



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

Portafolio de Titulo

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

Docente portafolio: Marjorie Daphne Caldera Calvert

**Estudiante (s):
Jocelyn Alejandra Fuentes Valdivia**

Santiago de Chile, noviembre de 2020

Agradecimientos

Quiero comenzar agradeciendo a mi Universidad de artes, ciencias y comunicación (Uniac), por brindarme durante mí tiempo de estudios las herramientas, habilidades, capacidades y conocimientos necesarios, que me transmitieron a través de mis profesores en cada una de mis asignaturas. Todo lo aprendido en mi casa de estudio, será fundamental para mi desarrollo profesional y personal, el cual me permiten sentirme preparada para salir al mundo laboral y poder emprender un nuevo camino en mi vida.

No puedo dejar de agradecer a mi hijo Vicente Urbina Fuentes, por comprender y apoyarme en tantas horas, noches y trasnoches que tuve que invertir mi tiempo después de trabajar, así poder cumplir con mis estudios, restando parte de mi tiempo para él, acostándose muchas veces solo o durmiéndose antes esperando a que yo terminara mis trabajos o evaluaciones. Gracias por ser tú hijo, mi principal fuente de inspiración, mi motivación de siempre querer dar lo mejor y poder cumplir con todo lo que me propongo, por permitirme comprender que la vida es maravillosa cuando tienes a alguien incondicionalmente, que está todos los días de tu vida acompañándote, agradezco a la vida por permitirme la bendición de estar terminando una gran etapa de mi vida acompañada de ti.

Índice

	Pág.
1.- Portafolio I.....	4
1.1-Glosario I.....	5
1.2- Conceptos de Economía.....	5
1.3- Conceptos de administración.....	5
1.3- Conceptos de Marketing.....	6
2.- Mapa Conceptual.....	7
3.- Portafolio II.....	8
3.1- Glosario.....	9
3.2- Conceptos de Economía.....	9-10
3.3- Conceptos de Marketing.....	11
3.4- Conceptos de Administración.....	12-13
4.- Presentación de Caso.....	14
4.1- Contexto general.....	15-17
4.2- Conclusión del caso.....	18
5.- Portafolio III.....	20
5.1- Glosario.....	21
5.2- Conceptos de Administración.....	22-24
5.3- Conceptos de Economía.....	25-28
5.4- Conceptos de Marketing.....	29-31
6.- Evaluación de caso.....	32
6.1. Desarrollo del caso.....	33-37
7.- Portafolio IV.....	39
7.1.-Glosario.....	40
7.2.- Conceptos de Conducta del consumidor.....	41-42
7.3.- Conceptos de Gestión Comercial.....	43-44
7.4.- Conceptos de Taller Habilidades Directivas.....	45-46
7.5.-Conceptos Evaluación de Proyectos.....	47-48
8.- Mapa Conceptual.....	50-60

PORTAFOLIO 1

Glosario de Términos:

A.- Economía

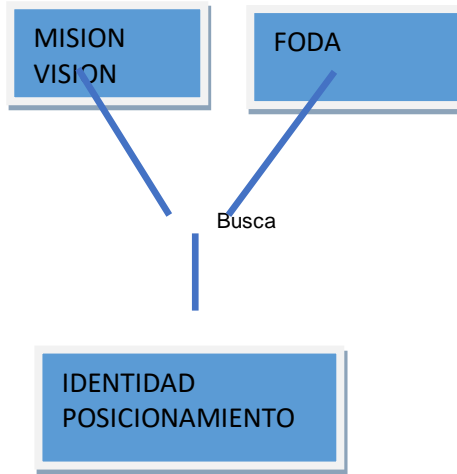
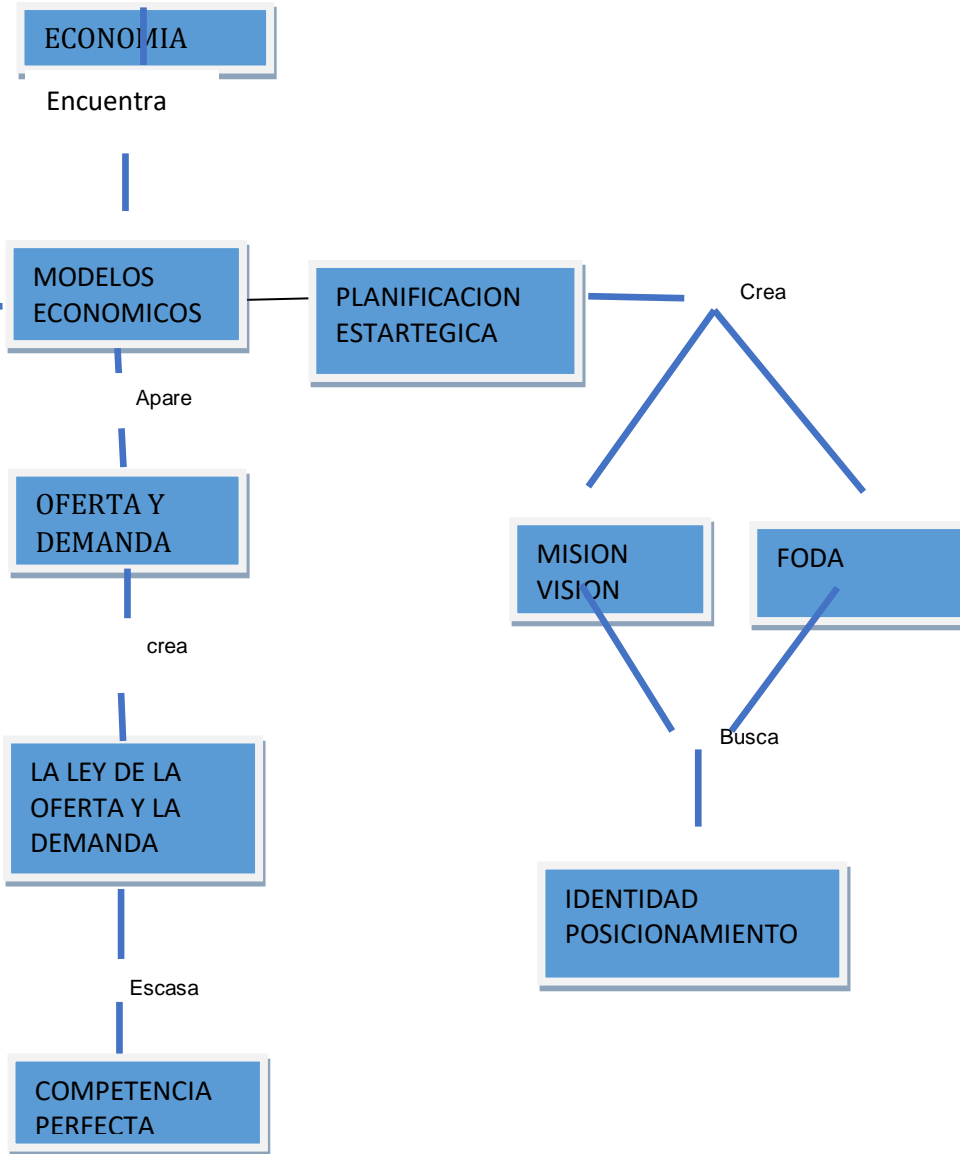
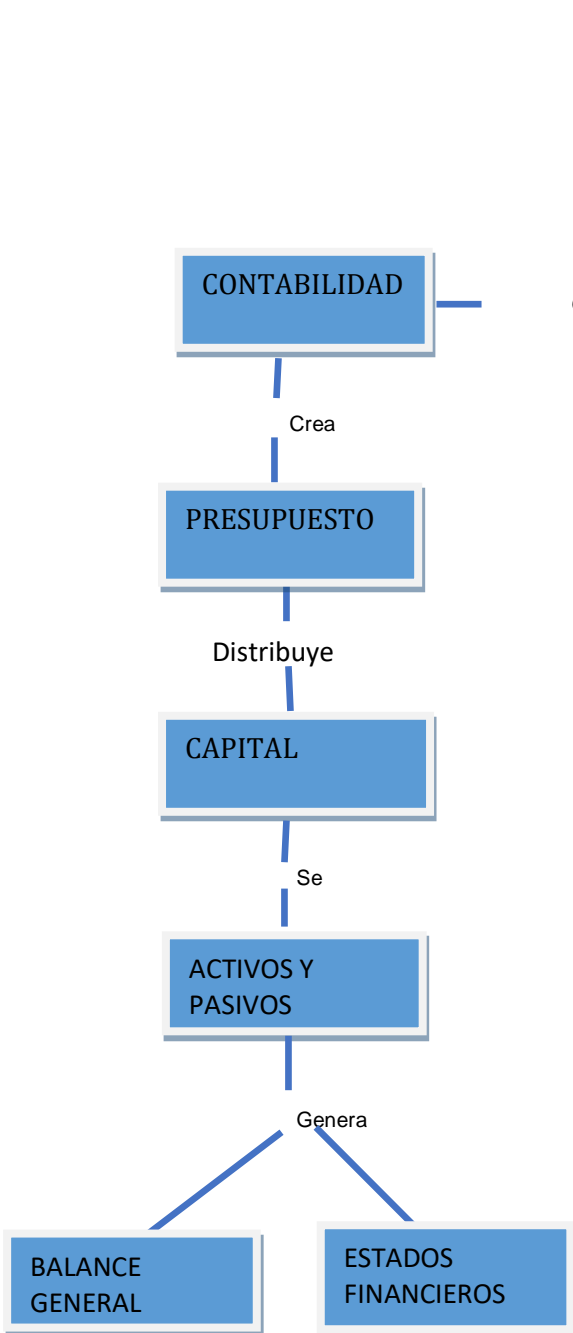
- **Economía:** es una ciencia que está muy presente en la vida cotidiana como en una empresa ya que con ella aprendemos a utilizar nuestros recursos sacándole los mayores beneficios.
- **Modelos económicos:** esto tienen relación con el camino o acciones que debe seguir el Estado.
- **Demanda:** Es la cantidad de bienes o servicios que el consumidor pueda obtener en el tiempo.
- **Oferta:** Es la cantidad de bienes o servicios ofrecidos para la venta para el
- **Ley de la Oferta y la Demanda:** Se logra instaurar que el precio de un bien o servicio se ajusta para provocar el equilibrio en la oferta y la demanda.
- **Competencia perfecta:** es simple palabras quiere decir que ninguno de los agentes que influyen en el proceso intervienen con el precio del producto o servicio.

