecto a todas sus áreas. Hablamos de falencias que son posible mejorar a través de mejoras y cambios en los procesos que actualmente desarrolla la empresa.

En el presente trabajo se proponen acciones que aporten a la mejora en funcionamiento de la empresa.

Finalmente me permito señalar que detecté en el análisis una falencia importante y que deja como enseñanza que siempre se debe están observando y analizando el comportamiento y los resultados de la empresa, con ello es posible detectar este tipo de falencia en el tipo recomendable para que sean cambiadas, retomando el camino al éxito de la organización.

En este caso no existió una observación constante lo que lleva a la baja en la captación de nuevos clientes y futuras ventas para la empresa, debido al mal funcionamiento en general que llevada la organización.



# PORTAFOLIO IV

Nombre : Claudia Núñez P.

Profesora : Edith Carola Ubilla Briones

Carrera : Ingeniería Comercial

15 de octubre de 2018



## **INTRODUCCION**

En el presente glosario se mencionan y definen 84 conceptos claves estudiados en el transcurso de la carrera, lo cual aporta a facilitar la comprensión del lenguaje utilizado en distintas áreas para nuestro desarrollo laboral, además de garantizar una buena comunicación en una organización.

## Glosario Habilidades Directivas

**Negociación:** La negociación es un proceso en donde los agentes interesados en llegar a un acuerdo sobre un asunto en particular, intercambian información, promesas y aceptan compromisos formales. La negociación se suele dar en forma de diálogo entre las partes, en donde cada uno tiene interés en lo que la otra parte tiene o puede ofrecer, pero no está dispuesto a aceptar todas sus condiciones. De esta forma, cada parte busca que la otra ceda en algo su postura para poder llegar a un punto de acuerdo aceptable por ambos.

**Conflicto:** Un conflicto es una lucha o disputa entre dos o más partes. También puede significar pelea, enfrentamiento armado o guerra. Usado en sentido figurado, sin que exista el uso de la fuerza, un conflicto puede ser una oposición, discusión, un problema, un apuro o una situación complicada (por ejemplo, conflicto laboral o conflicto de intereses).

**Tácticas de negociación:** Las tácticas de negociación son acciones específicas que se llevan a cabo con el fin de lograr un acuerdo favorable en una negociación.

**Relaciones humanas:** refiere al rol que jugamos cada uno de nosotros como individuos que integramos y conformamos una sociedad, que a su vez nos rodea.

El hombre es un ser social, por ende, comparte, se relaciona con los demás, En consecuencia, son los diferentes puntos de vista basados en cada persona de acuerdo a sus valores implantados en la familia y las diferentes reglas que se tienen en una sociedad, de ahí se antepone el respeto al decir las cosas y al convivir con los demás.



Las Relaciones Humanas es el contacto con otro ser humano respetando su cultura y normas, compartiendo y conviviendo como seres de un mismo género humano.

**Habilidades directivas:** Las habilidades directivas son un conjunto de habilidades que determinan la manera en la cual interactuamos con otras personas. Son ejemplos de habilidades directivas una comunicación efectiva, resolución de conflictos, liderazgo, negociación y gestión del tiempo.

Las habilidades directivas tienen cada vez más importancia en el mundo laboral y como consecuencia en el desarrollo profesional de las personas. Las habilidades

directivas son actualmente factores diferenciadores aplicables en cualquier sector y puesto. Algunos profesionales desarrollan las habilidades directivas de manera inherente, sin embargo, en general es necesario un trabajo personal para llegar a desarrollarlas.

**Conducta humana:** este concepto hace referencia a la manifestación de nuestro comportamiento. El término conducta humana se utiliza para describir las diferentes acciones que ponemos en marcha en nuestra vida diaria. La conducta se puede definir como la realización de cualquier actividad en la que esté implicada una acción, o un pensamiento o emoción.

**Acuerdos:** El acuerdo supone la existencia de al menos dos voluntades, que llegan a acercar sus diferencias para tomar decisiones o accionar en conjunto.

Cotidianamente se efectúan acuerdos en el seno de las familias, entre amigos, en el ámbito escolar o laboral, como por ejemplo cuando decimos “nos pusimos de acuerdo sobre donde vamos a ir en las próximas vacaciones” o “acordamos con el profesor la fecha del examen” o “realizamos un acuerdo con el maestro para tener menos tareas si nos portamos bien”.

## Glosario Conducta del Consumidor

**Comportamiento del consumidor:** El comportamiento del consumidor se refiere a la observación y estudio de los procesos mentales y psicológicos que suceden en la mente de un comprador cuando éste elige un producto y no otro, con la finalidad de comprender el motivo por el que sucede de esa manera.

La primera etapa de la compra siempre inicia cuando el consumidor identifica el bien, sea éste un producto o un servicio, que necesita y luego lo selecciona con el ánimo de satisfacer aquella necesidad.

**Experiencias de compra memorables:** corresponde a una combinación de estímulos sensoriales, impactando al cliente o público objetivo, generando emociones satisfactorias definiéndolas en asombro, sorpresa, ilusión y ganas de compartir dichas experiencias, que serán recordadas por mucho tiempo más.

