UNIVERSIDAD DE ARTES, CIENCIAS Y COMUNICACIÓN

Facultad de Administracion

Carrera de TLU Ingeniería Comercial

Portafolio de Titulo

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

Docente Portafolio: Gallardo González, Francisco

Estudiante: Araneda de la Puente, Saida A.

La Serena 29 de Noviembre 2020

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

El informe está dedicado a todos aquellos que hicieron posible el término de una etapa importante de nuevos conocimientos y crecimiento profesional, agradeciendo a Dios por darme salud necesaria para el cumplimiento de las metas, el apoyo brindado por mi familia, y en especial a mis hijas por comprender los tiempos y las necesidades que en algún momento debieron saber esperar, a mi marido por apoyarme en cada paso y a mis padres por entusiasmarme para seguir en este camino del estudio.

INDICE

Introducción General……..Pág. 4

Caso ETICRISIS……..……..Pág. 5-7

ADMINISTRACION

Resumen……..……..Pag.8

Introducción……..……Pag.9

Glosario……..…….....Pag.10-16

Mapa Conceptual……..Pag.17-18

ECONOMIA

Resumen……..…..Pag.19

Introducción……..…Pag.20-21

Glosario……..…Pag.22-28

Mapa Conceptual…….....Pag.29-30

MARKETING

Resumen……..…..Pag.31

Introducción……..…Pag.32-33

Glosario……...Pag.34-40

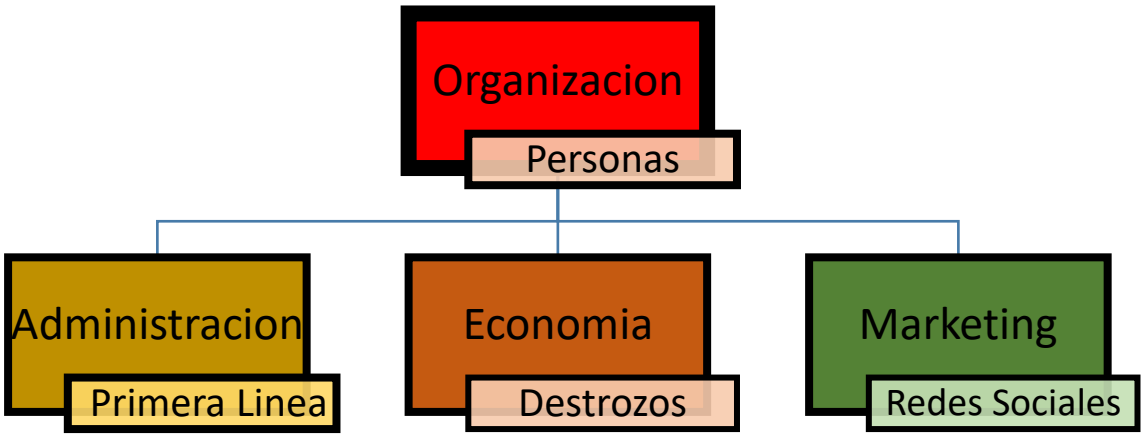
Mapa Conceptual……..Pag.41-42

Conclusión…….……Pag.43

Bibliografía……..Pag.44

INTRODUCCION

A partir del caso realizado en el Portafolio II llamado ETICRISIS donde la problemática de este fue la ética en tiempo de crisis y pensando como corregir este sistema daremos a conocer mapas conceptuales que reflejen de mejor forma cómo podemos tomar de un punto de vista ingenieril dicha situación, para ello analizaremos cada definición de los glosarios I, II, III y IV. Un trabajo minucioso nos llevara a comprender de mejor forma la situación planteada y los porcentajes que esto debe tener para corregir cada situación planteada. En el caso mencionado anteriormente la problemática se basa en los tiempos que estamos viviendo comenzando con el estallido social y luego la pandemia donde la mayor preocupación esta en la ética de cada ser humano plantea.



CASO

ETICA EN TIEMPOS DE CRISIS

A partir del cuarto trimestre del año 2019 a la fecha se han producido dos eventos problemáticos importantes para nuestro país, comenzando con el estallido social y la pandemia del CORONAVIRUS, los cuales han traído muchos problemas a nuestro país. El mayor de ellos y que analizaremos es el problema económico que ha traído estos eventos a nivel de las pequeñas empresas y como la ética se ha tenido que adecuar a los dueños de ellas.

La personalidad y los valores se han distorsionado en estos tiempos donde no hay respeto, ni compasión por la gente que con esfuerzo se levanta cada mañana a abrir sus lugares de trabajo para poder adquirir día a día su sustento, no hay importancia por las relaciones interpersonales y ni respeto por el prójimo en estos casos bien marcados, poca preocupación por el medio ambiente y por el que los rodea. Económicamente la gente a la cual nos referimos a tenido que incluso cerrar sus negocios por falta de financiamiento y su poder adquisitivo ha disminuido considerablemente y con el paso del tiempo no han tenido soluciones a esto le debemos sumar las cuarentenas que debemos hacer por la pandemia y el poco transito que tienen hoy las calles estas pequeñas empresas están al borde de la quiebra.

La solución al problema planteado es muy extenso para dar solo una solución, es por eso que detallare algunas soluciones las cuales se deben llevar a cabo para poder ayudar de alguna manera efectivas a estas pequeñas empresas, comprendiendo que los seres humanos estamos acostumbrados a las reglas y leyes, se debiese aprobar una ley de apoyo monetario a pequeñas empresas en caso de crisis la cual se pueda descontar de un ahorro obligatorio a ellas mismas en tiempos de grandeza económica, las cuales se pueda aumentar un porcentaje por el gobierno o sea 70% ahorro obligatorio y 30% aporte del gobierno donde las personas tomen la responsabilidad de juntar peso a peso, enseñar el respeto por el prójimo y por el medio ambiente teniendo más leyes que apoyen este tema no con reclusión, ni pago monetario, si no con trabajos comunitarios donde aprendamos que debemos respetarnos y respetar el mundo donde vivimos, tener un comité de responsabilidad social a nivel regional y como última solución al problema planteado es el reinventarse con este estallido social y esta pandemia y poder generar su negocio a través de la web ofreciendo sus productos o servicios y así poder seguir generando ingresos.