B.- Administración

- **Balance General:** Es un estado financiero básico que muestra la situación financiera de una organización en un periodo determinado.
- **Estados Financieros:** Informes contables los cuales sirven para reportar la situación financiera de una empresa y son usados para la toma de decisiones.
- **Capital:** Es el total de los recursos, bienes y valores que se utilizan con el fin de la constitución y desarrollo de una empresa.
- **Presupuesto:** es de suma importancia manejar un presupuesto en una empresa porque te sirve para proyectar los ingresos y gastos durante un periodo determinado y así llevar un control de movimientos
- **Contabilidad:** Herramienta de gestión donde se registran, clasifican y resume los movimientos monetarios de una empresa los cuales sirven para su interpretación en la toma de decisiones.
- **Activo:** Es el conjunto de bienes tangibles o intangibles que posee una empresa estos ayudan a generar ingresos a la empresa
- **Pasivos:** Son las deudas que posee la empresa que vienen de balances de año anterior

C. - Marketing

- **Planificación estratégica:** es un proceso donde se establece el cómo se harán para alcanzar los objetivos y metas planteadas ya sean a corto, mediano, largo plazo.
- **Misión:** Es una pequeña descripción de cual serán los propósitos que llevara a cabo la empresa.
- **Visiones** definir donde quiere llegar la empresa , como será vista
- **FODA:** esta herramienta es fundamental en una empresa ya que proporciona la visión general de esta, cuales son nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- **Identidad:** Es lo que la empresa muestras hacia el público con su nombre, logo, colores esto hace que pueda diferenciarse de la competencia.
- **Posicionamiento:** Es logra encontrar una posición en la mente de los consumidores para que este se sienta identificado con la empresa y ganar su fidelización.



PORTAFOLIO II

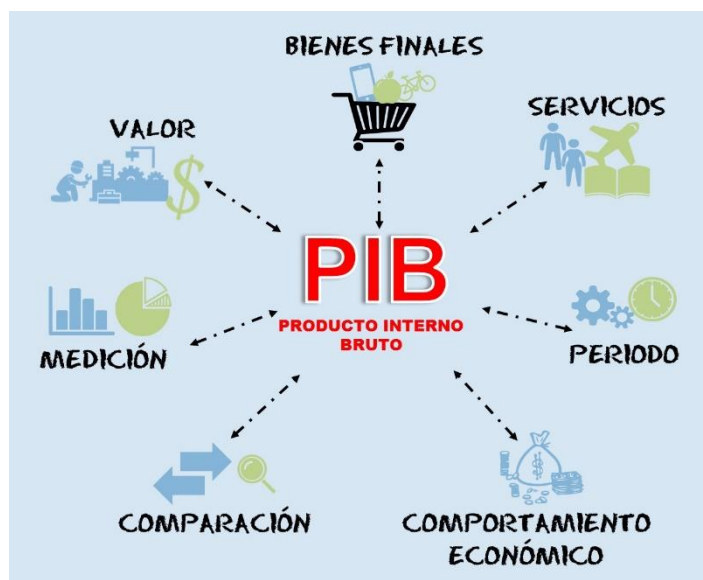
GLOSARIO DE ECONOMÍA

Balanza de Pagos es un registro de las transacciones monetarias producidas entre un país y el resto del mundo en un periodo de tiempo (un año) estas deben contener pagos por las exportaciones e importaciones del país.

Este instrumento nos permite estudiar de una forma general la economía de un país y también nos ayuda a realizar comparaciones entre los gastos y los ingresos. Es de suma importancia que los países conozcan la realidad económica que tienen por las operaciones financieras realizadas.

Crecimiento Económico es el crecimiento en la utilidad y/o el valor de los bienes y servicios producidos por una economía en un periodo de tiempo, esta se mide la evolución del PIB, hay factores que influyen en este proceso como lo son la inversión del capital, la educación, la tecnología

Producto Interno Bruto (PIB) Es el valor total de los bienes y servicios producidos en un país dentro de un periodo. Se obtiene mediante la diferencia entre el valor bruto de producción y los bienes y servicios consumidos durante el propio proceso productivo, a precios comprador (consumo intermedio).

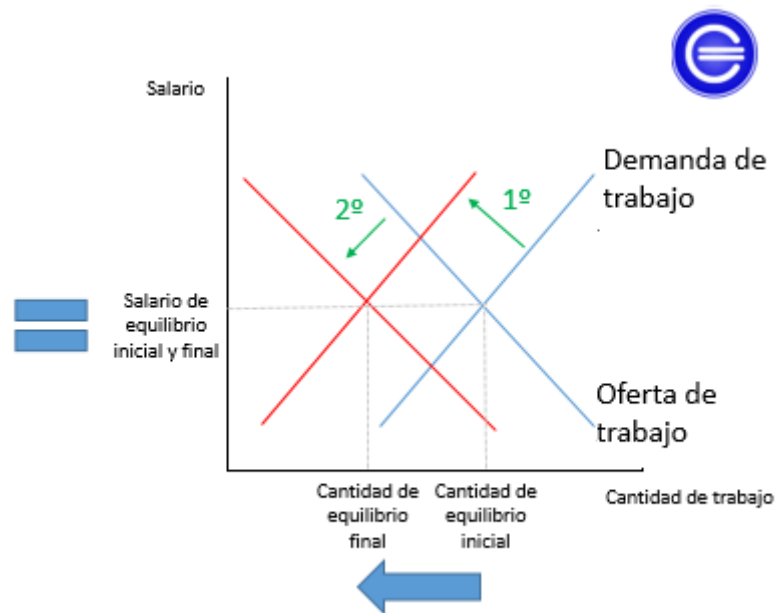


Fuente:

<https://lapazesunefectonaturaldelcomercio.blogspot.com/2019/05/el-producto-interno-bruto.html>

Curva de demanda es la representación gráfica que está ligada directamente con la calidad y cantidad de un bien o servicio para ser obtenido por los consumidores a distintos tipos de precios.

Desempleo los trabajadores que desean trabajar y no pueden hacerlo esto se puede dar por varios motivos como problemas en el mercado, pocas ofertas de trabajos y muchos candidatos, por voluntad, por requisitos de los mismos puestos de trabajos. Que se produzca esta situación nos alerta que hay un problema en el país ya que esta afecta al crecimiento de la economía.



Fuente: <https://economipedia.com/definiciones/desempleo-paro.html>

Importación es la entrada y salida de bienes o servicios en un territorio, esta se realiza para atender la demanda de bienes que no son producidos en el mercado interno de un país (tecnología) y también tiene relación con el tipo de cambio de la moneda local si esta es débil las importaciones disminuyen.

Exportación: produce cuando las empresas nacionales venden sus productos o servicios en el extranjero esto se produce por decisión de la empresa para poder insertarse en nuevos mercados y lograr expandirse con esto también se logra disminuir el excedente de la oferta y hacer la producción más eficiente.

GLOSARIO DE MARKETING

Arquitectura de la Marca es la herramienta que permite a las empresas establecer y organizar el objetivo de sus marcas. Involucra al conjunto de estrategias y tácticas llevadas a cabo por una empresa para **construir y organizar el portafolio de sus marcas**. Con el objetivo de optimizar su performance y maximizar el beneficio obtenido por ellas

Branding involucra desarrollar un plan de marketing donde expliquemos las acciones que realizan para dar a conocer nuestra marca. Para ello no solo tendremos en cuenta la identificación visual de la marca sino también se reflexiona sobre la forma de comunicar esa marca según el canal de comunicación.

Comunicación de Marca esto permite que ésta sea conocida y reconocida **es una buena herramientas de comunicación y que nos ayuda a seducir y penetrar en la mente del consumidor para ilusionarlo y sorprenderlo.**

Identidad de Marca es el conjunto de rasgos, características, condiciones que definen los valores y misión de una organización, los logos, diseños de productos con los cuales se quiere quedar en la mente de la gente.

Marca *es un nombre, término, diseño o combinación de ellos, que identifica los bienes o servicios de un vendedor y los diferencia formalmente de los competidores, protegiendo legalmente la identificación de la organización. Es activo un intangible que reside en los corazones y en las mentes de las personas.*

Valor en otras palabras es la imagen, percepción o valor que un producto de la empresa ha conseguido a lo largo de su vida, además de la vinculación del cliente sobre los productos bajo su experiencia o contacto con el producto.

Diferenciación: Calidad de las marcas y productos que distinguen positivamente de la competencia, bien sea por su imagen de marca o por sus atributos, reuniendo ventajas competitivas que posibilitan su posicionamiento. En simples palabras que nos diferencia de la competencia lo cual hace que los clientes nos prefieran.

C.- GLOSARIO DE ADMINISTRACIÓN

Sistemas de costos: hay de distintos tipos y cada empresa utiliza el que mejor se adapte a sus necesidades y hay tres tipos: Por órdenes específicas, por procesos y estándar.

Todos los sistemas obtienen y procesan información de los elementos de costo; materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

Costo el valor sacrificado para adquirir bienes o servicios, que se mide en pesos mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios. Además representa una inversión. La función principal es ver si es **rentable** la ejecución de planes en torno a las ideas que se tienen, las **ganancias**, las del crecimiento de la empresa.