**Diversificación:** Se conoce como diversificación al proceso por el cual una empresa pasa a ofertar nuevos productos y entra en nuevo por la vía de las adquisiciones corporativas o invirtiendo directamente en nuevos negocios.

Existen dos tipos de diversificación dependiendo de si existe algún tipo de relación entre los negocios antiguos y nuevos de la compañía. El motivo por el que las compañías se diversifican es la búsqueda de sinergias o una reducción del riesgo global de la empresa. La diversificación es una de las cuatro estrategias de mercado definidas en la matriz de Ansoff.

**Lealtad a la marca:** Desde el punto de vista del Marketing, la lealtad de marca se refiere a la compra repetida de un producto o servicio como resultado del valor percibido, la confianza y el vínculo generado entre cliente-empresa.

Dependiendo del grado de satisfacción en relación a tus productos y del valor agregado que aportes a sus experiencias de consumo, tus clientes se convertirán





en embajadores de tu marca o irán saltando de una empresa a otra con total desenfado.

**Satisfacción:** esta palabra designa lo que ha sido realizado de modo acabado, cumpliendo las expectativas, órdenes o deseos, de tal modo que habiendo hecho lo suficiente se siente la gratificación o el agrado de llegar a un buen resultado, que no necesita de un mayor aporte.

La satisfacción es un estado mental de goce por sentir que ya nada se necesita para lograr la completitud ya sea física o mental. Ejemplo: “siento gran satisfacción por haberme recibido en término”, “mi gran satisfacción está dada por tener salud y un pasar económico desahogado”, “estoy satisfecho con mi almuerzo, ya no deseo más alimentos” o “mis empleados han manifestado su satisfacción por haber premiado sus esfuerzos con un incremento salarial”.

### **Glosario Taller de Gestión Comercial**

**Reclutamiento:** Lo que implica un reclutamiento, por lo tanto, es una acción que pretende conseguir que una serie de personas se sumen a una entidad o a una causa. Una vez que los individuos son reclutados, pasan a ser parte de la organización en cuestión.

La finalidad del reclutamiento, en definitiva, es la incorporación de las personas apropiadas para un cierto evento o una tarea específica. Se trata de un procedimiento que se inicia con una convocatoria y que continúa con un filtro para que aquellos que se suman sean los individuos idóneos.

**Personal idóneo:** corresponde a un individuo que posee ciertas condiciones o habilidades que son esenciales para desempeñar las funciones del cargo en una organización, por ejemplo: “ella es idónea para el cargo de secretaria”.



**Rotación de personal:** se refiere a la acción que consiste en alternar o cambiar de sitio de a una o más personas. La gestión empresarial de instituciones o compañías suelen llevar a cabo la rotación de personal con diversas finalidades, como, generar mayor integración entre los compañeros de trabajo.

También es considerada cuando los colaboradores deciden cambiar de trabajo y se genera la rotación nuevamente respecto al personal que se integra en la organización.

**Clientes internos:** Un cliente interno es cualquier miembro de tu organización que depende de la ayuda de otros para cumplir con sus responsabilidades de trabajo, como un representante de ventas que necesita la asistencia de un representante de servicio al cliente para realizar un pedido. por tanto, clientes internos son colaboradores de la organización.

**Clientes externos:** Un cliente externo es alguien que utiliza tu empresa de productos o servicios, pero no forma parte de tu organización. Si eres dueño de una tienda al por menor, por ejemplo, un cliente externo es una persona que entra en tu tienda y compra de tus mercancías. Los clientes externos satisfechos suelen hacer compras repetidas, así como referir a tu negocio a otras personas que conocen.

### **Glosario Evaluacion de Proyectos**

**Flujos de caja:** informe que se realiza para determinar los ingresos que se pueden generar en una empresa durante un tiempo determinado, así como los gastos, costos y todas aquellas obligaciones que surgen a lo largo del desarrollo de ésta. Una vez se tenga la información de los ingresos y egresos se puede determinar cuál es el estado de una empresa durante un período, por ejemplo, mensual, trimestral, semestral o anual.

**Créditos:** El crédito es una operación financiera en la que se pone a nuestra disposición una cantidad de dinero hasta un límite especificado y durante un período de tiempo determinado.



En un crédito nosotros mismos administramos ese dinero mediante la disposición o retirada del dinero y el ingreso o devolución del mismo, atendiendo a nuestras necesidades en cada momento, sea personal o como organización. De esta manera podemos cancelar una parte o la totalidad de la deuda cuando creamos conveniente, con la consiguiente deducción en el pago de intereses.

**Estudio de mercado:** Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta) ante un producto o servicio.

Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización.

**Mercado objetivo:** Se define mercado objetivo como aquel grupo de destinatarios al que va dirigido un producto o servicio concreto. En sus orígenes, los mercados objetivos eran grupos de individuos que se agruparon por edad, género o perfil social.

En la actualidad, los mercados son considerados conjuntos de compradores potenciales y se tiene en cuenta el concepto humano, además de los anteriores mencionados. Los usuarios pueden tener diferentes perfiles de compradores dependiendo de cómo realicen una compra o cuáles son sus tomas de decisión al respecto. A veces también se utiliza el perfil del cliente ideal para conocer el mercado objetivo de una empresa.

