



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

**Portafolio de Título**

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

**Docente portafolio: Francisco Gallardo González**

**Estudiante (s):  
Andrés Sergio Domínguez Zamora**

**Santiago de Chile, 1 de julio del año 2020**

## **Agradecimientos**

Me gustaría agradecer en estas líneas a todas las personas que me prestaron apoyo durante todo este proceso, en primer lugar, a mi familia, como a mis amigos que me ayudaron de manera desinteresada a lograr mi objetivo, entregando una ayuda y apoyo desinteresado y una buena voluntad.

Así mismo, deseo expresar mi reconocimiento por cada uno de los docentes que participaron conmigo en este proceso de aprendizaje, como también a la Universidad por prestar el apoyo necesario para lograr este deseado objetivo.

## Índice

<b>Portafolio I</b> .....	4
<b>Portafolio II</b> .....	7
<b>Glosario</b> .....	7
<b>Caso práctico</b> “Importancia de las comunidades en el desarrollo económico” .....	12
<b>Portafolio III</b> .....	18
<b>Glosario</b> .....	18
<b>Caso</b> “Nuevo enfoque en manejo de comunidades minera Barrick” .....	24
<b>Portafolio IV</b> .....	28
<b>Glosario</b> .....	28
<b>Mapa Conceptual desarrollo caso portafolio II</b> .....	33
<b>Fuentes Bibliográficas</b> .....	36

## Portafolio I

### 1.- Área economía

- ✓ Demanda: cantidad de bienes y servicios que las personas, ya sean individuos y/o empresas que intentan comprar para satisfacer sus necesidades.
- ✓ Oferta: cantidad de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, para satisfacer la demanda.
- ✓ Sector económico: forma de clasificar y agrupar los distintos tipos de procesos productivos y distribución que se llevan a cabo en un país, esta clasificación separa en sector primario donde las materias primas no han sido transformadas aun, sector secundario o industrial donde las materias primas se transforman, y sector terciario donde se definen productos y servicios no tangibles.
- ✓ Factores productivos: son los recursos productivos que necesitan las empresas para desarrollar un bien y/o servicio, estos factores productivos se dividen en 3 tierra, trabajo humano y capital.
- ✓ Inflación: la inflación es la variación sostenida (al alza) de los precios de los bienes y servicios dentro de un mercado en un periodo de tiempo, la inflación se mide de forma porcentual y se interpreta como una tasa de inflación. Existen 3 tipos de inflación dentro del mercado las cuales son inflación baja, inflación galopante e hiperinflación.
- ✓ Desempleo: situación del mercado del trabajo donde las personas o individuos se encuentran sin una fuente laboral y/o de ingreso.
- ✓ Mercado: situación donde los oferentes y demandantes realizan transacciones en búsqueda de beneficios.

## 2.- Área marketing

- ✓ Ventaja competitiva: característica que tiene una empresa que logra diferencia su producto o servicio en comparación al resto de su competencia en el mercado, esta diferenciación le permite tener mejores ventas y/o retornos que sus competidores, para que esto se cumpla esta ventaja competitiva tiene que ser valorada por el mercado en donde se desarrolla.
- ✓ Estrategias: las estrategias son un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr los objetivos y metas planteadas por la empresa, existen distintos tipos de estrategia como de posicionamiento, de crecimiento entre otra.
- ✓ Análisis situacional: comprende el estudio de las características del entorno interno como externo de la empresa y como estas características afectan de manera positiva o negativa a la empresa, donde podemos visualizar las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades que tiene la empresa con relación al mercado en el cual se desarrolla.
- ✓ Portafolio de negocios: diferentes unidades, divisiones o líneas de negocios que tiene una empresa, este análisis se lleva a cabo con el fin de identificar en que división se crea mayor valor y se obtienen mayores retornos, par que de esta manera la empresa se enfoque en este tipo de líneas de negocios.
- ✓ Valores: los valores son la forma de orientar la empresa en función de cómo enfrentaran la operación, donde los valores se definen o pueden ser como la honestidad, trabajo en equipo, cuidado del medio ambiente entre otros, estos valores orientan a las personas o individuos que trabajan en la empresa en función de realizar su trabajo.
- ✓ Cadena de valor: proceso donde se identifican las actividades que generan un valor agregado al proceso productivo, consolidar la cadena de valor conlleva a crear una ventaja competitiva.
- ✓ Segmentación: proceso en donde se divide el mercado objetivo en pequeños grupos de carácter homogéneos, este proceso sirve para identificar de mejor forma a los posibles compradores del bien o servicio que entrega la empresa que