Costo de Producción son los gastos necesarios para mantener el proceso de elaboración del producto o servicio ya sean los costos directos o indirectos. Estos varían según la producción que se realice (costos variables, fijos, mixtos)

Estado de Resultados según las NIIF, “es un informe que muestra el resultado económico de una empresa, producido en un periodo determinado”, pero se nos hace conocido como **estado de ganancias y pérdidas**, es un estado financiero en el cual se muestra de manera detallada y minuciosa todos los ingresos, gastos, así como el beneficio o pérdida que se genera en una empresa durante un período de tiempo determinado normalmente un año. Estos informes nos ayudan a revisar cómo va la empresa y nos entrega información para futuras decisiones.

Estado de Flujo de Efectivos

Este informe refleja el estado de flujos de efectivo **refleja todos los cobros y pagos realizados por la empresa durante un periodo de tiempo.**

Los flujos de efectivo serán las entradas y salidas de efectivo en las cuentas de efectivo y otros activos líquidos equivalentes. Se encuentran los

- Flujos operativos.
- Flujos de inversión.
- Flujos de financiamiento.

Ratio de Liquidez se refieren al conjunto de indicadores su fin es diagnosticar si, la empresa tiene la **capacidad de convertir sus activos en liquidez** o la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones de corto plazo. El conocimiento de estos ratios permite el manejo eficiente de la caja.

$$\text{Ratio de liquidez} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} \times 100$$

Fuente: <https://www.empresaactual.com/escuela-financiera-el-ratio-de-liquidez/>

Ratio de Endeudamiento

Miden la relación entre el capital ajeno (fondos de los acreedores) y el capital propio así como también el grado de endeudamiento de los activos. Miden el respaldo patrimonial. Es necesario considerar como parte de este análisis el costo que poseen las diferentes fuentes de financiamiento.

$$\text{Ratio de endeudamiento (\%)} = \frac{\text{Deudas}}{\text{Pasivo}} \times 100$$

Fuente: <https://www.empresaactual.com/escuela-financiera-ratio-de-endeudamiento/>

PRESENTACIÓN DE CASO

PORTAFOLIO II

1) TÍTULO

“PLANTA CISTALERIA CHILE EN LA COMUNA DE LLAY LLAY”

2) CONTEXTO GENERAL

Llay Llay desde los inicios de los tiempos su mayor fuente de trabajo ha sido la agricultura y ganadería centrándose así en diversos fundos de la zona en la cual se cultiva la uva, las paltas, mandarinas, durazno, cebollas y ajos ante esta realidad muy famosas las faenas en estos sectores. En noviembre del año 2006 aparecen las primeras noticias que a la zona llegaría una nueva planta de Cristalería Chile siendo una sucursal de la planta de Padre Hurtado Santiago.

En marzo del 2017 la planta se inauguró con la asistencia de la presidenta de aquel entonces Michelle Bachelet Jeria, la cual prometía que sería una gran fuente de trabajos para los llallainos sería cambiar el estilo de vida de ciudadanos, así aumentando el en el año 2008 su capacidad de producción



Problema y el objeto de interés del caso:

La zona posee mucho trabajo en agricultura lo cual con el tiempo ha ido disminuyendo por las sequías, la mano de obra extranjera, los bajos sueldos y la inestabilidad de trabajos por temporadas esto provocó que el desempleo de la zona aumentara considerablemente. La importancia de una nueva fuente de desarrollo en la zona el efecto que provocó que se originaron nuevos puestos de trabajos

Esta planta tiene como meta que la producción aumentará de 600 mil envases al día a un millón 200 mil con la creación de un segundo horno en la planta así de esta manera podrían aumentar las manos de obra

El Objetivo de la empresa era poder expandir su sucursal donde provocaran un cambio en el sector, con esto también se hicieron alianzas con la municipalidad de la comuna ya que se crea un convenio para los alumnos del liceo técnico de la zona los estudiantes puedan realizar sus prácticas y tener la posibilidad de ocupar un cupo de trabajo en el lugar, en primer instancia toda la mano de obra de la empresa era proveniente de Santiago y con el paso de los meses cada vez más personas de la comunidad podrían obtener un empleo en esta empresa y así poder cambiar la cara a este pueblo, siendo que la gente podría botear a mejores trabajos sin necesidad de salir de nuestra comuna y así ir perfeccionándose, además de la promoción del reciclaje ya que hay contenedores de vidrios para ser reutilizado, intervención en colegios y aporte de talleres en algunos establecimientos y el aporte a las actividades culturales que se realizan.

Se considera una vida útil de la industria no menor a 20 años y se apuesta por un modelo sostenible de desarrollo social, económico y medioambiental.

3) INTERROGANTES PARA FACILITAR EL ANÁLISIS Y LA REFLEXIÓN.

¿Qué beneficios proporciona una planta Cristalería Chile en la zona?

El desarrollo de una industria que no existe en la zona, permite un crecimiento económico, disminuirá el desempleo que para trimestre de enero a la fecha en la región 0,8%.

Para la oferta de mercado internacional permite, un aumento de las exportaciones ya que poseen 2 plantas de fabricación y 6 hornos de fundición con la más alta tecnología, lo que nos permite atender las variadas necesidades de los más de 250 clientes nacionales y extranjeros.

Además del proceso de reciclaje que se da entre la empresa y la comunidad lo cual ayuda a crear conciencia de la actualidad del planeta.

A pesar de que para el pueblo era mal mirado que llegara una tremenda empresa y pudiera traer más desventajas a la zona de a poco esta mirada ha ido cambiando gracias a los cambios y ayuda que entrega la empresa.

4) CONCLUSIÓN DEL CASO

La factibilidad que la empresa este en nuestro pueblo y además se esté expandiendo ha sido positivo por los efectos económicos, los puestos de trabajos y el aporte a la comunidad.

Mucho interés en la ventana de tecnología e integración con seres humanos, que van a ver mejorados sus perspectivas personales, como un grupo de interés muy poderoso que trabajará en esta planta.

Lo cual hace que nuestro pueblo sea aún más atractivo ya sea para seguir viviendo aquí como para que gente se pueda establecer acá y da a conocer a nuestro pueblo.

Bibliografía

Glosario y Mapa Conceptual Portafolio I.

Glosario Portafolio II.

<http://www.cristalchile.cl/>

Portafolio III

I. ADMINISTRACIÓN

1.- Liquidez

La liquidez es la capacidad que cuenta la organización para obtener dinero en efectivo para hacer frente a las obligaciones que asume la empresa a corto plazo, por este motivo el buen manejo de la operación financiera de la caja es fundamental a no hacerlo la perjudicada es la empresa las cual no podrá pagar sus obligaciones como pagos de Proveedores, Sueldos, Obligaciones Financieras y previsionales, entre otras

$$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \begin{cases} < 1 \\ > 1 \end{cases}$$



Fuente: <https://www.infoautonomos.com/contabilidad/ratio-liquidez-que-es-como-calcular/>

2.- Ética en los Negocios

La ética en los negocios se centra en una serie de reglas sobre los principios que rigen las acciones y toma de decisiones de una empresa. En otras palabras es la relación con su conducta a lo bueno o malo, lo correcto e incorrecto.

Esto es fundamental en las empresas y ser conocido y asumida por todos los que forman parte de la empresa esto nos permite obtener beneficios y evitar la corrupción y colusión

El Rey Salomón, “debemos darnos cuenta de que la moral es el principio rector individual más importante detrás de todo lo que hacemos o decimos”.

3.- Informes Contables

Estos informes que reflejan los hechos para analizar el programa presupuestario y la confección de presupuestos, reviste especial importancia la información que se materializa a través de estados o informes que reflejan los hechos acontecidos en un período de tiempo en la empresa. Estos informes deben tener las siguientes cualidades claridad, oportunidad, trascendencia y comparabilidad, estos son de mucha utilidad en la toma de decisiones

"El medio por el cual la información cuantitativa acumulada, procesada y analizada por la contabilidad, es periódicamente comunicada a aquellos que la usan". (Boletín Técnico N°1 del Colegio de Contadores de Chile)

Entre ellos podemos encontrar los siguientes:

El Balance General (Estado de Posición Financiera).

El Estado de Resultados.

El Estado de Flujo de Efectivo.

4.- Planificación Financiera

La planificación financiera debe estar presente en toda organización ya que este proceso que proyecta detalladamente corto, mediano y largo plazo, esta elaboración del plan financiero debe ser integral, organizado y personalizado esto nos ayudara a alcanzar los plazos, costos y recursos necesarios. Las etapas de este proceso son

El establecimiento de los objetivos perseguidos y su prioridad.

La definición de plazos para alcanzar dichos objetivos.

La elaboración del presupuesto financiero.

La medición y el control de las decisiones financieras.

En otras palabras es organizar las finanzas para cubrir las necesidades de la persona o empresa con objetivos a corto, medio y largo.

5- Ratios Financieros

Los ratios son herramientas utilizadas para examinar la situación financiera de su empresa. La función de estos se puede gestionar una compañía, realizar proyecciones tanto financieras como económicas y así ayudan a la toma de decisiones.

Es labor de la empresa determinar cuáles son los ratios que le sean más útil ya que hay una gran variedad de ellos

Algunos de los ratios usados más comunes en la empresa son Ratios de liquidez, Ratios de endeudamiento; Ratios de rentabilidad, Ratios de gestión.

6.- Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Es el compromiso y obligaciones que toman los miembros de la comunidad entre sí y con el resto de la comunidad, todo esto es de manera voluntaria.

Esto provoca un impacto en la vida de los ciudadanos y las comunidades a través de programas que impulsan el desarrollo económico, la educación y muchas otras causas sociales. Además se incorpora a la visión de negocios, los valores éticos, el cuidado del medio ambiente y la sustentabilidad en general.

Sus beneficios en dos grupos: los que favorecen de manera directa a las compañías (Mejor ambiente laboral, Incremento de la confianza de los accionistas, Mejor posicionamiento) y los que mejoran el entorno.