## Glosario Economía

**Mercado financiero:** Corresponde a un lugar, mecanismo o sistema, no siempre debe ser un lugar físico donde se efectúan transacciones financieras (compra y venta) como (bonos, acciones y futuros) y el lugar donde son definidos los precios, a través de la oferta y la demanda. La función principal es la intermediación entre compradores y vendedores además de la determinación del precio justo de los activos financieros.

**Demanda:** el concepto de demanda hace referencia a una petición, solicitud o pedido, lo cual nace de la necesidad de un individuo a que se le entregue o satisfaga dicha necesidad por parte del mercado. Por tanto, podemos decir que demanda corresponde a la cantidad de bienes y o servicios que son necesarios en el mercado de una economía a un determinado precio. Esta necesidad también llamada demanda puede ser por parte de una familia, una empresa o un consumidor.

**Oferta:** en economía corresponde a la cantidad de bienes y o servicios que se encuentran disponibles por parte de distintas organizaciones, empresa o personas que tienen la intención o deseo de para vender en el mercado y con ello satisfacer las necesidades que nacen de los consumidores.

**Precios:** este concepto es utilizado en economía y finanzas públicas y corresponde al pago que se genera para la obtención de un bien o servicio, en general a cualquier tipo de mercancía. Estos precios son asignados o medidos en unidades monetarias, aunque no siempre el pago de ellos se genera en dinero.

Cada producto o servicio que se encuentra disponible para la venta en el mercado tienen un precio asignado lo cual corresponde al dinero que debe tener el cliente para dar por concretada la transacción.

Por ejemplo en el mercado existe a la venta un auto, si pretendo tenerlo debemos pagar una cantidad de dinero para poder obtenerlo.

**Inversión:** corresponde a un término económico que tiene relación con la colocación de capital de dinero que no es consumido de forma inmediata si no que queda destinado a la obtención de intereses quedando a disposición de un tercero para la realización de una operación, esta puede ser un proyecto o alguna iniciativa que se pretenda realizar. Señalar que siempre se espera la recuperación de lo invertido con las ganancias obtenidas a través de ese proyecto ejecutado. Ejemplo de inversión podemos mencionar la adquisición de bonos, acciones, propiedades, hipotecas etc.

**Costo de transacción:** concepto utilizado en el contexto económico y las finanzas públicas, y corresponde al costo que se genera adicionalmente al precio del bien o servicio que se desea adquirir, y el cual se incurre al ejecutar un intercambio o transacción, por ejemplo, la búsqueda de la información, el tiempo que se gasta en el proceso, los costos legales etc.

**Riesgo financiero:** Término que se utiliza en finanzas, bancos, títulos y valores financieros, el cual se refiere a la probabilidad de que un evento ocurra, estos eventos se encuentran enfocados a las consecuencias financieras negativas para una organización. También se debe entender que en los eventos que estamos asumiendo riesgos pueden generar mayores o menores beneficios de los esperados.

## **GLOSARIO ADMINISTRACION**

**Proceso administrativo:** corresponde a la herramienta que se aplica en las organizaciones para hacer posible el cumplimiento de las metas y objetivos, satisfaciendo sus necesidades lucrativas y sociales. Este proceso se compone de actividades consecutivas que se rigen por un conjunto de reglas que se encuentran establecidas en una organización.

Las acciones de este proceso son planeación, organización, dirección y control, las cuales se desarrollan con la finalidad de aprovechar todos los recursos de la organización, los cuales deben ser administrados de manera eficiente.

**Control:** corresponde a un mecanismo de prevención y de corrección, proceso que permite una detección oportuna de desviaciones, ineficiencias o incongruencias en el curso de la formulación, instrumentación, ejecución y evaluación de las acciones establecidas para el cumplimiento de los objetivos. Es propósito de este proceso es procurar que se cumpla la normativa que las rige, las estrategias, políticas, objetivos, asignación de recursos etc.

**Necesidades:** concepto que se refiere a la sensación de carencia de algo, con la intención de poder satisfacerla, esta sensación es un componente básico del ser humano el cual afecta a su comportamiento, ya que siente la falta de algo para vivir o para sentirse mejor.

La sensación de carencia se transforma en necesidad dependiendo de la resistencia de cada individuo, así como de sus experiencias relacionadas a la satisfacción de determinadas necesidades.

**Planeación:** corresponde a una de las etapas del proceso administrativo y a través de este proceso las organizaciones fijan sus metas y objetivos, estipulando en ella estrategias, acciones y cursos de acción en función de las metas y objetivos establecidos. En este proceso se debe considerar las distintas etapas para la toma de decisiones considerando la disponibilidad de recursos reales y potenciales con que cuenta la organización.

El planear algo define el lugar o momento en donde se encuentra algo o alguien, plantea a donde se quiere ir e indica paso a paso lo que se debe hacer para llegar hasta allí.

**Organización:** Una organización sólo existe cuando hay personas capaces de comunicarse y que están dispuestas a actuar conjuntamente para obtener un objetivo común. También podemos decir corresponde al ordenamiento de uno o de varios sistemas. Para una estructuración más adecuada cada sistema se compone de otros subsistemas los cuales desempeñan funciones determinadas.