desarrolla el análisis, como también sirve para identificar las necesidades de los distintos grupos.

### **3.- Área de administración**

- ✓ Organización: grupo de individuos que interactúan entre sí, en búsqueda de objetivos y metas planteadas en común, en la organización los individuos que la componen también comparten responsabilidades y funciones que están orientadas al cumplimiento de metas y objetivos.
- ✓ Dirección: etapa de la administración donde los individuos direccionan y/o guían a la empresa en búsqueda de cumplir los objetivos planteados por la empresa, para esto tienen que coordinar y dirigir al personal de la empresa.
- ✓ Comunicación: herramienta esencial dentro de una organización y/o empresa, donde a través de la comunicación se logra la coordinación de las tareas asignadas para cada individuo como también la interacción entre los diferentes departamentos existentes en la organización.
  
- ✓ Toma de decisiones: selección de acciones que se llevan a cabo entre varias alternativas con el fin de cumplir un plan en específico, toda toma de decisión tiene un compromiso de la empresa en función de recursos y dirección, la tarea de los administradores es tomar decisiones con la información existente tanto interna como externa.
- ✓ Departamentalización: situación donde se agrupan las diferentes tareas que se realizan dentro de una organización, en esta etapa se crean los departamentos, divisiones y/o sucursales donde existe un administrador a cargo de un equipo cuya área es parte de un todo en la empresa (departamento de marketing, departamento de recursos humanos entre otros).
- ✓ Autoridad: capacidad que tienen los administradores para influir en las personas que están a su cargo en sus opiniones y acciones que ejecutaran dentro de la empresa.
- ✓ Control: función dentro de la empresa que consiste en monitorear, medir y corregir las tareas efectuadas por el personal de la empresa como individuos y como

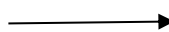
organización en termino global, el control es un proceso que compara lo planificado con lo ejecutado, informado sobre las posibles desviaciones que puedan generarse en el proceso mismo. El fin del control es identificar las desviaciones e informar para realizar las correcciones ya sea en el sistema de trabajo o en la planificación realizada anteriormente (no siempre lo planificado es lo adecuado).

## Portafolio II

### Glosario

#### 1.- Branding

- ✓ Marca: La marca es el nombre y/o símbolo como también diseño del logo de la empresa con la cual se identifica ante sus pares y en el mercado en el cual se desenvuelve, la marca y su símbolo son una forma de diferenciarse ante la competencia con el fin de que sus clientes puedan identificarlo.



Logo de la empresa  
unilever

Unilever



nombre

- ✓ Branding: Branding es la gestión que se realiza para la creación de una marca de una empresa donde se gestiona desde la creación de la marca (logo, nombre, diseño), hasta la gestión con el fin de aumentar la rentabilidad y el reconocimiento de esta en el mercado por sus clientes a través de la propuesta de valor.