Los clientes de estas pequeñas empresas las prefieren y en estos momentos las esperan para poder seguir adquiriendo sus productos o servicios, gracias a su credibilidad y su legitimidad hacen que lo prefieran y así aumenta su ingreso.

ADMINISTRACION

RESUMEN

Gran parte del éxito en la gestión de las organizaciones obedece al adecuado conocimiento que sus administradores tengan sobre los principios, etapas, los diferentes sub-sistema de la organización y del impacto que el entorno genera sobre ella, teniendo en cuenta que la administración es la encargada de organizar, dirigir y controlar los recursos dentro de la organización y gestión es la que determina las responsabilidades dentro de ella, el cual se enfoca en el seguimiento de los recursos disponibles para lograr los objetivos. En el caso planteado los administradores son las personas que se denominan primera fila los encargados de organizar y dirigir al resto para la lucha de sus ideales.

INTRODUCCION

Se ha definido el concepto de administración a lo largo de la historia, incluso existen distintas definiciones que llevan a definir la misma palabra, para ello en este trabajo uniremos algunas de estas definiciones las cuales se utilizan a diario en el área de la administración, por lo que se deben emplear de la mejor manera posible para satisfacer determinados objetivos. Teniendo en cuenta que los recursos son escasos para ello llevaremos este glosario a un mapa conceptual el cual nos explicara el seguimiento de cada una de sus palabras sacadas del caso anterior.

Administración: una de sus definiciones y la más usada es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el manejo de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas propuestas de la organización de manera eficiente y eficaz.

Producción: es la actividad económica que se encarga de transformar los insumos para convertirlos en productos. Por lo tanto, la **producción** es cualquier actividad que aprovecha los recursos y las materias primas para poder elaborar o fabricar bienes y servicios, que serán utilizados para satisfacer una necesidad.

Plan estratégico: es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente.

Mercado: es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio.

GLOSARIO ADMINISTRACION

1. **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. El objetivo último de la economía es mejorar las condiciones de vida de las personas y de las sociedades.

2. **PRODUCCIÓN**: Es cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. Es un proceso complejo que requiere de distintos factores los cuales se dividen en tres grupos, saber, capital y recursos.

3. **ESTÁNDARES:** Es una especificación que reglamenta procesos y productos para garantizar la interoperabilidad. Una norma de calidad es una regla o directriz para las actividades, diseñada con el fin de conseguir un grado óptimo de orden en el contexto de la calidad.

4. **COMERCIALIZACIÓN:** Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.
5. **PLAN ESTRATÉGICO:** Es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación a nivel económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa u organización cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro.
6. **MERCADO:** Es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones.
7. **ESCASES:** Recursos finitos en un mundo de infinitas necesidades y deseos. Bajo el pensamiento de que siempre existirá una desproporción entre las necesidades humanas y los recursos que se pueden disponer. Se puede decir entonces que escasez en una empresa es que la empresa no genera los recursos necesarios para seguir funcionando, es ahí donde esta debiese tomar decisiones.
8. **ESPACIO MUESTRAL**: Conjunto de todos los posibles valores que puedan tomar los sucesos, es equivalente al universo en la teoría de conjuntos, o sea es el conjunto de todos los posibles resultados de un experimento aleatorio y se suele representar como Ω. Ejemplo dentro de una organización se toma dos productos los cuales se venden aleatoriamente, tomando de muestra cual es el que se vende con mayor facilidad.

9. **PERMUTACIONES:** Es una técnica de conteo que permite calcular las posibles ordenaciones de los elementos de un conjunto o número de elementos del espacio muestral de un experimento aleatorio. Podemos decir entonces que se considera el orden en la muestra pero dentro de ella no se puede repetir ningún elemento de la población.

10. **DISTRIBUCION DE BENEULLI**: Antes llamada Dicotómica es la distribución base de probabilidad directa, de ella nacen muchas otras distribuciones que miden el éxito.

    Valor 1 Probabilidad de Éxito p

    Valor 0 Probabilidad de fracaso (1-p)

11. **MORAL:** Es un conjunto de normas establecidas con una línea conducto, una directriz de sus acciones a través de las cuales se aprende cual es el correcto que hacer. o sea es lo bueno y lo malo que se va aprendiendo a lo largo de la vida y los colaboradores bajo las políticas de la organización deben diferenciar.

12. **RESPETO:** Es una virtud que deben tener los colaboradores con el resto de sus pares o sea **c**onsideración, acompañada de cierta sumisión, con que se trata a una persona o una cosa por alguna cualidad, situación o circunstancia que las determina y que lleva a acatar lo que dice o establece o a no causarle ofensa o perjuicio.

13. **CREDIBILIDAD:** Es un concepto que las personas utilizan para decidir si creen o no, ya que es una de las informaciones de la que no son testigos directos.

14. **OIT (Organización Internacional del Trabajo):** Obedece a un enfoque basado en un conjunto integral de políticas prácticas y programas centrados en el respeto. O sea es una organización bajo las normas internacionales enfocadas en el respeto entre dentro de las organizaciones.

15. **IMPUESTOS:** Es un tributo que se paga al estado para soportar los gastos publicos, estos son obligatorios a personas fisicas como juridicas, los cuales pueden dividirse en directo, indirectos y progresivos.

16. **SUSTITUCION:** Es el cambio de la cantidad demandada de un bien o servicio cuando se modifica su precio mientras que los precios de otros bienes y el poder adquisitivo se mantiene constante.

17. **NEOLIBERALISMO:** Es una corriente política y económica centrada en el capitalismo que defiende la no participación del estado en el ámbito económico y por lo tanto respaldada por la producción privada con capital propio, entonces debemos tener en cuenta que cuando describimos el presente como neoliberal podemos estar invocando diferentes tipos de énfasis y problemas.