Fuente: <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>

7.- Anualidades

La anualidad se define un producto de seguros que provee un flujo de ingresos fijos aplazados a las personas que buscan la seguridad de unos ingresos garantizados de por vida, hay algunas anualidades que generan ingresos y otras que ofrecen crecimiento

Los beneficios de las anualidades es que permiten al inversor ahorrar dinero sin pagar impuestos por el interés hasta una fecha posterior. Las anualidades no tienen límites contributivos, a diferencia de los 401(k) y las IRA.

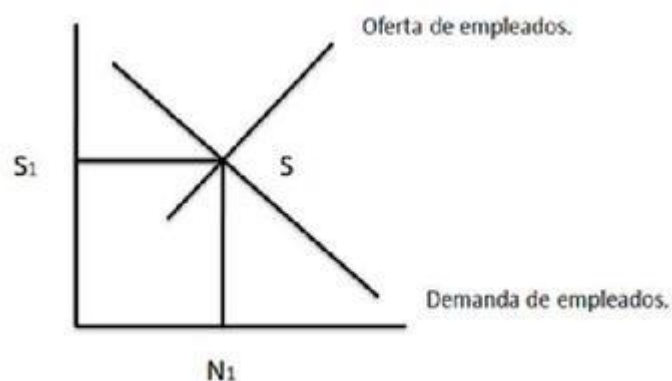
II. ÁREA DE ECONOMÍA

1.- Modelos económicos

Los modelos económicos es una representación de la relación entre distintas variables que nos ayuda a ver cómo se maneja la economía o un fenómeno en particular de ella. Las variables que interfieren son las metas de inflación, el tipo de cambio y la política fiscal entre otros. La tarea del Estado es fundamental en este proceso en el proceso de las variables antes vistas ya que el gasto público, la tasa de interés o la manera de invertir tienen una influencia notable en el modelo que se desarrolla.

Según Samuelson y Nordaus (2003), un modelo económico tiene relación con la forma en que un país programa su política económica con variables que son claves en el desarrollo, tales como tipos de cambio del dinero, metas de inflación, políticas de inflación, entre otras. En palabras simples, un modelo económico, es la referencia de las acciones a tomar desde el punto de vista del Estado

Un ejemplo de esto es la oferta y la demanda



Fuente: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-economico.html>

2.- Externalidades

Esto pertenece a los resultados no deseados de una actividad económica y se producen por el consumo de las familias, inversiones de empresa y el propio Estado, por este motivo el mercado asigna de forma deficiente los recursos.

Las externalidades pueden ser negativas o positivas, en el caso de las negativas cuando resultados de una actividad económica no deba ser pagada por ningún miembro de esta o institución y las positivas cuando el resultado de una actividad económica se beneficie a algún miembro de esta o institución sin tener que pagar por esto

En términos más específicos “siempre que una persona o una empresa emprende una acción que produce un efecto en otra persona o en otra empresa, por el que esta última no paga ni es pagada, decimos que hay una externalidad”, (Stiglitz, 2000).

3.- Monopolio

El monopolio es un estructura de mercado en donde existe un único oferente de un bien o servicio en otras palabras es que solo una empresa domina todo el mercado de oferta, esto provoca de los consumidores solo puedan adquirir ahí su productos o servicio aceptando los precios y condiciones impuestas por estos ya que no hay sustitos de estos productos o servicios

Ejemplo

Microsoft

Facebook

Apple

4.-Oligopolio

Un oligopolio es una estructura de mercado en donde existen pocos oferentes para un producto o servicio, esto hace que la empresa puedan influir en el precio en el mercado .Como existen pocos participantes cada uno de ellos está al tanto de lo que sucede con su competencia, ya que

cualquier decisión afecta a los demás. Las empresas suelen colaborar o influenciar entre sí para evitar que ingresen otras e empresa (competencia) al mercado

Ejemplo

Nestlé.

Nike.

Mc Donald's. .

Unilever.

5.- Ecología y Economía

La ecología se ha integrado a la economía de manera fundamental para el desarrollo de la economía, es un sistema económico donde se producen bienes y servicios que algunas veces son extraídos de la naturaleza sin medir los daños provocados.

Por esta razón se deben aumentar las multas o impuestos para quienes producen estos daños, crear leyes que ayuden a minimizar los daños, aumentar la fiscalización.

Hoy en día con los permisos de contaminación se ha podido manejar y disminuir los procesos productivos. Con esto se logra cambiar los sistemas productivos a sistemas ecológicamente eficientes y amigables con el medio ambiente y por el otro lograr que las empresas paguen por la contaminación producida.

6.- Modelos de crecimiento endógeno

Los modelos exógenos no aportaban las respuestas oportunas, nacen los modelos endógenos que nos entregan una percepción distinta de los llamados "neoclásicos" de desarrollo. En este modelo podemos encontrar 4 variables

El capital físico.

El capital público de infraestructura.

La investigación y el desarrollo (I+D).

El capital humano.

Las variables generan externalidades positivas en la economía y argumentan la intervención del Estado en el crecimiento de un país.

Ejemplos:

Modelo de R. Lucas (1988).

Modelo de R. Barro (1989).

7.- Modelo socialista

En este período 1970-1973 se definió por una estatización sistemática de diferentes industrias como la banca y la gran minería (1972), esto produjo que comenzara la aceleración del proceso de la reforma agraria. Los efectos de esta economía fueron el aumento de los salarios sin aumento de productividad, la tasa de inflación cercana al 1.000%, además de las huelgas y tomas de tierras, tecnologías entre otras. Solo hizo que nuestra economía perdiera competitividad y la caída de los productos

III. ÁREA DE MARKETING

1.-Arquitectura de Información

Es el diseño electrónico y virtual lo que está en la red, con esto diseña la información y la estructura de la forma más apropiada en la construcción de espacios y objetos, para que el contenido llegue a todos los puntos y espacios de la interacción digital, además se ocupa de la recuperación de estos datos de la misma interacción.

“Define el comportamiento de los aparatos y herramientas que usamos diariamente” (Baeza-Yates, 2004, p.170).

2.- Data Mining

Es la herramienta necesaria para usar cuando el número de datos a analizar es de un gran tamaño es decir en la recopilación y análisis se utiliza diversos métodos estadísticos que nos entrega la información requerida, nos permite explorar de una forma masiva en la información que se extrae de Big Data, y la consecuente estadística estableciendo correlaciones y patrones de los datos que requieren ser analizados., porque estos modelos consideran algoritmos necesarios para la evaluación y correlación de la información buscada, basta solo pensar en los millones de bits por segundo que se activan y recorren el mundo digital por segundo, la tarea de algoritmos es extraer la información necesaria .

. 3.- Métricas de seguimiento

Métricas de seguimiento son los valores que expresan el rendimiento de una campaña o del área de marketing en general. Lo mejor es establecer varias métricas para obtener resultados específicos y mejorar aspectos como la adquisición de clientes y la interacción con los prospectos. Estos resultados nos ayudan en el desarrollo de negocios exige un

replanteamiento en la evaluación de variables que son necesarias para establecer.

Las métricas de gran utilidad para la retroalimentación de la web 2.0:

Página de fans o Fan Page.

Seguidor o follower.

Vistas o Views.

Etiqueta o Hashtag.

Influenciadores.

4.- Marketing relacional

Marketing Relacional es una estrategia a largo plazo que ocupan las empresas para crear y mantener una relación positiva con sus clientes y nuevos clientes y que pasen a ser defensores y divulgadores de la marca. Para lograr todo eso, la empresa crea una relación en la cual ofrece ventajas para sus clientes y prospectos. Además que generar nuevos ingresos el Marketing Relacional aproxima el cliente de la empresa, lo que beneficia no sólo al cliente sino también la empresa, que recibe feedbacks más constantes y tiene la posibilidad de aprender con su audiencia y mejorar continuamente su solución

5.- SEO

SEO (Search Engine Optimization) es la optimización en motores de búsqueda, y se basa en las acciones realizadas para obtener y mejorar el posicionamiento en los buscadores como google, Bing, el SEO trabaja en aspectos de la optimización de la estructura y datos, se refiere a las modificaciones que se pueden realizar en una página web para que ésta aparezca en los primeros lugares de los buscadores. Estar en las primeras posiciones de los resultados de búsqueda incrementa las opciones de visitas y esto lleva a más ventas.

6.- La Web 1.0

Era los primeros indicios de este mundo digital y era más básico con navegadores de sólo texto.

Esta Web es de sólo lectura, el usuario no puede interactuar con el contenido de la página, se encuentra limitada a lo que el Webmaster sube al sitio Web.

Las empresas comenzaron a buscar nuevas formas de implementar las estrategias de marketing en la web para que pudieran sacar provecho de las nuevas plataformas digitales.

El nacimiento de la tecnología digital de Google comenzó a hacer su entrada en el mercado después de 1994, y en 1998 Google fue fundada (Tregove, 2011).

7.- Web 2.0.

Es el mundo digital que está más presente que nunca en la actualidad, es la nueva comunicación entre los distintos usuarios, webs, de las comunicaciones y negocios, de las redes sociales, pero sobre todo el punto de encuentro necesario para millones de usuarios en que todo tipo de organizaciones en solo segundos.

En el año 2000, se desarrollaron numerosas redes y plataformas sociales que permitían a los usuarios conectarse e interactuar

Está conformada por plataformas para la publicidad como Blogger, las redes sociales como Facebook Twitter.Instagram, los servicios de Wikipedia y los portales de fotos, audio o vídeos YouTube. En el año 2000, se desarrollaron numerosas redes y plataformas sociales que permitían a los usuarios conectarse e interactuar.

EVALUACIÓN DE CASO

PORTAFOLIO III

CASO A ANALIZAR: Full reciclajes Ltda.

1.- Diagnóstico de la situación planteada

1 Como todas empresas antiguas son de un perfil familiar y basada en la sólo de confianza entregada a los gerentes.

2.-No se visualiza políticas de gestión de talentos

3.- Las remuneraciones no están acorde al mercado ya que son según lo determina el dueño (bono).