- ✓ Segmentación: La segmentación es un proceso donde se busca identificar los potenciales clientes en función de un análisis de separar o dividir el mercado en diferentes variables tales como demográficas, geográficas, de conductas, entre otros, esto se realiza con el fin de ser más eficiente en términos de venta y recursos destinados al área de marketing.
- ✓ Posicionamiento: El posicionamiento es la forma en que la empresa a través de lo que se define como branding, busca posicionar su producto en el mercado y en la mente de los consumidores, buscando diferenciarse a través de los atributos del producto, sus beneficios, su calidad, por precios entre otros.
- ✓ Diferenciación: La diferenciación es la creación de valor al punto en que los clientes perciben la marca como única esta diferenciación, se logra transformar en una barrera contra las imitaciones o la competencia donde en definitiva se logra crear los lovemark, la diferenciación se puede lograr a través de la innovación, estilo de vida y por precio.
- ✓ Modelo monolítico: Modelo donde se aplica solo una marca para desarrollar e identificar todo. Donde la empresa y sus productos tienen la misma marca, con esto se busca potenciar la marca única, como también todo producto al tener la marca principal parte de una base donde posee un apoyo en función de los atributos de la marca principal.
- ✓ Modelo de apoyo de marca: Este modelo de arquitectura de marca busca o se desarrolla a través del apoyo de la marca corporativa hacia los distintos productos o submarcas que desarrolla o posee, buscando de esta forma potenciar sus productos.

## **2.- Macroeconomía**

- ✓ Balanza comercial: La balanza comercial es la diferencia que se origina en un país a través de sus exportaciones e importaciones solo de bienes. En este caso tenemos por ejemplo las exportaciones de frutillas o cobre que genera nuestro país, y por el lado de las importaciones podemos ver los vehículos tales como Toyota, Mazda, entre otros.



- ✓ Demanda agregada: La demanda agregada es una herramienta de análisis donde se refleja la sumatoria de todos los hechos económicos que se realizan en un país, donde tenemos el consumo, inversión, gasto público, y la diferencia generada en la balanza comercial.
- ✓ Gastos en inversión: La inversión son todos los gastos que se generan en la economía en relación con las empresas, donde su objetivo principal es invertir para aumentar su productividad, por ejemplo, compra de nuevas maquinarias en una fábrica.
- ✓ Gasto del gobierno: El gobierno es un agente económico activo donde es parte del desarrollo económico que se genera en un país a través de demandar productos y servicios que serán usados con el fin de aumentar el bienestar de los ciudadanos, un ejemplo de esto es el gasto que se produce a través del ministerio de obras públicas, donde se construyen hospitales, redes de agua potable rural, carreteras entre otros.
- ✓ Políticas públicas: Son las legislaciones y/o leyes que el estado realiza con el fin de genera un mayor bienestar social en un país. Estas políticas públicas se desarrollan en las distintas áreas como la educación, salud, vivienda entre otros. Ejemplos de esto es la inversión que se propone para mejorar el Transantiago, creación de nuevas viviendas sociales, o lo que se busca hoy mejorar las pensiones de los chilenos a través del nuevo proyecto de ley que está en trámite.
- ✓ Ingresos públicos: Los ingresos públicos son los ingresos que recibe el estado a través de los impuestos generados tanto a las familias como a las empresas, estos impuestos son recaudados por el servicio de impuestos internos, ejemplos de esto son el global complementario y el impuesto a la renta, como también el IVA que tantas personas como empresas hoy pagamos. Otro impuesto que también es característico e influyente en la vida cotidiana es el impuesto ejercido a los combustibles. Por otro lado, el estado puede generar ingresos a través de acreedores.
- ✓ Tipo de cambio: El tipo de cambio es el mercado cambiario que existe en las divisas de cada país, en este caso se define como cuanto se recibe por una

moneda por el cambio de otra. A través del tipo de cambio podemos ver los efectos que se generan en las monedas en función si estas han tenido un efecto negativo o positivo. (depreciación o apreciación).