Organizaciones son sistemas abiertos cuyas partes se relacionan entre si también con su medio ambiente. Un cambio en una parte del sistema también afecta otras partes del sistema.

**Motivación:** corresponde a la acción y efecto de motivar, a los estímulos que incentivan a las personas para realizar las actividades y acciones perdurando en ellas para su culminación.

En palabras claras la motivación corresponde a la voluntad para hacer o no los esfuerzos que finalmente alcancen las metas y objetivos establecidos por la organización y a la vez satisfacer alguna necesidad personal.

Trata de un componente psicológico que orienta, mantiene y/o determina la conducta de una persona.

**Objetivos:** el concepto de objetivos en el área de la administración es utilizado también como una meta que se desea llegar y para lo cual se disponen medios determinados, superando obstáculos y dificultades que pueden generar la caída de un proyecto o idea. Este concepto es lo que incentiva al individuo u organizaciones a la toma de decisiones que puedan hacer cumplir sus aspiraciones.

### **Glosario Marketing**

**Plan de negocios:** corresponde a un documento claro y atractivo que pretende comunicar una idea de negocio, en el cual se describe un proyecto (negocio), respecto a cómo se va a operar y desarrollar el negocio en un periodo de tiempo determinado. En un plan de negocio se analiza el mercado, se dejan estipuladas las acciones que serán realizadas en tiempo para el cumplimiento de objetivos, de las cuales podemos incluir las estrategias, información financiera, información del mercado, clientes etc.

Este documento es considerado como una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial.

**Ventaja competitiva:** la ventaja competitiva es una característica en algún aspecto que posee una empresa sobre otras participantes del mismo mercado, la cual la instala en una posición superior a la hora de competir con las otras, lo cual es beneficioso para la mantención de los clientes.

Es posible obtener una ventaja competitiva cuando se desarrolla algo diferente y no tradicional de la industria o mercado dando una ventaja por sobre el resto de los competidores.

Algunos ejemplos como, elaboración de un producto de mejor calidad, entregar a los clientes un servicio superior, tener una mejor ubicación geográfica, elaborar un producto con mejor rendimiento que las marcas de la competencia etc.

**Proveedores:** son organizaciones o personas que tienen por objeto abastecen o surtir con algún bien o servicio a otras empresas y que son necesarios para hacer posible el desarrollo de una actividad económica vinculada con la producción y la actividad de una empresa o persona jurídica por el que se les debe una retribución.

**Posicionamiento:** se denomina posicionamiento a la referencia del lugar que según la percepción mental de los consumidores tiene una marca, de cómo ingresa la marca, servicio o producto en su mente, lo que establece la diferencia existente entre aquella y la competencia. La empresa puede decidir respecto a que atributos pretende que los clientes reconozcan para que sentirse atraídos y dar la preferencia a la hora de consumir.

**Marketing:** se define como un conjunto de principios y prácticas de negocio realizadas por la organización las cuales que pretenden aumentar del comercio, enfocado especialmente a la demanda. Esto involucra el estudio de los procedimientos y recursos para satisfacer las necesidades demandas por los clientes, asignarle precios a los bienes y o servicios, promover y distribuir dichos bienes a los mercados meta, con la finalidad de obtener ganancias y cumplir los objetivos de la organización.



**Cadena de valor:** corresponde al proceso que nos permite la visualización de los procesos desde el inicio hasta la final, ósea cada proceso de la cadena productiva hasta que el producto ingresa en el mercado y llega a las manos de los clientes. Lo ideal es que al momento de llegar a los clientes dicho producto haya adquirido un valor que no tiene al principio y que debido a eso logre la diferenciación con los competidores. Los pasos de la cadena de valor son: la fabricación, la gestión comercial, soporte técnico, la distribución y el mercado.

**Stakeholder:** palabra en ingles que significa “interesado” y se refiere a todas las personas u organización las cuales se ven afectadas por las decisiones de una empresa, y se clasifican en:

- Los stakeholders primarios, que son aquellos imprescindibles para el funcionamiento de la organización, es decir, todos aquellos que tienen una relación económica directa con la empresa, como los accionistas, los clientes o los trabajadores.
- Los stakeholders secundarios, que son aquellos que no participan directamente en las actividades de la empresa, pero que, sin embargo, se ven afectados por ella, como, por ejemplo, los competidores o la comunidad, entre otros.

## Glosario Marketing

**Marketing digital:** El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas, importante considerar también que engloba todas las acciones de publicidad, comunicación y relaciones públicas realizadas a través de páginas web, blogs, buscadores, publicidad online, redes sociales, correo electrónico y dispositivos móviles.

**Fidelización de clientes:** En el ámbito del marketing, la fidelización es un concepto esencial para empresas orientadas al cliente, que persiguen una relación a largo

plazo con los usuarios finales. En la práctica, el objetivo no es otro que lograr la fidelidad del cliente, es decir, que un consumidor que haya adquirido nuestro producto o servicio se convierta en un cliente asiduo que, todavía mejor, además nos recomiende.