18. **ESTRATEGIA:** Es la manera en que una organización define cómo creará valor. Se trata del qué hacer y cómo hacerlo. Define los objetivos de la empresa y las acciones y recursos a emplear para cumplir con dichos objetivos, las cual comprende una serie de **tácticas** que son medidas más concretas para conseguir uno o varios objetivos. Entonces un ejemplo es adquirir empresas del mismo sector para eliminar a la competencia.

19. **METRICAS:** Son aquellos datos expresados numéricamente que nos sirven para analizar el rendimiento de una determinada campaña de marketing online, o sea nos van a decir de dónde venimos, dónde estamos, y hacia dónde debemos ir por lo cual es muy importante que sepamos lo que debemos medir exactamente.

20. **COMUNICACIONES:** Es el proceso a través del cual se transmite información, entonces la comunicación a nivel general puede ser trasmitida de forma eficaz y eficiente debe ser clara y concisa y ser transmitida de forma objetiva e imparcial. Pueden dividirse en interna y externa, bidireccional y mono direccional, ascendente, descendente y horizontal, formal e informal.

21. **TECNOLOGIA MOVIL**: Es la que Permite la comunicación entre dos aparatos que no están conectados por cables y que se basa en la transmisión y recepción de mensajes o señales por medio de ondas electromagnéticas. Es por eso que hoy en día es muy importante para los tiempos que vivimos y el teletrabajo.

22. **INTELIGENCIA EMOCIONAL:** es la capacidad para identificar, entender y manejar las emociones correctamente de un modo que facilite las relaciones con los demás, la consecución de metas y objetivos, el manejo del estrés o la superación de obstáculos. En el ámbito laboral es la capacidad que tenemos para manejar situaciones de forma positiva.
23. **MOTIVACIÓN:** es un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta de la persona hacia metas o fines determinados; también puede ser el impulso que mueve a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación, entonces podemos decir que la motivación es un proceso que pasa por varias fases, existen diferentes tipos como son la intrínseca, extrínseca, a motivación, positiva, negativa, motivación primaria, social, básica y cotidiana. Entonces significa la energía o el empuje que siente una persona para hacer algo.
24. **PERTINENCIA:** es la oportunidad, adecuación y conveniencia de una cosa. Es algo que viene a propósito, que es relevante, apropiado o congruente con aquello que se espera, o sea en el ámbito empresarial, en las organizaciones un nuevo producto que aporta hacia el mercado de los consumidores tiene pertinencia para ellos.
25. **VIABILIDAD:** Es la decisión de emprender una inversión, como todo proceso de decisión tiene distintos componentes como son: Las variables controlables por el decisor, Las variables no controlables por el decisor, Las opciones o proyectos La responsabilidad del evaluador, el análisis del entorno, El estudio demográfico, el estudio del entorno cultural, El estudio del entorno.

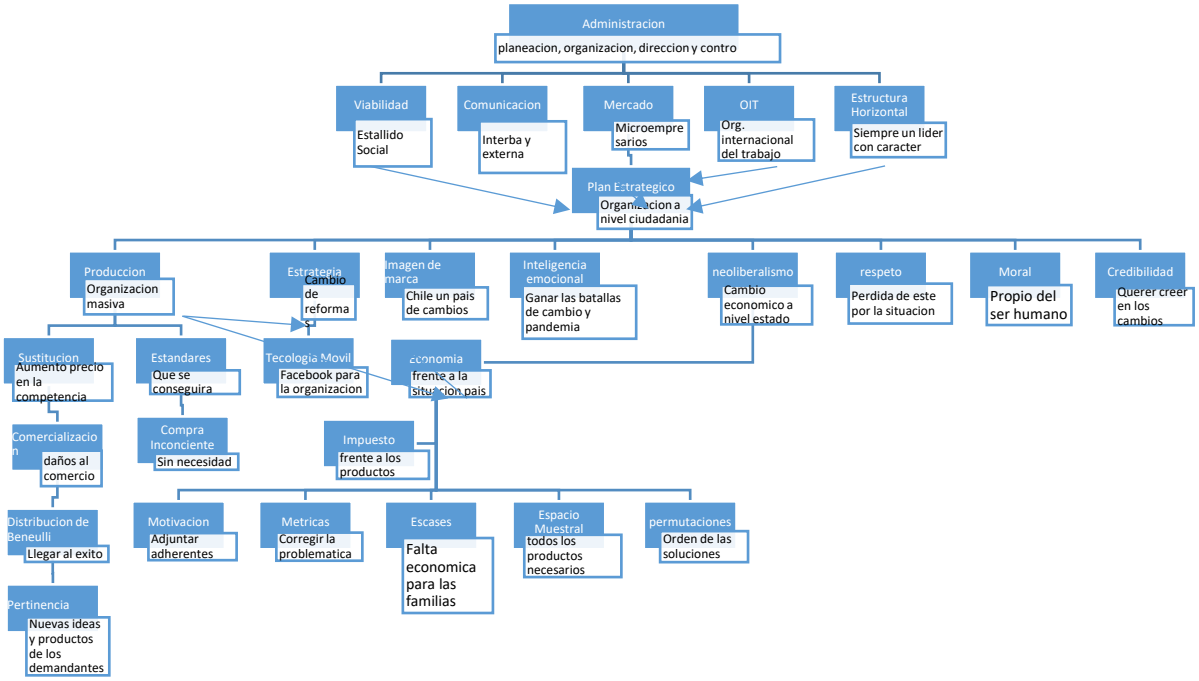
26. **ESTRUCTURA HORIZONTAL:** es aquella en la que se han eliminado la mayoría de los mandos medios y sus funciones, con lo que la alta dirección está en contacto directo con los trabajadores, tienen una corta cadena de mando y un amplio abanico de control de gestión.

27. **COMPRA INCONSCIENTE:** son procesos mentales que se ejecutan de manera automática, es decir, sin que sean pensados conscientemente. La respiración, por ejemplo, es una acción inconsciente ya que el sujeto no piensa cada vez que inhala o exhala. Otro claro ejemplo es la compra de artículos innecesarios de los consumidores.