### **3.- Ética y responsabilidad social**

- ✓ Moral: La moral es un conjunto de normas y valores que se definen en una comunidad o sociedad, donde se comparten por los individuos que conviven en esta comunidad, la moral puede ser muy diferente entre las distintas comunidades y culturas que existen dentro de un país o el mundo.
- ✓ Ética: Es un proceso interno de cada individuo donde a través de la reflexión y sus pensamientos, como también sentimientos el individuo analiza y responde a diferentes situaciones y decisiones que tiene en su vida, en función del bien y el mal, es a través de la ética que nace la moral.
- ✓ Bien común: Al existir individuos que se relacionan entre si y coexisten en una comunidad, además de compartir la moral, se busca en función de esto el bien común que se desarrolla a través de los individuos en la busca del bienestar colectivo, ejemplo de esto son las políticas públicas que buscan mejorar la vida de los individuos.
- ✓ Relaciones interpersonales: Es la interacción que generan los individuos entre ellos a través de la comunicación, con esto buscan el crecimiento personal de ellos mismo, de esta forma también se logra el desarrollo integral del ser humano.
- ✓ Responsabilidad: La responsabilidad son las consecuencias que cada individuo tiene en función de las decisiones que toman, por lo que cada individuo tiende a reflexionar sobre las responsabilidades que sus decisiones pueden causar.
- ✓ Comunidad: Conjunto de personas que se relacionan entre sí, además de compartir objetivos, intereses, como también conductas y emociones, es por esto que las comunidades se forman a través de un vínculo formado por los individuos donde la comunicación tiene un rol relevante.

- ✓ Responsabilidad social empresarial: Prácticas empresariales donde se busca el desarrollo económico en conjunto con el desarrollo social y cuidado del medio ambiente, donde en definitiva se busca que estos tres conceptos crezcan de manera integral potenciando y apoyándose entre sí. Las empresas cambian su enfoque donde solo lo importante es la rentabilidad, los beneficios también vienen por el desarrollo social y medio ambiental donde la empresa ejerce o desarrolla su actividad económica.

#### **4.- Gestión financiera corporativa**

- ✓ Activos: Bienes que posee la empresa que puede convertir en dinero, dentro de estos bienes o activos se puede generar 2 categorías donde existen los activos corrientes que en definitiva son los activos más líquidos que tiene la empresa (cuentas por cobrar, caja, depósitos a plazo) y activos fijos (camioneta, inmuebles, derecho a llave).
- ✓ Pasivos: Son las obligaciones que tiene la empresa con diferentes entidades ya sean bancarias (acreedores) son los que prestan dinero para invertir en activos o proyectos, y los proveedores. En definitiva, los pasivos son la deuda que tiene la empresa con terceros.
- ✓ Informes contables: Conjunto de informes financieros los cuales muestran el estado de la empresa en un determinado periodo, estos informes están compuestos por el balance, estado de flujo efectivo, estado de resultado, cambio patrimonial. El objetivo de esto es entregar información para generar toma de decisiones en la empresa.
- ✓ Balance: El balance muestra la situación financiera de una empresa en un determinado periodo, mostrando los activos, pasivos y patrimonio de la empresa, este en definitiva busca mostrar el resultado entre los pasivos y activos mostrando finalmente la situación patrimonial de la empresa.
- ✓ Estado de resultado: El estado de resultado muestra la utilidad o pérdida de un determinado periodo de una empresa, donde además muestra las cuentas que influyen en dicho resultado donde la cuenta principal son las ventas y su costo de venta, como también el impuesto a la renta.

- ✓ Costo de venta: Costo de venta son los gastos directos que se han generado para poder vender el producto o servicio de una empresa dentro de esto costo están los insumos, mano de obra directa entre otros.
- ✓ Ratios de liquidez: Las ratios de liquidez son herramientas de análisis que se utilizan sobre las cuentas generadas u obtenida en el balance, donde en definitiva se busca saber la disponibilidad de efectivo o la capacidad que tiene la empresa para hacerle frente a sus obligaciones. (ejemplos de ratio: razón circulante, prueba acida).