**Competencia:** Se denomina competencia a un conjunto de compañías que coinciden en un mismo nicho del mercado u ofrecen productos similares. Existen diferentes niveles de competencia de acuerdo a la interacción comercial de las empresas en el mercado y dependiendo de si la competencia se origina entre marcas, productos o necesidades. Por lo general, la competencia origina una mayor oferta de productos en el mercado.

**Campañas de marketing:** Una campaña publicitaria es un amplio conjunto de estrategias comerciales que tienen como objetivo dar a conocer el producto o servicio que buscas ofrecer. Esto se logra a través de anuncios distintos pero relacionados, que aparecen en uno o varios medios de comunicación durante un periodo determinado.

Las campañas son diseñadas en forma estratégica para impactar en un grupo de sectores y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que, por lo general, funciona durante un año o menos.

**Canales de comunicación:** Los medios o canales, de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales, etc.

Los canales pueden ser:

Personales, son aquellos en donde la comunicación es directa. Voz a voz, puede darse de uno a uno o de uno a varios.



Masivos, estos canales pueden ser escritos, radial, televisivo e informático.

**Métricas:** las métricas son las medidas que usamos para ver o calcular los resultados de algo específico con el fin de ver qué obtuvimos, en qué fallamos y en qué podemos mejorar. En el caso de Marketing por ejemplo son útiles para medir los resultados de las estrategias de marketing que estamos realizando.

**Dataming:** es un conjunto de técnicas y tecnologías que permiten explorar grandes bases de datos, de manera automática o semiautomática, con el objetivo de encontrar patrones repetitivos que expliquen el comportamiento de estos datos.

Datamining surgió con la intención o el objetivo de ayudar a comprender unos datos en grandes cantidades, y que estos, pudieran ser utilizados para extraer conclusiones para contribuir en la mejora y crecimiento de las empresas, sobre todo, por lo que hace a las ventas o fidelización de clientes.

Por tanto, los datos son el medio o la base para llegar a conclusiones y transformar estos datos en información relevante, para que las empresas puedan abarcar mejoras y soluciones que les ayuden a conseguir sus objetivos.

### **Glosario Economía**

**Economía:** La economía es una ciencia social que estudia la forma de administrar los recursos disponibles para satisfacer las necesidades humanas. Además, también estudia el comportamiento y las acciones de los seres humanos.

Como los recursos del planeta son escasos y desgraciadamente, no todos podemos disponer de todo, nos vemos obligados a administrar esos bienes para conseguir lo que nos falta. La ciencia económica envuelve la toma de decisiones de los individuos, las organizaciones y los Estados para asignar esos recursos escasos.

La economía se centra también en el comportamiento de los individuos, su interacción ante determinados sucesos y el efecto que producen en su entorno (en los precios, la producción, la riqueza o el consumo, entre otros). Es una ciencia social porque estudia la actividad y comportamiento humanos, que es un objeto de estudio altamente dinámico

**Desarrollo económico:** El desarrollo económico puede definirse genéricamente como crecimiento sostenible desde tres puntos de vista: económico, social y medioambiental. Tal crecimiento cualificado tiene diversas implicaciones:

- La dimensión cuantitativa: el desarrollo implica un aumento cuantitativo de los flujos de producto-renta-gasto por habitante.
- La dimensión relativa: la medición del desarrollo de un país tiene en cuenta su población y el nivel alcanzado por otros países.
- La dimensión dinámica: el desarrollo no es sólo un estado (situación), sino principalmente un proceso.
- La dimensión temporal: el desarrollo es un proceso auto sostenido, que no sólo hace posible el dinamismo presente, sino también su continuidad en el futuro.
- La dimensión social: el desarrollo es un crecimiento solidario (solidaridad no sólo intergeneracional, sino también intergeneracional).
- La dimensión medioambiental: el desarrollo es un crecimiento sostenible desde el punto de vista de los recursos naturales y el equilibrio medioambiental.

Por tanto, puede definirse como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes

**Macroeconomía:** La macroeconomía es la rama de la economía que estudia el comportamiento de agregados, por oposición a la microeconomía, que estudia unidades individuales. Las variables que usualmente estudia la macroeconomía son



el nivel de renta nacional, el consumo, el ahorro, la inversión, la inflación, el tipo de cambio, etc.

Estos elementos de los que se encarga la macroeconomía, están en realidad compuestas por otros elementos individuales. Por ejemplo, la inversión nacional se forma por la inversión de cada una de las empresas y del gobierno. Los índices de precios intentan reflejar la variación del promedio de precios de toda la economía.

**Microeconomía:** La microeconomía es la disciplina que estudia el comportamiento económico de empresas, hogares e individuos y su interacción con los mercados. Analiza cómo toman decisiones para asignar sus recursos limitados a las distintas posibilidades.

Las personas tienen necesidades específicas que cubrir (alimentación, vestido, medicinas, vivienda) y existen múltiples factores que influyen en la capacidad de generar recursos para satisfacer dichas necesidades, tales como trabajo, materia prima o capital. El equilibrio y óptima distribución de estos recursos, es materia microeconómica.