28. **IMAGEN DE MARCA:** es la percepción que tienen los consumidores de una empresa, o sea es la imagen mental que tienen creada de esa marca, entonces es un concepto que preocupa mucho a las empresas y que trabajan de manera frecuente para

MAPA CONCEPTUAL

ADMINISTRACION


Administracion
planeacion, organizacion, direccion y contro
Viabilidad
Estallido Social
Comunicacion
Interba y externa
Mercado
Microempresarios
OIT
Org. internacional del trabajo
Estructura Horizontal
Siempre un lider con caracter
Plan Estrategico
Organizacion a nivel ciudadania
Produccion
Organizacion masiva
Estrategia
Cambio de reformas
Imagen de marca
Chile un pais de cambios
Inteligencia emocional
Ganar las batallas de cambio y pandemia
neoliberalismo
Cambio economico a nivel estado
respeto
Perdida de este por la situacion
Moral
Propio del ser humano
Credibilidad
Querer creer en los cambios
Sustitucion
Aumento precio en la competencia
Estandares
Que se conseguira
Tecologia Movil
Facebook para la organizacion
economia
frente a la situacion pais
Comercializacion
daños al comercio
Compra Inconciente
Sin necesidad
Impuesto
frente a los productos
Distribucion de Beneulli
Llegar al exito
Motivacion
Adjuntar adherentes
Metricas
Corregir la problematica
Escases
Falta economica para las familias
Espacio Muestral
todos los productos necesarios
permutaciones
Orden de las soluciones
Pertinencia
Nuevas ideas y productos de los demandantes

ECONOMIA

RESUMEN

La economía es la ciencia que ocupa de la manera que se administran recursos escasos, con el objetivo de producir bienes y servicios y distribuirlos para su consumo entre los miembros de la sociedad, o sea el problema económico es la escases y surge porque las necesidades humanas son limitadas, mientras que los recursos económicos son limitados, la economía permite dos tipos de aproximaciones a las que responden la microeconomía y la macroeconomía.

La microeconomía centra su análisis en el comportamiento de las pequeñas unidades de decisión, analiza como toman sus decisiones y cómo interactúan en los distintos mercados, o sea estudia como una subida del impuesto sobre algún producto afecta a su consumo.

La macroeconomía: Centra su análisis en el funcionamiento global de la economía, o sea estudia como una subida del tipo de interés.

INTRODUCCION

El origen Etimológico de la palabra economía viene del griego Oikos (casa) y nomo (administración). Aristóteles según el percusor de la economía, era la administración que ejercita el rey sobre sus reinos, ya que las guerras, edificio etc. Necesitaban de una financiación que se conseguía mediante los impuestos sobre la población, incluso robando a otros reinos, saboteando, barcos y exprimiendo a sus siervos. En la actualidad se conoce como política económica la administración de los bienes del estado.

Hoy en día la economía consiste en satisfacer las necesidades individuales o colectivas que se tienen por el hecho de existir, aunque hay muchos tipos de necesidades para satisfacerlas dependerá del nivel social y de desarrollo, para

obtener esos bienes hacen falta muchos recursos y la forma de llegar a ellos son la fuente de estudio de la economía

Una segunda definición dice que en el mundo hay recursos limitados como el dinero, la capacidad de trabajar, las materias primas, etc. y la economía se encargara de estudiar cómo conseguir bienes a partir de esos recursos limitados administrándolos con acierto.

Como tercera definición la economía como ciencia de la elección ya que siempre tendremos que escoger entre diferentes bienes o formas de producir y la economía busca la mejor elección a partir de un método establecido para ello.

Como última definición dice economía es la ciencia que estudia la asignación más conveniente de los recursos escasos de una sociedad para la obtención de un conjunto ordenado de objetivos.

GLOSARIO DE ECONOMIA

1. **COSTO O COSTE**: Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Existen dos tipos de costos Variables y fijos. Por ejemplo el valor económico de la materia prima.

2. **PRESUPUESTO**: Es un plan operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios. En otras palabras, hacer un presupuesto es simplemente sentarse a planear lo que quieres hacer en el futuro y expresarlo en dinero. Existen dos tipos de presupuestos, el presupuesto financiero y los de operación.

3. **CONTABILIDAD**: Es la ciencia social que se encarga de estudiar, medir, analizar y registrar el patrimonio de las organizaciones, empresas e individuos, con el fin de servir en la toma de decisiones y control, presentando la información, previamente registrada, de manera sistemática y útil para las distintas partes.

4. **ESTADO RESULTADO**: Es también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa.

5. **BALANCE GENERAL**: Es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto).

6. **FLUJO CAJA**: Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

7. **MARGEN DE CONTRIBUCIÓN**: Es la diferencia que hay entre el precio de venta menos los costos variables. También se considera como definición de margen de contribución el exceso de ingresos en relación a los costos variables, exceso que debe cubrir los costos fijos y la utilidad.

8. **COEFICIENTE DE VARIACIÓN**: Medida Relativa de dispersión de los datos en torno a la media y siempre que ella sea positiva, o sea sirve para comparar la variabilidad entre elementos en la cual las unidades son diferentes, por ejemplo la distancia recorrida por dos vehículos los cuales se pueden medir en millas y en kilómetros.

9. **PROBABILIDAD:** Es el grado o nivel de posibilidad o certeza que ocurra un determinado suceso o evento. Por ejemplo al tirar dos dados la probabilidad que salgan dos seis, es un término estadístico donde se ve lo que podría pasar en dos o más situaciones.

10. **SOFTWARE ESTADÍSTICO:** Es un sitio que sirve para elaborar informes estadísticos, utilizado en las empresas de productos y servicios, el cual hace seguimientos probables de lo que pudiese suceder con la empresa a largo y a corto plazo.

11. **ÉTICA:** Es el estudio de la moral y de la acción humana. Ética Proviene del griego ethikos, que significa carácter, por lo tanto, se la define como la ciencia del comportamiento moral, esto quiere decir que ve el comportamiento del ser humano entre lo bueno y lo malo.

12. **RESPONSABILIDAD SOCIAL:** Capacidad que el individuo tiene por buscar las respuestas a sus actos en razón y reflexión de su autonomía y de sus propios valores, o sea es lo que debemos hacer según lo que nos indica la sociedad cumpliendo ciertas responsabilidades.