### **Caso práctico “Importancia de las comunidades en el desarrollo económico”**

Como se ha visto y desarrollado en los últimos años, en especial en el norte del Chile, la forma de trabajo que tienen tanto empresas Chilenas y/o empresas con fondos extranjeros, han sufrido un fuerte cambio y golpe por parte de las comunidades locales, donde son estas las que han tomado un fuerte protagonismo e incidencia en el desarrollo de los mega proyectos mineros, e industria en general, llegando a tal punto a ser protagonistas en el cierre de proyectos, causando un daño económico a la zona, pero a la vez dejando en evidencia las malas practicas de algunas empresas.

Es en este caso que se analizara y comparara el caso de éxito que la minera nueva unión (unión de dos empresas minera Teck-Goldcorp) en el desarrollo de su nuevo proyecto minero y como su programa o proceso de relacionamiento temprano a logrado trabajar y encontrar el apoyo de las comunidades indígenas y otras en la Provincia del Huasco.

La primera y gran diferencia que genera Mike Hubbard, CEO de nueva unión es que cambia el enfoque sobre como trabajar con las comunidades donde antes existían un interlocutor que levantaba las necesidades de algunos, y las cuales se buscaba la forma de satisfacer, a un cambio de trabajo en equipo, donde los financiamientos y o aportes van enfocados a la comunidad con un concepto en general, además se realiza un trabajado de levantamiento de las comunidades locales y las cuales se verán

directamente afectadas con este proyecto, e invitándolos a una mesa de diálogo y participación en el desarrollo del proyecto mismo.

Donde uno de los temas de desarrollo en conjunto fue el cambio de posición del depósito de relave desde la cabecera del río Huasco, tema muy preocupante y sensible para las comunidades, hacia el sector de Relincho lugar de alguna forma más amigable con el medio ambiente y con las comunidades indígenas que se desarrollan en las cercanías del río Huasco.

Otro caso o forma relevante de desarrollar el proyecto enfocado en el desarrollo en conjunto de las comunidades, es que Nueva Unión, comienzan con una búsqueda temprana de proveedores locales para los distintos servicios a usar como movimientos de tierra, alimentación, servicios de hotelería, mantenciones, perforación entre otros. Y es aquí donde se desarrolla un caso emblemático en la Zona donde Nueva Unión luego de un proceso de licitación comienza a desarrollar a una empresa llamada Comercial Nutriser, empresa local que entregaba servicios de alimentación a pequeña y mediana minería, y en el caso de esta empresa local Nueva Unión comienza a hacer crecer y profesionalizar a través de trabajo en conjunto la empresa Nutriser, generando estandarizaciones, procedimientos con altos estándares de seguridad y cuidado del medio ambiente, tanto así que Nutriser deja de ser catalogado como proveedor y se transforma en un Socio estratégico, apoyando en nombre de Nueva Unión un programa de comunidades con el fin de apoyar y establecer lazos importantes con la comunidad, programa que va desde cursos de cocina en la penitenciaría de Vallenar, capacitaciones en buenas prácticas a gente de las distintas comunidades, como también el desarrollo de pequeños emprendedores locales como vendedores de frutos secos, verduras entre otros, ayudándolos a la obtención de certificaciones y permisos de salud, como también poniendo estándares de contratación donde todos los proveedores de Nueva Unión tienen que contratar gente local como un mínimo de un 70% de su planilla de personal,

donde se busca aumentar el trabajo y la capacitación en algunos puestos de trabajo para la gente de la comunidad.