Uno de los objetivos de la microeconomía es examinar el efecto de los cambios de precios en los consumidores (demanda) y el efecto de los precios en los productores (oferta)

**Crecimiento económico:** El crecimiento económico es definido como la capacidad de una economía para producir cada vez más bienes y servicios. Se puede expresar como una expansión de las posibilidades de producción de la economía, es decir que la economía puede producir más de todo.

También podemos decir que es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente de un país o una región) en un determinado periodo (generalmente en un año).

A grandes rasgos, el crecimiento económico se refiere al incremento de ciertos indicadores, como la producción de bienes y servicios, el mayor consumo de energía, el ahorro, la inversión, una balanza comercial favorable, el aumento de consumo de calorías per cápita, etc. La mejora de estos indicadores debería llevar teóricamente a un alza en los estándares de vida de la población.

**Factores de producción:** Los factores de producción son los recursos que una empresa o una persona utiliza para crear y producir bienes y servicios. Cada uno de estos factores tiene una compensación o un retorno.

En la actualidad, con los grandes cambios a nivel de producción, también se pueden considerar como factores de producción la capacidad empresarial y el entorno tecnológico. Para producir bienes y servicios es necesario combinar esta serie de elementos, denominados factores de producción.

**Efectivo:** El efectivo es un elemento de balance y forma parte del activo circulante. Es el elemento más líquido que posee la empresa, es decir, es el dinero. La empresa utiliza este efectivo para hacer frente a sus obligaciones inmediatas.

El efectivo está formado por:

Dinero en curso legal

Cuentas corrientes o de ahorro (siendo el titular la empresa)

Cheques

## Glosario Administración

**Metas:** Las metas establecidas para la institución responden a sus objetivos y al direccionamiento estratégico. Se hace seguimiento de éstas mediante la medición y análisis de indicadores; encuestas de satisfacción; reuniones con partes interesadas, etc. Para ver si estamos en buen camino para que sean cumplidos los objetivos de la Organización.

**Recurso humano:** Los recursos humanos se denominan como un conjunto de trabajadores o empleados que forman parte de una empresa o institución que se determina por ejercer varias lista de actividades precisas para cada zona. Se puede decir que los recursos humanos (RRHH) de una empresa son de conformidad a las hipótesis de administración de empresas, debido a que es una de los capitales más importante en el cual son los responsables de la realización y el desarrollo de todas las actividades que se necesitan para que se tenga un buen funcionamiento y así poder contratar, ordenar y retener al personal de la organización. Estas actividades las pueden ejercer un individuo o departamento específico junto con los directivos de la organización.

**Áreas funcionales:** Las áreas funcionales de la empresa son las diversas actividades más importantes de la empresa, ya que por ellas se plantean y tratan de alcanzar los objetivos y metas. Generalmente una empresa está formada por lo menos 5 áreas funcionales básicas (dirección, administración, ventas, producción y contabilidad y finanzas), pero puede estar formada por muchas más (investigación, recursos humanos, estrategia, etc.)

**Gestión:** Se denomina gestión al correcto manejo de los recursos de los que dispone una determinada organización, como por ejemplo, empresas, organismos públicos, organismos no gubernamentales, etc. El término gestión puede abarcar una larga lista de actividades, pero siempre se enfoca en la utilización eficiente de estos recursos, en la medida en que debe maximizarse sus rendimientos.

**Estrategias:** Una estrategia es el conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto, por ejemplo, lo que suelen implementar las empresas para cumplir efectivamente con la consecución de sus metas y fines, son las estrategias.

**Actividad económica:** La actividad económica comprende la producción y distribución de bienes y servicios a todos los niveles. La actividad económica y los niveles esperados futuros de la misma tienen una influencia importante en los precios de los activos debido a la interrelación entre la actividad económica y los beneficios empresariales, la inflación, las tasas de interés y otras variables. Una medida de uso frecuente de la actividad económica es el producto interno bruto.

Un acto que requiere el uso de recursos o tiempo. Ejemplos incluyen la compra de una acción o hacer un producto para vender. El nivel de la actividad económica a lo largo de una economía se puede medir en un número de maneras, tal vez con el PIB como la medida más común.

**Competencias:** Características personales que han demostrado tener una relación con el desempeño sobresaliente en un cargo/rol determinado en una organización en particular.

### Glosario marketing

**Marca:** un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores. Siendo esta un conjunto de valores que con lo cual los clientes reconocen una empresa.

**Fidelización de clientes:** corresponde a lograr que el consumidor que ya haya adquirido nuestro cliente alguna vez, se convierta en un cliente frecuente o cliente habitual, siendo fiel a una marca, a un servicio o un producto, y que cada vez que pueda realice la compra con la misma marca.

**Preferencias:** permite señalar la ventaja o primacía que algo o alguien tiene sobre otra cosa o persona. Las preferencias pueden ocurrir por motivos de valor, interés personal, Intereses familiares, creencias etc.



**Diferenciación:** Calidad de las marcas y productos que se distinguen positivamente de la competencia, bien sea por su imagen de marca o por sus atributos, reuniendo ventajas competitivas que posibilitan su posicionamiento.

**Segmento:** la segmentación trata de dividir el mercado en grupos con características y necesidades semejantes y que tengan deseos y hábitos parecidos, por ejemplo grupos de clientes o sectores por edades, por sexo, etc.