13. **LIBRO VERDE:** Texto emblemático vinculado con la responsabilidad social interna, publicado en 2001 con la comisión de las comunidades europea. Es un libro donde estipula las condiciones que debe seguir la sociedad y sus responsabilidades dentro de ella.

14. **LEGITIMIDAD:** Percepción o asunción generalizadas de que las acciones de una entidad son deseable adecuada o apropiadas dentro de un sistema social de normas, valores, creencias y definiciones.

15. **PRODUCTIVIDAD:** Es el cálculo económico de cuantos bienes y servicios se han producido por cada trabajador, capital tiempo, tierra, etc. Durante un determinado tiempo. O sea Productividad = Producción obtenida / Cantidad de factor utilizado.

16. **EXTERNALIDADES:** Son situaciones en la que los costos o beneficios de producción o consumo de algún bien o servicio no se reflejan en su precio de mercado, entonces aquellas actividades que afectan a otros sin que estos paguen por ellas o sean compensadas. Se clasifican en externalidades negativas cuando no asumen todos los costos y positivas cuando no reciben los beneficios de sus actividades.

17. **IMPORTACIONES:** Son introducciones de bienes y servicios en el puerto de un país traído de un país extranjero de forma legítima para uso comercial. Existen dos tipos: bienes y servicios de consumo e industriales y bienes y servicios intermedios.

18. **ECOSISTEMA:** Es un conjunto de factores económicos que interactúan en una determinada región. O sea la estructura resultante de la producción, la distribución y el consumo de servicios y productos. Mientras que las necesidades son infinitas, los recursos son limitados.

19. **TENDENCIAS:** Es el sentido positivo o negativo en el que se mueven los precios de los activos analizados en el cual se produce como consecuencia de los desequilibrios entre oferta y demanda, entonces cuando la demanda supera a la oferta, los precios tienden a subir y se habla de tendencia alcista. Existen diferentes tipos de tendencias Alcista, bajista y lateral.

20. **MATERIAS PRIMAS:** Es la materia sacada de la naturaleza y se transforma en materiales que se utilizan para el producto final es uno de los elementos más importantes a tener en cuenta para el manejo del costo final de un producto.

21. **DESARROLLO ECONOMICO:** Es la capacidad que tiene un país de generar riqueza, esto conlleva a una Elevada calidad de vida de los habitantes, distribución de la renta relativamente igualitaria, crecimiento económico sostenible, entre otros, o sea es una de las metas principales de toda sociedad.

22. **NEGOCIACIÓN:** Es el proceso que les ofrece a los antagonistas la oportunidad de intercambiar promesas y contraer compromisos formales, tratando de resolver sus diferencias entonces podemos decir que es un proceso y una técnica mediante los cuales dos o más partes construyen un acuerdo.

23. **SUBCULTURA**: es una división de la cultura por ejemplo la cultura musical se subdivide en las distintas comunidades del gremio musical como rockeros, raperos; también podemos hacer referencia a los denominamos hípsters, emos, góticos, entre otros. Luego llega la contracultura, los cuales están en contra de la cultura, y es un elemento que siempre va a tener presencia en toda cultura por excelencia.

24. **HIPÓTESIS EN LA INVESTIGACIÓN:** Es la tentativa de explicación de algún fenómeno o problema que puede ser corroborado mediante observación o experimentación. Por ejemplo, si el estudio es sobre las características emocionales de los consumidores adolescentes, se trata de una investigación descriptiva, sin necesidad de hipótesis.

25. **FLUJOS:** es la acumulación de activos líquidos en un tiempo determinado. Por tanto, sirve como un indicador de la liquidez de la empresa, es decir de su capacidad de generar efectivo. Por ejemplo los flujos de caja de un negocio de barrio o de cualquier organización.

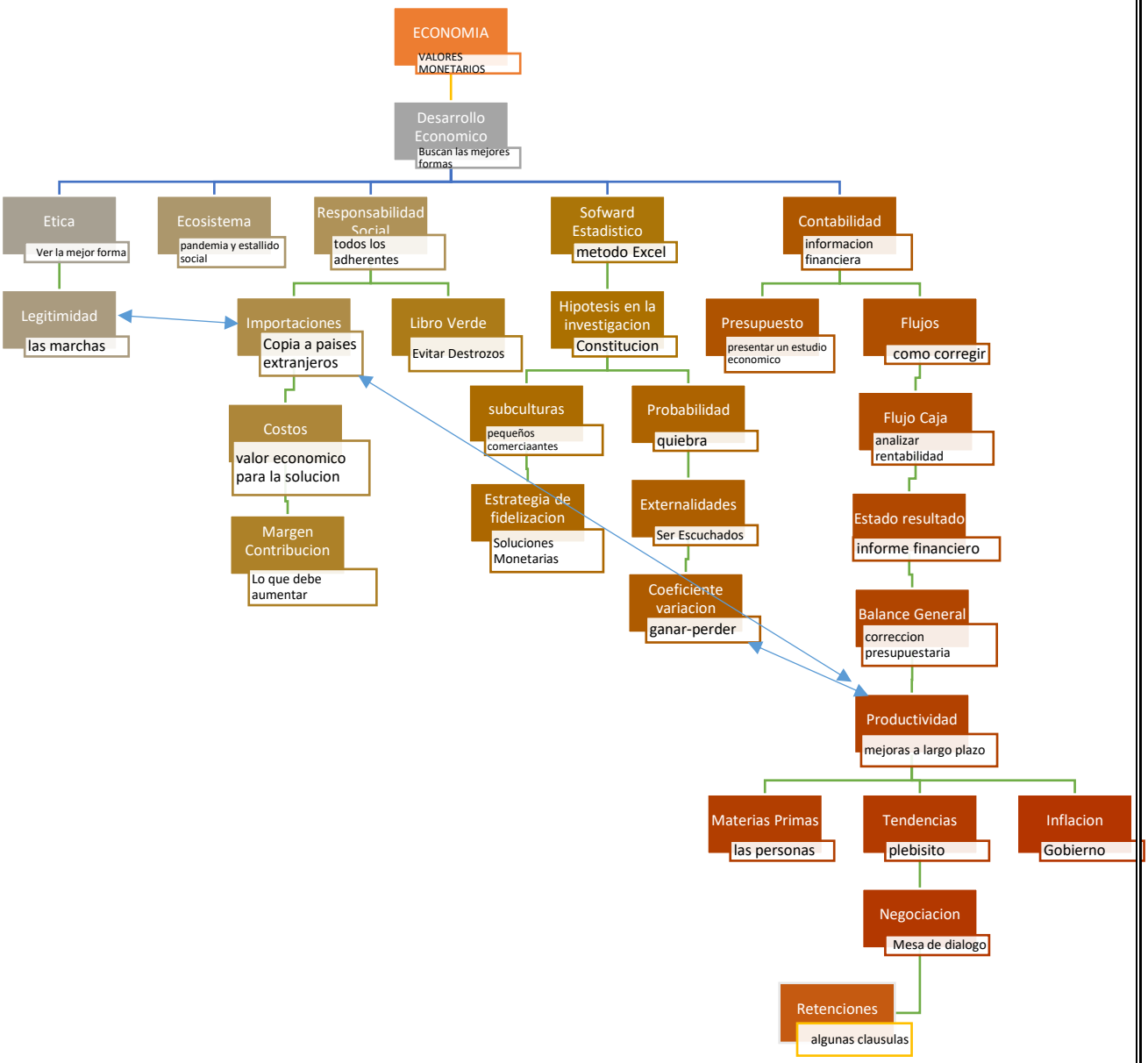
26. **INFLACION:** Proceso económico provocado por el desequilibrio existente entre la producción y la demanda; causa una subida continuada de los precios de la mayor parte de los productos y servicios, y una pérdida del valor del dinero para poder adquirirlos o hacer uso de ellos. Esto quiere decir que, con la inflación, suben los precios de los bienes y servicios, lo que genera una caída del poder adquisitivo.