4.-El área de producción está a cargo por la gran experiencia de 20 años de funcionario que utiliza ese cargo.

5.- Respecto del área financiera el Gerente de Administración, no ha permitido controlar los estados financieros:

- Un aumento sustentable de un 250 % en el ítem de EDI, es decir Estimación de deudas incobrables.
- Una disminución notoria del disponible, se puede pensar que esta disminución de disponible puede ser por el pago del terreno que se compró con un valor de \$ 300 millones, o el aumento de Cuentas por Cobrar.
- Para ítem inventarios se observa un notable aumento que corresponde a un 80% adicional.
- Pasivos a Largo Plazo aumentaron en una forma desmedida.
- La utilidad neta disminuyo por la gestión.
- El aumento de impuestos por pagar.

6.- El área comercial existe un amala gestión ya que solo de 9 clientes solo 2 realizaron compras atractivas.

7.- El área de Administración las políticas de cobranza y de otorgamiento de líneas de crédito no son eficientes ya que aumentaron las cuentas por cobrar.

8.- Sr Valverde compro un terreno de 41.000 metros ² por un valor de MM\$ 300 con la finalidad de realizar el reciclamiento para caucho esto es una disminución notoria de caja.

9.- Proyecto de reciclamiento de caucho es una idea la cual no está fundamentada ni con informes ni estudios de mercado

10.- El valor de los commodities tiene influencia en los estados de resultado.

11.- La visión comercial es deficiente ya que no se busca nuevos clientes ni nuevos mercados.

12.-En relación a la buena idea de la línea de cauchos no posee fundamentos y factibilidad del proyecto.

2.- Identificar las acciones a seguir

Al revisar el punto anterior podemos definir que la empresa necesita los siguientes:

- Determinar la Visión, Misión, objetivos y valores.
- Elaboración de un FODA.
- Creación de departamento de Marketing y crear una estrategia de diferenciación.
- Restauración del área Administración y Finanzas.
- Crear una Gerencia de RR.HH.
- Inversión en tecnologías para la actualización de los procesos.
- Analizar, evaluar la línea de reciclaje de Caucho.

3.- Evaluar las acciones a seguir

- Estrategia

En este punto la empresa definirá la misión, visión, los valores de la organización con esto lograra el cambio y genera valor a la empresa.

El FODA es fundamental en la empresa ya que podemos identificar las oportunidades, fortalezas, debilidades y Amenazas.

- Área de Administración:

Gerencia de RR.HH deberá tener relación con la elaboración de funciones de los cargos, evaluaciones, capacitaciones, además debe realizar un plan de remuneraciones que abarque a los 130 trabajadores los cuales todos tenga un sueldo justo según cargo.

Gerencia de Finanzas elaborar políticas de cobros más efectivas para la evaluación de créditos o en el caso ver si se deba contratar una empresa externa de cobranzas.

Gerente de Producción y de Administración deben asumir funciones de directiva y una organización el organigrama de la empresa.

- Área de Economía:

Es de vital importancia el estudio de mercado lo cual nos ayudara a ver la demanda y el crecimiento, evaluar posibles nuevos clientes, revisar las tendencias del mercado y revisar la competencia. Además de debe evaluar si es una opción viable el realizar una nueva línea de caucho

- Gerencia Comercial y Marketing:

En esta área se realizara un profundo estudio de mercado industrial y el comportamiento de las tendencias de mercado que fortalezca las decisiones con respecto a clientes. Analizar la competencia.

Definir la estrategia a utilizar para reactivar las ventas y revisar por que se produce la pérdida de clientes.

- La promoción de los productos para así captar más clientes y poder diferenciarnos de la competencia.

- Gerencia de Producción

El Gerente de esta área deberá revisar si sigue con las competencias necesarias para seguir en su puesto de trabajo si no poder evaluar capacitaciones o cambios de funciones.

Se debe considerar el uso de nuevas tecnologías para el proceso productivo de los productos.

Definir el proceso productivo y revisar costos para poder revisar el valor final el producto.

Evaluar cada puesto de trabajo así como al personal de esta área para tener un personal idóneo para el cargo.

4.- Escoger el mejor curso de acción

Es de vital importancia el establecer la Visión, Misión, objetivos y valores, así logra estructurar los pilares fundamentales. Además de la elaboración del FODA el cual nos dará la información necesaria para los lineamientos que deba tomar la empresa a corto, mediano y largo plazo.

Al realizar estos cambios se debe estructurar el organigrama el cual definida cada departamento para definir tareas y funciones de cada uno y crear procesos más eficientes en cada área según corresponda.

Establecer la estrategia posicionamiento, con un marcado concepto de producto diferenciado y realizar un completo Branding Industrial con el fin de crear un lazo y confianza con los clientes existentes y los nuevos.

El área de producción debe revisar el proceso de producción además de poder implementar nuevas tecnologías, revisando los costos asociados y las ventajas de este cambio, además la evaluación del personal si es necesario o está capacitado para todo el proceso teniendo presente las nuevas tendencias de commodities. También la evaluación de la nueva línea que se quiere implementar.

5.- Elaborar dos conclusiones relevantes para el caso

1.- Como en todas las empresas de carácter familiar los puestos son en base a las confianzas que se tiene con los dueños de las empresa, por este motivo muchas veces se tienen a minimizar las cosas ya que se confianza en las personas que realizan al 100 % los trabajos, la gente se relaja ya que tiende a lucir el cariño, los retos no serán iguales.

Estos puesto que son de suma importancia en el manejo de la empresa deberían estar ocupados por personal capacitado comprometido con la empresa y con los objetivos de la misma en otras palabras personal idóneo para el cargo, por esto la nueva estructuración de los procesos y del organigrama será más fácil llegar a esta actualización de manera más eficiente, así desarrollarnos forma ordenada de trabajo y comunicación. Con esto se quiere lograr el minimizar os errores y aumentar las ventas y clientes.

2.-La opción de ingresar al mercado internacional es una buena opción ya que nos ayudara a estar en mercados nuevos por ende nuevos clientes , ya que la perdida de estos nos ha traigo perdidas y nos afecta en las finanzas, para esta razón debemos monitoria de manera constantes el mercado, el comportamiento de los clientes y revisar y retroalimentación

con la opinión y clasificación que nos entregan los clientes .También no es mal visto la opción de la nueva línea de caucho , pero esto debe tener el respaldo de un estudio de mercado, ya que siempre las empresas deben estar en la innovación constantes siempre que las condiciones apoyen este proceso

Bibliografía:

Las lecturas encontradas en la plataforma UNIACC de materias ya cursadas

Portafolio IV

Conducta consumidor

1. Innovación: en simple palabras es cambio para implementar nuevas novedades en el I actualidad esta palabra esta tan presente ya que vivimos en un mundo que avanza rápido por lo mismo se debe ir innovando para evitar que el consumidor prefiera otro producto o servicio, la innovación ya es parte fundamental de la empresa ya que ayuda la agestión de la misma.
2. Cambios culturales: la evolución que va ocurriendo en el tiempo y afecta los elementos culturales tradicionales que vienen desde mucho tiempo de una misma manera. Estos cambios se debe al cambio de mentalidad de las mismas personas las cuales ya no están con los ánimos ni ganas de seguir con los mismos patrones desde años atrás. Esto se refleja en los cambios de tendencias, los nuevos gustos, las tecnologías, leyes, sociales entre otras.
3. Segmentación de mercados: es un proceso de **dividir el mercado en grupos más pequeños** que comparten características en común y en base a esas diferencias cada grupo puede necesitar productos o estrategias de marketing diferenciadas es una gran estrategia por parte del marketig estratégico de la empresa . Estas se dividen generalmente en **Comportamiento, Ubicación, Demografía, Psicografía.**



Fuente: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/tipos-de-segmentacion-de-mercado-20200217-0073.html>

4. Motivación: es un proceso intelectual, fisiológico y psicológico que hace que una persona actúe y se comporte de una determinada manera. Esto nos ayuda en nuestros objetivos, proyectos, retos o metas son muy

diversos, por lo que ese algo que nos impulsa para conseguirlo, es decir la motivación, también es de diferentes tipos que son **Motivación** extrínseca

Motivación intrínseca

Motivación positiva

Motivación negativa

Motivación básica

Motivación cotidiana

Frederick Herzberg propone una teoría de la motivación en el trabajo, enfatizando que el hombre se caracteriza por dos tipos de necesidades que afectan de manera diversa el comportamiento humano.

Fuente: <https://sites.google.com/site/garcialujavier/evidencias-de-aprendizaje/unidad-5-motivacion>

5. Decisión de compra: son distintas etapas por las que pasa el consumidor y que van desde que reconoce que tiene una necesidad hasta que finalmente decide comprar en este proceso además hace una búsqueda de información del producto o servicio que le interesa y por una evaluación de las alternativas y termina escogiendo la mejor opción según su criterio. En este proceso influyen factores internos y externos como culturales, sociales, personales y hasta psicológicos.

Las **4 etapas del proceso de decisión de compra** son:

Reconocimiento de la necesidad.

Búsqueda de información.

Evaluación de las alternativas posibles.



Fuente: <https://escuela.marketingandweb.es/proceso-de-compra/>

6. Comercio electrónico: en otras palabras *e-commerce* es una actividad económica la cual consiste en la venta de productos o servicios por

medios digitales como lo son las páginas web, redes sociales, aplicaciones entre otras. Esta nueva modalidad de compra hace que el consumidor pueda en cualquier lugar que se encuentre sin provocarle mayor esfuerzo de ir a un lugar a ver lo que necesite, más en la situación actual estas este comercio ha crecido enormemente.

Ejemplo: En mi caso he usado mucho el comercio eléctrico para realizar todas mis compras solo saliendo a lo esencial lo cual no pueda obtener por este medio.

7. Neuromarketing: de un estudio científico permite hallar las técnicas para optimizar la conversión de los productos y servicios de una marca gracias a un mayor conocimiento del comportamiento del usuario en el proceso de compra.