Ahora bien, si contrastamos este caso de éxito con otro caso emblemático y reconocido como un caso de fracaso el cual fue de Minera Barrick y el proyecto minero Pascua Lama el cual se vio afectado por su comportamiento poco ético en el desarrollo de su proyecto generando daños al medio ambiente y comunidades locales generando de esta forma el cierre total y aun en trámite cierre definitivo, donde las comunidades jugaron un rol relevante e importante, en búsqueda del cierre de dicho proyecto es el caso de la Asamblea por el Agua del Huasco Alto, donde Constanza San Juan vocera de esta asamblea señala,

*“Desde que comenzaron los daños, hasta el día de hoy, tenemos una amenaza en la naciente de nuestras aguas, entonces no se puede seguir dilatando este proceso que lleva siete años, necesitamos una resolución final, y no seguir dándonos vueltas en torno al caso. Por otro lado, lo hemos tomado como una oportunidad para contarle al Tribunal nuestras propias vivencias que existen infracciones aún más graves”*

Es de esta forma que vemos el rechazo de la comunidad a un proyecto por las malas prácticas en las cuales se desarrolló.

En la siguiente imagen nos daos cuenta de cómo la Minera Barrick en su proyecto de Pascua-Lama destruye un glaciar de la zona.



Imagen obtenida: <https://radio.uchile.cl/2019/03/12/comunidad-del-huasco-busca-la-ratificacion-de-la-clausura-de-pascua-lama/>

Como vemos el proyecto Pascua-Lama carecía de un trabajo en conjunto con las comunidades y no solo eso carecía de un comportamiento ético con el medio ambiente desarrollando sus trabajos sin considerar los daños que estos podrían traer.

Ahora al contrastar o comparar los dos casos en la misma región y en este caso en la comuna de alto del Carmen de la provincia del Huasco, nos damos cuenta que el trabajo desarrollado por cada una de las empresas es total y absolutamente distinto, donde Nueva Unión apunta a un trabajo en conjunto con la comunidad y enfocado en el medio ambiente, Minera Barrick considera a la comunidad pero no para desarrollar el proyecto en conjunto y por otro lado faltando a criterios básicos de la ética y moral de la sociedad Chilena en temas medio ambiental.

Ahora bien, nos nacen las siguientes preguntas,

¿es la comunidad un jugador importante en el desarrollo de las empresas?,

Si Minera Barrick hubiera considerado un buen programa y enfocado sus trabajos en virtud de la comunidad y medio ambiente ¿seguiría operando?

¿Es importante como directivos de una empresa establecer la ética y la responsabilidad social empresarial dentro de la compañía para ejecutar la operación y funcionamiento de la empresa?

Existen muchas preguntas que nos pueden nacer desde estos dos casos, pero lo que si queda claro es la importancia de evaluar el entorno en donde nos desarrollamos como empresa, yo soy parte y socio de la empresa Nutriser, y hoy en día desarrollamos un programa comunitario en virtud de apoyar el proyecto, somos parte de la mesa de conversación donde entregamos nuestras sugerencias, al igual que otros proveedores locales y comunidades, hoy en día todos somos parte del proyecto Nueva Unión, donde realmente se evidencia el concepto de ética y responsabilidad social empresarial, donde estos no son solo conceptos si no que son las herramientas para alcanzar las metas y objetivos donde los valores toman parte importante como la Responsabilidad, Excelencia, Integridad, Respeto y Seguridad.

También por otro lado es importante resaltar y evidenciar como el desarrollar la empresa bajo criterios como la responsabilidad social empresarial y ética, afecta de forma positiva lo que es la marca, hoy en día Nueva unión es visto como un proyecto emblemático en el desarrollo sustentable en el área minera y por el otro lado como no trabajar bajo estos criterios finalmente te perjudica como empresa y debilita tu marca asociándola a empresas sin criterio como es Minera Barrick.



En definitiva nos damos cuenta de la importancia y el rol que juegan las comunidades en el desarrollo económico de un país y como al realizar un correcto rol como empresa en la sociedad podemos generar no solo beneficio económico o rentabilidad monetaria, sino también podemos generar creación de nuevas empresas, desarrollar a la gente local en términos profesionales, hacer avanzar a una ciudad o provincia en términos de infraestructura, aumentar la educación entre otros varios beneficios que tienen un retorno a la empresa en función de personal más feliz y motivado por ende son más eficientes, aumentar y posicionar la marca de una forma positiva lo que a la larga también traerá beneficios monetarios.