**Branding:** Conjunto de acciones que generan imagen empresarial, credibilidad y reputación, dirigidas a la proyección de una imagen positiva para la sociedad. El branding resalta el conocimiento, la cultura y especialmente la gestión de la marca, que se convierte en el eje esencial de la estrategia empresarial.

**Competencia:** Concurrencia de varios vendedores o empresas en el libre mercado para intentar conseguir que éste seleccione al producto que comercializan. Para ello proponen precios atractivos y atributos del producto que lo hagan ser diferente a los demás que se presentan.

### **Glosario economía**

**Agentes económicos:** Los agentes económicos son actores que intervienen en la economía, bajo un determinado sistema económico y conjunto de "reglas de juego". Estos toman decisiones buscando optimizar su bienestar. Moldean al mundo en el que vivimos y deciden la asignación de los recursos. Estos Individuos pueden reconocer los diferentes factores, influencias y motivaciones de los diferentes grupos económicos.

**Familia:** agente económico que consume, ahorra, invierte y ofrece servicios de trabajo. La familia como grupo puede tener un solo individuo o más y no necesariamente podría estar ligado a una relación de parentesco.

**Renta:** la palabra renta se refiere al ingreso, la suma de dinero mensual, quincenal, semanal, que reciben los trabajadores como consecuencia del cumplimiento del trabajo por el cual fuera contratado oportunamente.

**Pasivos:** corresponden a todas las deudas u obligaciones que debe pagar una organización. Por ejemplo, pago a proveedores, pago de remuneraciones etc.

**Recursos productivos:** El término recursos productivos se refiere a todos aquellos bienes y servicios que se emplean para producir otros bienes y servicios destinados bien a su consumo por parte de los agentes económicos, bien a la producción de nuevos bienes y servicios. También reciben el nombre de factores productivos. Tradicionalmente se identifican tres tipos de factores productivos en la economía: la tierra, el trabajo y el capital.

**Dinero:** es todo medio de intercambio común y generalmente aceptado por una sociedad que es usado para el pago de bienes (mercancías), servicios, y de cualquier tipo de obligaciones (deudas).

**Activos:** Es el conjunto de bienes y derechos de una sociedad, es decir, lo que posee más lo que le deben. El activo muestra en qué ha invertido una empresa, por ejemplo, mobiliario, terrenos, equipos etc.

### **Glosario administración**

**Inversión:** se refiere al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable. Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial.

**Financiamiento:** mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que esta lleve a cabo un proyecto, adquiera bienes o servicios, cubra los gastos de una actividad u obra, o cumpla sus compromisos con sus proveedores.

El financiamiento es un motor importante para el desarrollo de la economía, pues permite que las empresas puedan acceder a los recursos para llevar a cabo sus actividades, planificar su futuro o expandirse.

**Presupuesto:** Un presupuesto es una previsión, proyección o estimación de gastos. Como tal, es un plan de acción cuyo objetivo es cumplir una meta prefijada. Los presupuestos son parte de la administración de las finanzas de familias, profesionales, empresas, organizaciones o países.

Las empresas, por su lado, realizan con cierta periodicidad un presupuesto financiero donde incluyen ingresos, egresos, flujo neto, caja inicial, caja final, caja mínima, todo ello con el objetivo de evaluar su estado económico.

**Estados financieros:** Son los documentos de mayor importancia que recopilan información sobre la salud económica de la empresa, cuyo objetivo es dar una visión general de la misma.

Se incluyen dentro de los estados financieros: el balance de situación, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de flujos de efectivo o la memoria.

Todos los documentos recogidos tienen que caracterizarse por ser fiables y útiles, teniendo que reflejar realmente lo que está sucediendo en la empresa.

**Caja:** Son todo el efectivo que ha ingresado a la compañía por medio de Efectivo Moneda Nacional, Efectivo en Moneda Extranjera, Giros, Pagarés de Tarjetas de Crédito, Cheques en concepto de venta de productos, prestación de servicios u otros que han pagado los clientes y/o terceras personas a una empresa.

**Impuesto:** corresponde al monto de dinero al que las empresas e individuos están obligados a pagar al estado para la financiación de los gastos del mismo por diferentes conceptos, los cuales están establecidos por Ley.

**Ahorro:** corresponde a una parte de los ingresos que no está destinada a la obtención de bienes y servicios inmediatos, por tanto, corresponde al porcentaje de los ingresos que o está contemplado dentro de los gastos, de los costos o de las inversiones inmediatas.

## **CONCLUSION**

Estudiando y comprendiendo cada uno de los conceptos entregados podemos notar que cada uno de los tiene directa relación entre si, además de ser todos de gran relevancia para el funcionamiento de una organización, así como para el logro de los objetivos y metas de la misma.



# PORTAFOLIO IV

Nombre : Claudia Núñez P.