Con esto se puede comprender y entender como reacciona el cerebro ante los estímulos de la campaña de marketing y, por lo tanto, el comportamiento y pensamiento de los consumidores y usuarios que la vean. Los tipos de neuromarketing son Neuromarketing visual: es lo se visualiza es ver la palabra oferta, rebajas o \$ 9.990.

Neuromarketing auditivo: es lo que se puede oír en las tiendas ya sea una canción característica o frases.

Neuromarketing kinestésico: es el que se basa en el tacto, el gusto y el olfato como el olor del café en una tienda

Gestión comercial

8. Reclutamiento: es un mecanismo que se usa para captar personas para ocupar un puesto de trabajo, la empresa informa todo lo necesario del cargo a ocupar, las competencias necesarias que deben tener los postulantes y la cantidad de vacantes a cubrir. El reclutamiento puede ser externo (solo personas que no pertenecen a la empresa), interno (personas que están en la empresa trabajando) o mixto (tantas personas externas como internos)

9. Selección de personal: este proceso deriva de concepto anterior es un proceso sucesión de etapas como es la Entrevista, test psicológico, entre otras para elegir a los trabajadores más competentes y adecuados para los requerimientos del puesto de trabajo. Un eficiente y eficaz proceso de selección disminuye la rotación de personal.

10. Inducción: es un proceso que realizan en las empresas a los nuevos trabajadores la finalidad es la orientación, guiar y ubicación del lugar de trabajo y de la tarea a desarrollar.
En la actualidad hay varias empresa que no realizan este proceso sin ver los beneficios que con lleva.
Los procesos de inducción son la Bienvenida, introducción a la organización, evaluación y seguimiento, proceso de enseñanzas
 - Inducción General está a cargo el área de recursos humanos donde entrega la información general de la empresa como políticas, procedimientos reglas, objetivos entre otras además de la información del trabajo que realizara.
 - Inducción Específica está a cargo el jefe superior o un a persona desinada con mayor antigüedad del nuevo trabajador, este debe exponer las tareas a realizar, procedimientos y medidas de seguridad y hacer recorrido del área a trabajar y de presentar con los compañeros de trabajo.

11. Contrato psicológico : son las expectativas de las partes que componen este contrato que son más allá de lo que se estipula en el contrato escrito
Por parte del trabajador las remuneraciones, oportunidad de desarrollo, el lugar de trabajo, los nuevos compañeros de trabajo, tu nuevo jefe, las reuniones de trabajo.

Por parte de la empresa: compromiso con la empresa, desarrollar los objetivos de la empresa, trabajo en equipo, metas, aprendizaje, ética, habilidades y competencia.

“Las organizaciones necesitan a las personas y éstas también necesitan a las organizaciones”. K. Davis



Fuente: <https://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/noticias-y-movidas/el-contrato-psicologico-y-su-incidencia-en-las-organizaciones/>

12. Estructura vertical: está definida como una pirámide es decir la jerarquía va de arriba hacia abajo con rol y funciones bien definidas lo cual la hace más eficiente pero en la toma de decisiones es más lento el proceso, la mayoría de las empresas grandes usan este tipo de estructura.

Ejemplo: el **estado, municipalidades, Multinacionales entre otras.**

13. Estructura horizontal : está definida por la colaboración y el intercambio de ideas de los colaboradores, pocos gerentes en algunos caso ninguno , las decisiones se toma de manera más rápidas y sin mayores problemas , ayuda a las relaciones entre trabajadores ya que es más estrecha.

Ejemplo: las pyme

Taller habilidades directivas

14. Líder : persona con un conjunto de habilidades las cual ayudan a influenciar en la manera de pensar y de o de actuar de las personas, el líder debe tener la capacidad de tomar la iniciativa y dar ideas innovadoras y no solo son las ordenes .Su función mostrar confianza al grupo, orientar y movilizar los trabajadores para objetivos planteados.

Tipos de LIDERAZGO			
1 LIDERAZGO NATURAL - Puede que para la entidad no represente una autoridad en mando. - Posee una actitud sobresaliente que invita a seguirle/acompañarle.	2 LIDERAZGO AUTOCRÁTICO - Tienen el poder absoluto sobre sus trabajadores o equipos. - El equipo apenas puede dar sugerencias y muestran falta de motivación.	3 LIDERAZGO BUROCRÁTICO - Procuran seguir las reglas rigurosamente. - Apropiado cuando existen serios riesgos de seguridad y/o grandes sumas de dinero.	4 LIDERAZGO DEMOCRÁTICO - Invitan al equipo a contribuir con el proceso de toma de decisiones. - Sus miembros sienten el control así que están motivados a trabajar duro.
5 LÍDER CARISMÁTICO - No tienen necesidad de obligar a sus equipos a realizar las tareas. - El equipo necesita sentirse aceptados por la persona que los lidere.	6 LÍDER INTELIGENTE - Eficaces para que se hagan las cosas bien y en el momento más oportuno. - En ocasiones intimidan a sus seguidores sin darse cuenta.	7 LÍDER EMPRENDEDOR - Pide consejos del equipo para tomar la decisión más acertada. - Son mejores para grupos pequeños que para los grandes.	8 LÍDER PROACTIVO - Muy atento y se preocupa por todo el grupo. - Su principal tarea es la de mantener al grupo unido.
9 LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL - Inspira a su equipo en forma permanente, y les transmite su entusiasmo. - Busca nuevas iniciativas y agrega valor.			

Fuente: <https://www.pinterest.es/pin/356980707954033718/>

15. Conflicto: son aquellos desacuerdos interferencia u oposición incompatibles los cuales producen una discusión, pelea o enfrentamiento entre las partes, estas diferencias son las que generan conflictos, se dan en cualquier ámbito de la vida. Existen distintos tipos de conflicto

- Conflicto de intereses es cuando las metas personales están en contradicción con los objetivos de la organización.
- Relaciones interpersonales todas las personalidades que existen en una empresa son distintas así como sus puntos de vistas
- Falta de trabajo en equipo los que los trabajadores deciden ir por su cuenta y el trabajo en equipo no se manifiesta en la empresa, es posible que se generen conflictos.
- Falta de comunicación La mala comunicación puede presentarse como desinformación lo cual provoca malas decisiones y procesos mal efectuados
- Rotaciones o cambios es algo bastante habitual y esto puede generar conflictos de distintos tipos.

“un conflicto es una situación universal que sólo puede solucionarse a partir de un cambio social”.(Ralf Dahrendorf,)

16. Negociación: es el proceso donde las partes involucrados con intereses en común pero en conflicto llegan acuerdos generalmente siempre hay varios acuerdos y se negocian si son rechazados hasta llegar al acuerdo definitivo. Estas negociaciones en algún caso para hacer presiones están acompañados de paros, huelgas, reuniones. Se pueden analizar tres etapas:

Planificación: contempla el diagnóstico, la estrategia y las tácticas.

Negociación Cara a Cara: contiene sus propias etapas.

Análisis posterior: análisis de los resultados del proceso.

Las negociaciones se pueden definir prácticamente como el proceso que les ofrece a los contendientes la oportunidad de intercambiar promesas y contraer compromisos formales, tratando de resolver sus diferencias».

(Colosi y Berkely , 1981)

17. Trabajo en equipo: es el esfuerzo de un grupo de personas que tiene un trabajo o tarea en común, cada persona aporta libremente experiencias y conocimientos y optimiza el tiempo. Estos son características que deben tener los equipos Complementariedad, Comunicación, Coordinación, Confianza, Compromiso.

Es fundamental para la empresa lograr equipo de trabajo ya que esto ayuda a un buen ambiente laboral y tener un mejor proceso productivo el cual minimiza los errores.

“El espíritu de equipo es lo que da a muchas empresas una ventaja sobre sus competidores”, George Clements.

Evaluación de proyectos

18. Proyecto: Es un conjunto de actividades que se relacionan para alcanzar resultados específicos con factores que limitan este proceso como el presupuesto, el periodo de tiempo entre otras.

Los aspectos formales y teóricos de un proyecto varían dependiendo de la naturaleza del mismo y así como las partes que lo componen. Lo se componen de cuatro etapas: Diagnóstico.: Se evalúa la necesidad y oportunidad.

Diseño: Se evalúa la factibilidad del proyecto, su relevancia y sus necesidades puntuales.

Ejecución: La puesta en práctica de lo establecido en el proyecto.

Evaluación: Se revisan las conclusiones del proyecto.

19. Estudio de mercado: Es un conjunto de acciones que se realizan para saber la respuesta del mercado (demanda, proveedores, competencia) ante un producto o servicio con esto se recolecta y analiza la información que sirve para identificar las características de un mercado y comprender cómo funciona es un proceso fundamental para la empresa en la introducción de nuevos productos o para iniciar un negocio.



Fuente: <https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>

20. Activo fijo: es un bien que posee la empresa ya sean intangibles e intangibles que no puede convertirse en liquidez a corto plazo, ya que en gran parte son para el funcionamiento de la empresa y no están para la

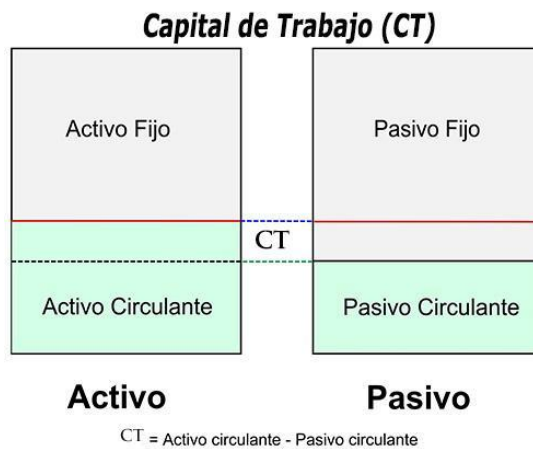
venta. Se clasifican en tres grupos: Tangible como los terrenos, los edificios, la maquinaria, etc.