27. **ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN:** son estrategias que tiene como objetivo conseguir, mediante diversas técnicas de marketing y ventas, que el consumidor que haya adquirido con anterioridad algunos de nuestros productos o servicios nos siga comprando y se convierta en un cliente habitual y pueda recomendar nuestro producto o servicios a otros posibles clientes.

28. **RETENCIONES:** es la cantidad que se retiene de un sueldo, salario u otra percepción para el pago de un impuesto, de deudas en virtud de embargo, es decir, te retienen ahora para asegurar el pago del impuesto.

MAPA CONCEPTUAL

ECONOMIA


ECONOMIA
VALORES MONETARIOS
Desarrollo Economico
Buscan las mejores formas
Etica
Ver la mejor forma
Ecosistema
pandemia y estallido social
Responsabilidad Social
todos los adherentes
Sofward Estadistico
metodo Excel
Contabilidad
informacion financiera
Legitimidad
las marchas
Importaciones
Copia a paises extranjeros
Libro Verde
Evitar Destrozos
Hipotesis en la investigacion
Constitucion
Presupuesto
presentar un estudio economico
Flujos
como corregir
Costos
valor economico para la solucion
subculturas
pequeños comerciaantes
Probabilidad
quiebra
Flujo Caja
analizar rentabilidad
Margen Contribucion
Lo que debe aumentar
Estrategia de fidelizacion
Soluciones Monetarias
Externalidades
Ser Escuchados
Estado resultado
informe financiero
Coeficiente variacion
ganar-perder
Balance General
correccion presupuestaria
Productividad
mejoras a largo plazo
Materias Primas
las personas
Tendencias
plebisito
Inflacion
Gobierno
Negociacion
Mesa de dialogo
Retenciones
algunas clausulas

MARKETING

RESUMEN

En entornos de mercado altamente cambiantes dinámicos y competitivos es necesario ser capaces de adaptarse y anticiparse a los nuevos escenarios con el fin de generar valor para los clientes y otros actores sociales relevantes para ello es crucialmente importante identificar, construir y defender de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo, que nos permita abordar el mercado ampliando nuestros segmentos y mejorando nuestra posición competitiva.

Marketing es una rama que busca desarrollar la comprensión, análisis y aplicación del proceso de planificación estratégica, su alcance, relevancia y estructura por medio de métricas, investigaciones y folletería que le permita al cliente que nuestra marca llegue a sus ojos y mente y así pueda tenerla presente, de esta forma se analiza interna y externamente y sus fuentes de identificación de ventajas competitivas, planes de acción, mecanismos de control y acciones correctivas.

INTRODUCCION

El marketing es parte del análisis de las necesidades de los individuos y de las organizaciones, es por eso que al comprar un producto el consumidor busca la solución a un problema o el beneficio que puede proporcionarle, no el producto propiamente tal, al igual que el conocimiento de los recursos y capacidades de la empresa constituye un aspecto fundamental de la metodología para alcanzar ventajas competitivas sostenibles a largo plazo. Los diferentes productos-mercados representan oportunidades que la empresa analiza y cuyo atractivo es preciso evaluar para atraer mejor la demanda de los consumidores y sus competidores.

Marketing: es asignar y coordinar en forma efectiva los recursos y actividades para alcanzar los objetivos de la empresa dentro de un mercado de productos específicos, o sea es especificar los mercados objetivos para un producto o línea

de producto en particular, sabiendo que las empresas buscan la ventaja competitiva y la sinergia por medio de las 4 P (precio, Producto, plaza, promoción).

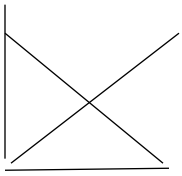
Estrategia: es un patrón fundamental de objetivos, despliegues de recursos e interacciones presentes y planeadas de una organización con los mercados, competidores y otros factores del ambiente.

Argumentación: La esencia del marketing en todos los niveles consiste en identificar las amenazas que hay que evitar y las oportunidades que hay que perseguir, la principal responsabilidad del administrador es mirar al exterior continuamente para mantener la organización al paso de los cambios en el ambiente que se desarrolle.