## Portafolio III

### Glosario

#### 1. Desarrollo económico

- ✓ Productividad: es la cantidad producida ya sea por un país, esta capacidad estará limitada por el nivel de tecnología y recursos que tenga el país, a mayor tecnología y recursos mayor será la productividad que tenga el país, el concepto de productividad está relacionado a los factores productivos (tierra, trabajo, capital y tecnología).
- ✓ Producto interno bruto (PIB): este es el indicador económico más utilizado a nivel global, el cual nos indica el nivel de desarrollo y crecimiento que tiene un país, en definitiva, nos muestra la producción realizada por el país durante un periodo de tiempo determinado, donde por ejemplo en Chile en los últimos 20 años el 10% total del PIB del país corresponde al sector minero, según la revista sector minero.
- ✓ Externalidades: las externalidades son efectos colaterales que se generan al realizar una actividad de consumo, producción o inversión, en definitiva son situaciones o efectos que suceden al realizar una actividad, estas externalidades pueden ser positivas o negativas, un ejemplo de esto son las externalidades negativas que tienen las mineras que puede ser la contaminación producida por estas, como también pueden tener externalidades positivas al abrir o aumentar un proyecto minero en dotación de gente y recursos, el comercio local indirectamente aumenta sus ventas ya sean en alimentos, hotelería, arriendos entre otros.
- ✓ Modelo de crecimiento endógeno: modelo que mide el crecimiento económico de un país en función de variables internas del país las cuales son capital físico, capital público de infraestructura, I+D, capital humano, donde son estas variables las que definen el crecimiento del país en cuestión, por ejemplo Chile es un país

de un gran capital físico pero tiene poca inversión en lo que es el I+D, por lo mismo siempre se verá afectado al comportamiento de commodities.

- ✓ Modelo socialista: modelo o régimen económico/político donde su gran característica fue la estatización de diferentes empresas de un país en cuestión, en Chile se dio principalmente en el área de la banca y minería, uno de los casos emblemáticos fue lo que hoy conocemos como Codelco (yacimientos mineros como Chuquicamata, el salvador entre otros).
- ✓ Exogeneidad: este concepto en la economía hace alusión a los modelos económicos clásicos donde el crecimiento económico que tenía un país se veía afectado por factores externos del país mismo, a partir de la década de los 80 cambio el foco centrándose en los factores económicos internos de los países para poder ver el crecimiento económico.
- ✓ Economía social de mercado: modelo que nace en la década de los años 50 y se establece en Chile en la década de los años 90, modelo que se diferencia del capitalismo y socialismo, donde una de sus grandes características es que el bienestar social, y el medio ambiente toman un protagonismo inexistente en los otros dos modelos antes mencionados, cambia el enfoque de las empresas donde se comienzan a no solo pensar en la rentabilidad o retorno financiero si no también en la sociedad y el aporte que se puede generar esta, también por otro lado el estado tiene un rol de protección donde se podría decir que está en el punto medio entre lo que el estado se define en el neoliberalismo y el socialismo.

## **2.- E-marketing**

- ✓ Marketing relacional: tipo o área del marketing que se especializa en crear una relación más cercana y directa con los clientes buscando de esta forma su fidelización, en el área digital se da a través de las nuevas plataformas como Facebook, Instagram entre otras, buscando de esta forma estar cercanos a los clientes e interactuar de forma fácil y cercana.
- ✓ B2C (comercio por internet): el concepto de B2C es la interacción entre el negocio y el consumidor a través de la web 2.0 hoy en día, donde se ofrecen servicios o productos que no existen o con ventajas sobre la manera tradicional, un ejemplo

característico de esto es la carrera que hoy cursamos de ing. Comercial en Uniacc online, donde la relación es directa entre el negocio y el cliente y se desarrolla a través de la plataforma de internet.