Intangible como los derechos de patente.

Las inversiones en las empresas.

Ejemplo: bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, etc.

21. Capital de trabajo: es el recurso económicos que necesita la empresa para sus funcionamiento y para cubrir sus necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, este se compone de la unión de varios elementos fundamentales como el inventario, el efectivo y las cuentas por cobrar.



Fuente: <https://www.lifeder.com/capital-trabajo/>

MAPACONCEPTUAL
PORTAFOLIO IV

Título

Planta Cristalería Chile en la Comuna de Llay Llay

Contexto General

En la Comuna Llay Llay desde sus inicios la mayor fuente de trabajo e ingresos económicos ha estado enfocada en sectores como la agricultura y ganadería, cuya labor se desempeña en diversos fundos de la zona, destacados por sus famosas faenas donde se cultivan productos del campo como: uvas, paltas, mandarinas, duraznos, cebollas y ajos entre otros, a la vez que se desarrolla todo lo relacionado con la producción ganadera y sus derivados.

Luego en noviembre del año 2006 aparecen las primeras noticias de que llegaría una nueva planta de producción “La Cristalería Chile”, siendo una sucursal de la planta de “Padre Hurtado”, ubicada en Santiago.

Para el 7 de marzo de 2007, se inaugura oficialmente la primera etapa de la Planta de Llay-Llay, con la asistencia de la presidenta de la República, Sra. Michelle Bachelet. Así la Compañía, con más de 100 años aportando al desarrollo económico del país, inicia una nueva era, para continuar atendiendo a sus clientes a través de la tecnología más moderna disponible. El establecimiento de esta prometedora empresa, viene a contribuir como una gran fuente de trabajo para los llallainos, así como, a un cambio en el estilo de vida de sus ciudadanos. En el año 2008, se amplía la capacidad de producción de la planta Llay-Llay con la incorporación de una nueva línea de producción.

Es así como en el transcurso del tiempo, la Cristalería Chile fue evolucionando y operando exitosamente, permitiéndoles atender las variadas necesidades de sus clientes tanto nacionales como extranjeros; forjando así, notables cambios en el sistema socio-económico de la comunidad y del país. (Cristalchile, s.f.)



Vista de Llay-Llay desde el cerro que lleva el mismo nombre

Fuente: Castro (s.f.)

Problema y objeto de interés en el caso

La comuna de Llay-Llay, es una zona donde sus pobladores explotan la tierra económicamente a través de sus producciones agrícolas; sin embargo, al pasar de los años, debido a diversos factores, entre ellos: el crecimiento demográfico, inclemencia de los elementos ambientales, como la sequía, la mano de obra extranjera, los bajos sueldos y la inestabilidad de trabajos por temporadas; provocaron una disminución de esta actividad, por ende, conllevó considerablemente al aumento del desempleo.

En consecuencia, los problemas económicos derivados del desempleo, requieren la aplicación de estrategias de solución, siendo fundamentales para lograr el crecimiento económico de la región. Al hablar de crecimiento económico, se refiere a la utilidad o el valor alcanzado, tanto de los bienes como de los servicios producidos en un periodo de tiempo, apoyado en factores tales como la inversión del capital, la educación, la tecnología; con el fin de que haya una evolución positiva de los estándares de vida de la comunidad. (Sánchez, s.f.)

En este sentido, en pro de lograr el crecimiento económico de la comuna, se inauguró la planta de producción “La Cristalería Chile”, la cual, sirvió para generar nuevas fuentes de trabajo, ante la situación acaecida en ese momento. No obstante, debido a la gran demanda de los productos, existe el requerimiento de una ampliación, por cuanto, se necesita solventar la demanda de los productos, además, se cuenta con el potencial para proveer nuevos puestos de trabajo y ayudar a solventar así la situación existente en dentro de la comuna.

Al respecto, Galeano (2000), sostiene que “la economía mundial exige mercados de consumo en perpetua expansión para dar salida a su producción creciente y para que no se derrumben sus tasas de ganancia” (p.141). Esta realidad planteada por el autor, permite entender la evolución que debe seguir una empresa para atender las necesidades de una comunidad.

Motivado a ello, la planta plantea realizar una expansión, que le ayude a satisfacer la demanda de sus clientes, tanto nacionales como extranjeros, por lo tanto, se requiere aumentar la producción de 600 mil envases al día a un millón 200 mil; en consecuencia, se precisa la creación de un segundo horno; de esta manera, también se podrá aumentar los puestos de trabajo necesarios para cumplir con estas solicitudes.

Ahora bien, al principio, toda la mano de obra de la empresa provenía de Santiago, sin embargo, con el paso del tiempo, surgió la posibilidad de que las personas de la comunidad llenaran estas vacantes, proveyendo así de empleo a los miembros de la comuna. De esta forma, se beneficiarían mutuamente, ayudando a cambiar la cara del pueblo, así como, las personas podrían botear a mejores trabajos sin necesidad de salir del pueblo.

Por lo tanto, al buscar beneficiar a la comuna con nuevas fuentes de empleo, conlleva a la planta a cumplir con su responsabilidad social y empresarial, al mostrar una sensibilidad respecto a las necesidades actuales acaecidas en la comunidad; de esta manera, se logra cumplir tanto el compromiso como las obligaciones tomadas por desde la directiva de la planta hacia la comuna. (Valor Compartido, 2020)

Así poder provocar un impacto positivo en la vida de los ciudadanos, por ende, en la comunidad, al beneficiarles a través de estrategias y programas que ayuden a impulsar el crecimiento económico, la educación, el empleo, entre otros. Con esta la visión de negocio, se estimulan, al mismo tiempo, los principios sociales como los valores éticos, el cuidado del medio ambiente y la sustentabilidad en general, con el fin de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Por consiguiente, la empresa, con el fin de poder expandir su sucursal, realizó una alianza con la municipalidad de la comuna, creando un convenio con el liceo técnico de la zona, a través del cual, sus estudiantes puedan realizar las prácticas profesionales, teniendo la posibilidad de ocupar un cupo de trabajo dentro de la planta como mano de obra calificada.

Igualmente, se le debe sumar la promoción del reciclaje, contando con contenedores de vidrios para ser reutilizado, intervención en colegios, aporte de talleres en algunos establecimientos y el aporte a las actividades culturales que se realizan. De esta manera, se impulsa la responsabilidad social hacia el sistema ecológico de la región, por cuanto, al estar ligado con el desarrollo del sistema económico para producir bienes y servicios, que algunas veces son extraídos de la naturaleza, se deben medir los daños provocados. Con esto se logra impulsar la forma de percibir el ambiente, al generar un cambio de los sistemas productivos hacia los sistemas ecológicamente eficientes y amigables.

Finalmente, se considera una vida útil de esta industria no menor a 20 años, apostándose por un modelo sostenible de desarrollo social, económico y medioambiental.

Variables

El estudio posee características observables que se identificaron como variables. Al respecto, Arias (2012), expresa: "Variable es una característica o cualidad; magnitud o cantidad, que puede sufrir cambios, y que es objeto de análisis, medición, manipulación o control en una investigación." (p.57). En otras palabras, las variables se consideran cambios frecuentes y probables que intervienen en el logro de un objetivo, en el caso de la ampliación de la "Cristalería Chile" se pueden tomar en cuenta las siguientes:

1. En el crecimiento económico derivado de la ampliación intervienen la gestión económica eficiente, las ratios financieras de la empresa, el incremento notable los ingresos y los costos reales existentes, para tener comprobación de su liquidez a corto plazo. Ya que la planta tiene como meta que la producción aumente de 600 mil envases al día a un millón 200 mil con la creación de un segundo horno en la planta, de esta manera podrían aumentar la mano de obra.
2. La Responsabilidad social y empresarial pudiera verse directamente afectada por factores Sanitarios y de impacto en la salud pública, disminución de la calidad de vida de las personas, el medio ambiente, las condiciones laborales, entre otras.
3. En la Ecología y economía intervienen variables como la separación, almacenamiento y transporte de los desechos. Y más importante aún la concientización de la comunidad para motivarse a reciclar.