Administradores de venta: deben tener información detallada respecto a las necesidades y deseos del cliente por que mantiene contacto directo y continuo con los consumidores existentes y potenciales.

GLOSARIO DE MARKETING

1. **PUNTO EQUILIBRIO**: Es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero.



Ejemplo Punto Equilibrio

2. **OFERTA**: Es la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en el mercado bajo unas determinadas condiciones, es decir que el mercado ofrece para ser adquiridos.

3. **DEMANDA**: Es la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico. Es decir según las necesidades que se tenga a un precio especifico.

4. **MONOPOLIO**: Es una estructura de mercado en donde existe un único oferente de un cierto bien o servicio, es decir, una sola empresa domina todo el mercado. Por ejemplo los servicios básicos (agua, luz, etc.)

5. **OLIGOPOLIO:** Es una situación de mercado que se da cuando los oferentes o prestadores de un producto o servicio se reducen a un pequeño número de participantes. En este contexto, todos los integrantes del sector conocen las acciones de sus competidores.

6. **ELASTICIDAD:** Es una medida de la sensibilidad de la cantidad demandada de un bien ante un cambio en su precio. La elasticidad busca medir el impacto, o el grado de las variaciones de las demandas o las ofertas de los productos dadas diversas variaciones de precios.

7. **FRONTERA DE PROBABILIDADES:** Es una representación gráfica de las cantidades máximas de producción que puede obtener una economía en un periodo determinado haciendo uso de todos los recursos que tiene disponibles.

8. **ESTADÍSTICA:** Estudio que reúne, clasifica y recuenta todos los hechos que tienen una determinada característica en común, para poder llegar a conclusiones a partir de los datos numéricos extraídos.

9. **TEOREMA DE BAYES:** Se utiliza para calcular la probabilidad de un suceso, teniendo información de antemano sobre ese suceso. O sea es una generalización de la probabilidad condicional que permite tener conocimiento. Por ejemplo podemos calcular la probabilidad de un suceso A, sabiendo además que ese A cumple cierta característica que condiciona su probabilidad. **P(A/B) ≠P (B/A)**

10. **FUNCIÓN DE DISTRIBUCIÓN**: Es la que entrega los valores de probabilidad de las variables aleatorias, tomando un valor menor igual a un valor x. esto quiere decir que dentro de un muestreo de probabilidades este debe ser menor o igual a otro valor.

11. **DISTRIBUCIÓN NORMAL**: Tiene forma de campana y describe aproximadamente muchos fenómenos que ocurren en las industrias, investigación, naturaleza, etc. O sea distribuye con forma de campana donde estimar el porcentaje de observaciones de los datos.

12. **RELACIONES INTERPERSONALES**: Espacio de interacción con otros seres humanos, en lo que el individuo se realiza como persona buscando un proceso de conocimiento constante. Por ejemplo la relación entre colaboradores de una misma empresa o la atención por colaborador que le da RRHH a ellos.

13. **MEDIO AMBIENTE**: Todo lo que nos rodea donde existen naturaleza, o sea es el entorno que condiciona la forma de vida de la sociedad y que incluye valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento determinado".

14. **EL GLOBAL REPORTY INIQUIETABLE**: Es una instancia creada en 1997 convocada con la coalición de economía responsable del medio ambiente del programa del medio ambiente de las naciones unidas. O sea es una organización cuyo fin es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones.

15. **POSICIONAMIENTO**: Es la imagen que ocupa nuestra marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor, siendo una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar distintivo, relativo a la competencia y se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia.

16. **EXOGENEIDAD:** Es el proceso a través del cual se pretende determinar las relaciones de causalidad o no existentes entre las variables de un modelo, siendo estas variables independientes o explicativas.

17. **INTERNET**: Es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio libre de información entre todos sus usuarios. Siendo un componente del comercio electrónico y Puede incluir la gestión de contenidos, las relaciones públicas, la reputación en línea, el servicio al cliente y las ventas. Resultado de la aplicación de tecnologías de la información para el mercadeo tradicional.

18. **WEB:** Es un sistema que funciona a través de internet, por el cual se pueden transmitir diversos tipos de datos a través del Protocolo de Transferencia de Hipertextos o HTTP, es importante establecer que forma parte de la red informática que se emplea en todo el mundo y significa en ingles Word Wide Web (red mundial).

19. **DISEÑO DE INTERACCION:** Es la práctica de diseñar productos digitales interactivos, entornos, sistemas, y servicios. Su objetivo es desarrollar productos, programas y servicios o sistemas interactivos, con la cual podemos generar emociones para el usuario a través de programas o aplicaciones que estén diseñadas para evocar ciertos sentimientos.

20. **E-MAIL:** Es un correo electrónico, un mensaje digital que se transmite mediante una red informática, es similar al correo postal donde existe un mensaje que un destinatario envía a un receptor, siendo la mejor opción en la comunicación entre una empresa y sus clientes.

21. **PIRAMIDE INVERTIDA**: Es un método que consiste en colocar información de mayor importancia en el primer párrafo y los detalles que complementan esta información se colocan a continuación en orden de mayor a menor importancia y sirve para ayudar al lector a seleccionar los datos más importantes de cada información.

22. **EQUIPO DE VENTAS:** Grupo de personas con habilidades para orientar y asesorar el proceso de compra de un cliente el cual trata de influir en su decisión de consumo y lo acompaña en este proceso. El encargado de generar una estrategia para llegar de mejor forma al cliente e influir en su decisión para lograr su objetivo.

23. **MODELO SERVQUAL:** Es un instrumento de investigación multidimensional, diseñado para capturar las expectativas y percepciones del consumidor sobre un servicio a lo largo de las cinco dimensiones que se cree que representan la calidad del servicio.

24. **MODELO SERVICE PROFIT CHAIN:** Es un modelo de gestión de servicios relaciona los aspectos comerciales y operativos con elementos más sensitivos o personales, ayudando a que los directivos de las compañías puedan enfocarse en las inversiones que hacen sustentables la excelencia de servicios.