Profesora : Edith Carola Ubilla Briones

Carrera : Ingeniería Comercial

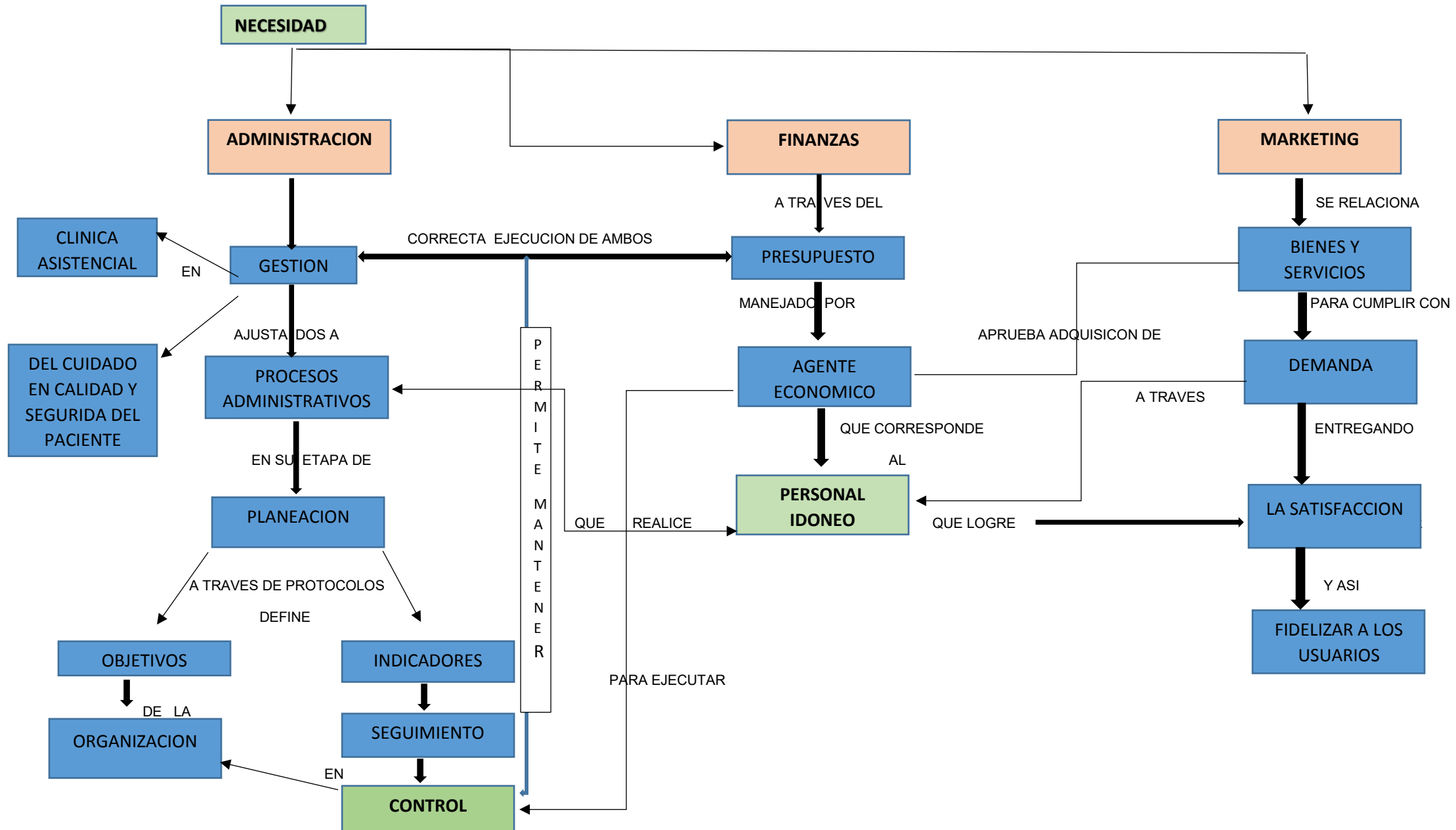
05 de Noviembre de 2018



## INTRODUCCION

En el presente trabajo ha sido realizado en el marco de experiencias vividas en el transcurso de mi experiencia y desarrollo laboral en el Hospital Comunitario de Til Til, para ello se presenta a través de un mapa conceptual el desarrollo y ejecución de conceptos transversales durante los portafolios anteriores que hablan respecto a la Gestión Clínica y Gestión de Control de los procesos Administrativos, los cuales están elaborados y enmarcados en el objetivo “Prevención de las complicaciones de infecciones asociadas a la atención de Salud”.

### RECUPERAR LA SALUD DE UN PACIENTE HOSPITALIZADO





## CONCLUSION

Al desarrollar el presente trabajo se visualiza como los procesos administrativos realizados para la ejecución de las funciones tanto clínicas como administrativas, se encuentran enfocadas en entregar una atención de calidad a sus usuarios, enmarcado en la Acreditación obtenida en junio del presente año.

Para la obtención de dicha acreditación es necesario tener presente uno de los conceptos transversales utilizados en el mapa "Personal Idóneo" que se ajuste a los procesos estipulados en protocolos a seguir para entregar una atención de calidad y cumplimiento de normas.

También es necesario señalar que el concepto de Control es necesario utilizarlo en distintas áreas del saber, ya que hablamos de un concepto primordial y que siempre debe estar presente a la hora de medir, evaluar, o corregir indicadores, esto en beneficio del cumplimiento de los objetivos de toda organización.