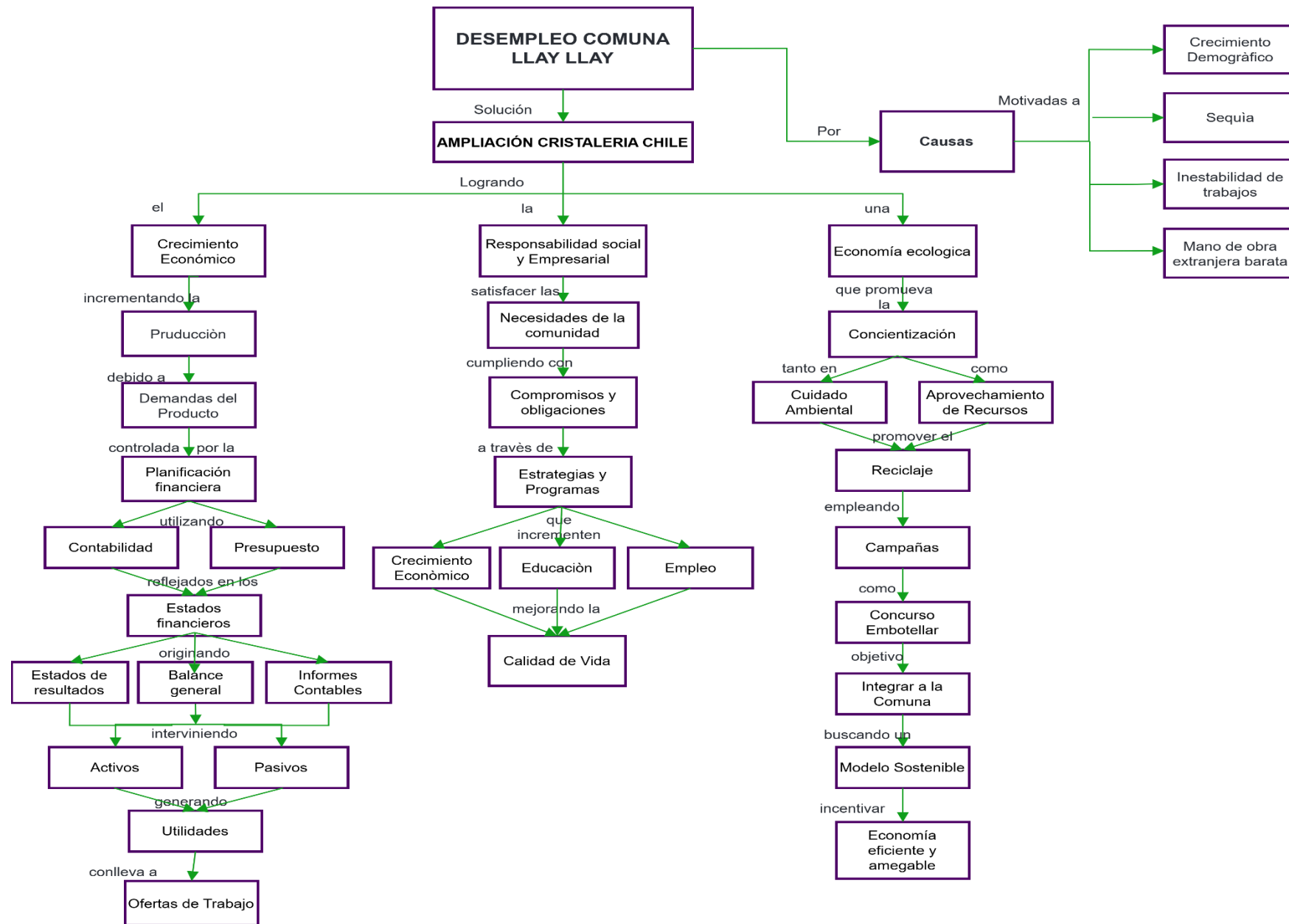
Interrogante para facilitar el análisis y reflexión
¿Qué beneficios proporciona una planta Cristalería Chile en la zona?

1. Los beneficios que proporciona la ampliación de la planta “Cristalería Chile” en la zona, permite un crecimiento económico, disminuirá el desempleo que para trimestre de enero a la fecha en la región es del 0,8%; Para la oferta de mercado internacional permite, un aumento de las exportaciones ya que posee 2 plantas de fabricación y 6 hornos de fundición con la más alta tecnología, lo que les permite atender las variadas necesidades de los más de 250 clientes nacionales y extranjeros.
2. La empresa busca seguir cumpliendo con su responsabilidad social y empresarial, su misión es ser el principal soporte de los clientes y potenciar la calidad de servicio de abastecimiento. Adaptando tanto la empresa como el recurso humano al desarrollo de las funciones sin descuidar ni a los clientes ni a los trabajadores. Con un equipo ágil que atiende las necesidades del cliente y las diferentes dificultades que se presentan, como la señalada crisis social o pandemia donde se establecen diferentes mejoras continuas con un equipo de excelencia.
3. En el ámbito ecológico además al ser una planta que trabaja con el proceso de reciclaje del vidrio, contribuye a beneficiar el medio ambiente y crear consciencia de la realidad actual del planeta. A pesar de que para el pueblo era mal visto que llegara una empresa tan grande por el temor de que trajera desventajas a la zona, poco a poco esta mirada ha ido cambiando gracias a los aportes y la ayuda que brinda a la comunidad.

Conclusión del caso

Analizando sus indicadores de gestión, la empresa busca:

- Ampliar la sucursal a una tercera planta de fabricación y procesamiento de vidrio, lo cual aporta la solución al problema del desempleo para cubrir la demanda de nuevos puestos de trabajo.
- Optimizar el desarrollo económico, en base a la expansión, lo cual hace que el pueblo de Llay Llay sea aún más atractivo, tanto para seguir viviendo allí como para que más gente pueda llegar y establecerse, lo que ubica al pueblo en un mejor posicionamiento a nivel social.
- Aprovechar el interés en la venta de tecnología y la integración de recursos humanos mejorando así el proceso productivo y las perspectivas personales, como un grupo de interés muy poderoso que trabajará en esta planta, integrando la capacitación laboral en el proceso.
- Generar progreso económico tangible que favorece de manera directa a la empresa, sus trabajadores y a la comunidad en general.



CONCLUSIONES

El Covid 19 genero demoras en entregas

La Cristalería se vio afectada por la pandemia actual ya que las salidas de los productos no eran como antes con tanta rapidez, lo cual se vio reflejado en demoras de 3 a 4 días o una semana en algunas situaciones.

Una de las medidas que permitió recuperarse fue realizar ventas a los clientes VIP, los cuales compran por pallet en la planta y al ver que el despacho demoraría aumentaron la cantidad requerida de producto para así evitar retrasos. Las ventas eran por más de \$ 10 millones de pesos, las cuales se pudieron realizar. Esto dio la oportunidad de seguir fidelizando a los clientes que ya se tienen y buscar nuevos clientes.

Adaptación del recurso humano en los procesos productivos

Ante la situación país, la cuarentena obligatoria decretada en gran parte de la región metropolitana, incluyendo la comuna de Padre Hurtado donde se encuentra una de las plantas, no impactará en el funcionamiento de la misma, se decidió la reubicación de los trabajadores, esto se realizó en conjunto con los sindicatos para la creación del plan de reubicación, en este caso en las plantas más cercanas a los domicilios de los trabajadores.

Además, se siguió operando bajo un sistema de turnos de dos brigadas de 12 horas cada una y otra de resguardo ante contingencias. Igualmente se implementaron medidas que aseguren y faciliten el desplazamiento de todos los colaboradores que se desempeñan en labores operativas críticas desde y hacia las plantas de Padre Hurtado y Llay Llay. Luego de estos turnos se van a una cuarentena preventiva de 14 días; asimismo, se les asignó un 1 día libre.

Apertura a nuevos puestos de trabajos

Desde el estallido social a esta pandemia se pensó en incluir a la mujer en la empresa ya que la mayoría del recurso humano había sido hombre, por esta razón y aludiendo a que cada vez el empoderamiento femenino crece, la empresa quiso crear 100 puesto de trabajos solo para mujeres debido a la creación de un horno nuevo en la empresa. Estas 100 mujeres fueron capacitadas en sus nuevos puestos de trabajos y además de un seguimiento en el proceso de adaptación a sus labores, esto ayudo en el tema de la pandemia, así cuando aparecían casos positivos ellas sin ningún problema podían reemplazarlos.

Plan Covid 19

Dentro de este mismo contexto de la pandemia, como empresa la seguridad y preocupación de los trabajadores es primordial, por ello se implementó el Protocolo de sospecha y/o contagio COVID-19, que incluye una serie de medidas para acompañar a los afectados, sus contactos estrechos y sus lugares físicos de trabajo. Cuidando siempre la confidencialidad de la información, así como el seguimiento en coordinación con la autoridad de salud.

Se han reforzado las restricciones sanitarias que la autoridad ha impuesto a través de un Protocolo de Higiene que incluye, entre otros: toma de temperatura en el ingreso y salida de las plantas; el uso obligatorio de elementos de protección sanitaria, y una rutina de sanitización en ambas plantas, como una forma de garantizar la seguridad sanitaria de todos nuestros productos.

Este protocolo, más una serie de directrices de seguridad, se extienden a todo el personal subcontratista que ingresa y opera en las plantas, y su cumplimiento es controlado por personal de prevención de riesgos:

- Limpieza, se contrató empresa de retiro de basura para eliminar cualquier elemento de contaminación, además de posterior servicio de aseo y aplicación de sanitizaciones.
- Además de un convenio con Centros de Salud Familiar (CESFAM) de la comuna para aplicación de Test rápido a los trabajadores
- La creación de un comité de emergencias está compuesta por el área financiera, comercial, operaciones y RRHH.

Mejoras en el ambiente natural, fomento del reciclaje y apoyo a la ecología

Como ya se venía realizando un proceso de reciclaje en conjunto con la comunidad, se siguió el fomento de esta iniciativa, al crear más depósitos de vidrio, así las personas no debían recorrer grandes distancias para ir a llevar las botellas que ya no usan.

Asimismo, en la primera versión del Concurso Embotellarte, se premió a los mejores trabajos de reciclaje de vidrio: El primer lugar recibió una Tablet, además de una campaña para acopiar el vidrio, un set de surtido de plantines y botellas de vidrio reutilizables. El segundo lugar recibió un kit de creación artística, una campaña para acopiar el vidrio, un set de surtido de plantines y botellas de vidrio reutilizables, mientras que el tercer puesto se quedó con una campaña para acopiar vidrio más un surtido de plantines.

El objetivo de esto es incentivar a los miembros de la comunidad, que se encuentran en sus casas, a utilizar su tiempo e ingenio en la creación de arte. Todo esto se hace a través de convenios con la Municipalidad de la comuna la cual ha tenido buena acogida a estas ideas planteadas.

BIBLIOGRAFÍA

Arias, F. G. (2012) *El Proyecto de Investigación: Guía para su elaboración*. Sexta ed. <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

Caso de Portafolio II

Castro D., A. (s.f.) Comuna Llay Llay. <https://sites.google.com/site/comunadellayllay/>

Cristalchile (s.f.) *Historia*. <https://www.cristalchile.cl/historia/>

Galeano E. (2000) *Las Venas Abiertas de América Latina*. Tercera Edición. La Paz. Ediciones La Cueva.

Glosario Portafolio I II III IV

Lecturas de la plataforma de UNIACC

Mapa Conceptual Portafolio I.

Sánchez Galán, J. (s.f.) *Crecimiento económico*. <https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-economico.html>

Valor Compartido (4 de junio de 2020) *¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?* <https://www.valor-compartido.com/que-es-responsabilidad-social-empresarial/>

Video de UNIACC última semana