25. **NEUROMARKETING:** Es la aplicación de técnicas pertenecientes a las neurociencias, en el ámbito de la mercadotecnia y que analiza los niveles de emoción, atención y memoria evocados por estímulos en contexto de marketing o publicidad, como son anuncios, productos o experiencias, con el objetivo de tener datos más relevantes.

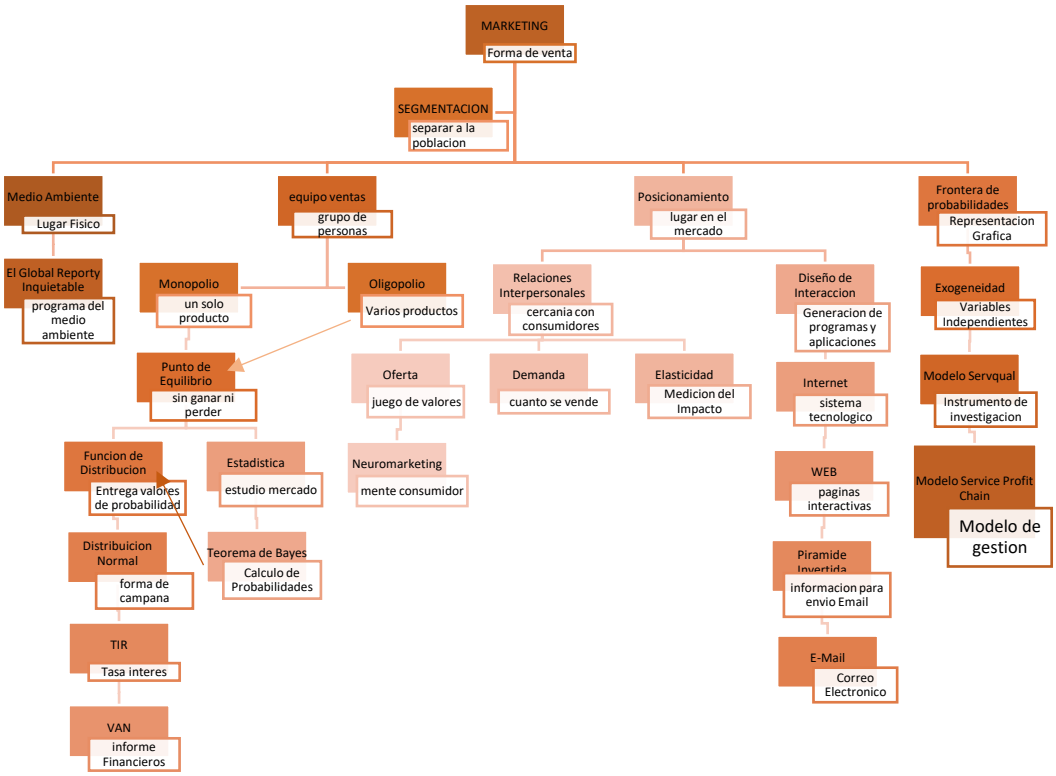
26. **TIR:** es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión. Esto quiere decir, el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta, para los montos que no hayan sido retirados del proyecto.

27. **VAN:** es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto, si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia o si el proyecto es viable.

28. **SEGMENTACION:** es un proceso de marketing mediante el que una empresa divide un amplio mercado en grupos más pequeños para integrantes con semejanzas o ciertas características en común. Por ejemplo para la adquisición de una vivienda se segmenta al consumidor por la liquidez que este tenga y para que proyecto se encuentra apto.

MAPA CONCEPTUAL

MARKETING


MARKETING
Forma de venta
SEGMENTACION
separar a la poblacion
Medio Ambiente
Lugar Fisico
El Global Reporty Inquietable
programa del medio ambiente
equipo ventas
grupo de personas
Monopolio
un solo producto
Oligopolio
Varios productos
Punto de Equilibrio
sin ganar ni perder
Funcion de Distribucion
Entrega valores de probabilidad
Distribuicion Normal
forma de campana
TIR
Tasa interes
VAN
informe Financieros
Estadistica
estudio mercado
Teorema de Bayes
Calculo de Probabilidades
Oferta
juego de valores
Neuromarketing
mente consumidor
Posicionamiento
lugar en el mercado
Relaciones Interpersonales
cercania con consumidores
Demanda
cuanto se vende
Elasticidad
Medicion del Impacto
Diseño de Interaccion
Generacion de programas y aplicaciones
Internet
sistema tecnologico
WEB
paginas interactivas
Piramide Invertida
informacion para envio Email
E-Mail
Correo Electronico
Frontera de probabilidades
Representacion Grafica
Exogeneidad
Variables Independientes
Modelo Servqual
Instrumento de investigacion
Modelo Service Profit Chain
Modelo de gestion

CONCLUCION

En este trabajo vimos la importancia que tienen algunas definiciones y lo transversal que pueden llegar a ser, ya que algunos de estos términos sirven para el global de la administración, la economía y el marketing, si nos vamos al caso solicitado cada uno de las definiciones las llevamos a este caso, ya que hablamos de la ética en tiempo de crisis el cual comenzó con un estallido social, siguiendo con pandemia y cuarentena donde el consumidor es el pueblo y la empresa es el gobierno al cual se le pide la oferta del cambio de reformas y la cuarentena el desmedro de la economía del país por la cesantía que esto conlleva y donde los microempresarios pequeños han perdido sus empresas bajo este factor y en la mente de los consumidores hacen un marketing que lleva a la convocatoria de poder reclamar por los derechos donde la ética y la moral de cada uno de ellos se han ido perdiendo por los desmanes que producen en el medio ambiente, para ello ingresa la definición de oferta demanda que es lo que ellos pueden y lo que el gobierno ofrece. Finalizando con un punto de equilibrio entre ambas partes para sobrellevar la situación ya que no tenemos fecha de término.

BIBLIOGRAFÍA

Glosario I, e. (s.f.).

Glosario IV, e. (s.f.).

GlosarioII, e. (s.f.).

GlosarioIII, e. (s.f.).

Portafolio II, U. (s.f.).

www.aulavirtual.uniacc.cl. (s.f.).