- ✓ E-commerce: este concepto es el que define la venta o intermediación de servicios entregados por las empresas hacia los clientes a través de plataforma o páginas web en internet, ejemplo de esto es la compra de pasajes ya sea en Latam o Sky Airlines, donde a través de la página web compramos pasajes de forma totalmente digital.
- ✓ E-tailing: cumple el mismo enfoque del e-commerce, pero este se refiere a productos físico, o la venta de productos físico, por ejemplo, la compra de un sillón o un televisor a través de la página web de Falabella.
- ✓ E-market: el e-market es un mercado electrónico donde existe un vendedor y un comprador que realizan la transacción a través de un tercero que a través de su plataforma garantiza, transparencia, eficiencia, seguridad entre otros, un ejemplo característico de esto es el sistema de MercadoLibre (intermediario) donde uno puede vender a través de esta plataforma sus productos, y donde existe un comprador ajeno a la plataforma que puede comprarlo.
- ✓ Usabilidad: concepto clave en lo que es e-marketing que trata sobre que las plataforma y/o contenidos deben tener un fin y enfocados a los clientes, que tengan características básicas como que el uso sea fácil de utilizar y entender, donde el usuario no debe tener problemas en lograr una interacción, es común ver páginas web por ejemplo que son de difícil manejo, donde tenemos que destinar más tiempo del que quisiéramos para poder obtener o realizar la tarea que queríamos hacer.
- ✓ Reputación online: concepto clave hoy en día en el mundo digital donde las marcas tratan de proyectar sus atributos y valores para que los clientes a través del conocimiento y valoración a través de la experiencia con la marca o los productos genere una reputación que en todo momento se busca que sea totalmente positiva.

### 3.- Gestión de talentos

- ✓ Aporte de valor a la organización: este concepto o frase define lo que se busca a través de recursos humanos y su gestión dentro de la empresa donde es a través de las personas en función de sus características, capacidades y talentos que recursos humanos busca entregar eficiencia y productividad a la empresa en la gestión de búsqueda de talentos.
- ✓ Departamentos: el área de recursos humanos tiene interacción con todos los departamentos y áreas de la empresa donde hoy en día, y en la administración del siglo XXI, recursos humanos se transforma en un socio estratégico de cada departamento de la empresa (marketing, finanzas entre otros), a través de la búsqueda, capacitación, retención, evaluación de cada una de las personas.
- ✓ Comportamiento organizacional: efecto que se da en las empresas a través de las personas, grupos y estructura que en ella funcionan, con esto quiero decir que el comportamiento organizacional se define a través de los valores y cultura que tiene la empresa y a la interacción que se genera entre estos y las personas.
- ✓ Modelo de roles múltiples: este concepto es el nuevo rol que toma recursos humanos dentro de la empresa un rol múltiple, donde participa en la administración de recursos humanos estratégica (búsqueda de jefaturas, gerencias, dirección entre otros), de infraestructura, gestión de contribución de los empleados (aportes y evaluaciones), administración de transformación y cambio, como vemos los roles múltiples se transforman en una red conectada con cada área de la empresa.
- ✓ Perfil de cargo: información relevante y necesaria sobre un puesto de trabajo en base a sus requerimientos, como responsabilidades, requerimientos de estudio, edad, renta, sexo, competencias, funciones y tareas, este perfil de cargo se desarrolla en virtud de lograr encontrar a la persona idónea par el puesto de trabajo, un ejemplo de esto es lo que se ve cuando las empresas publican avisos por ejemplo en laborum.com donde se busca según las necesidades y perfil del cargo necesario.
- ✓ Reclutamiento: gestión que realiza recursos humanos para buscar a una persona para un puesto de trabajo, este reclutamiento puede ser de forma interna como

externa, un ejemplo característico de un reclutamiento interno son los ascensos, donde al existir una vacante en algún puesto la empresa busca entre su personal las aptitudes y características necesarias para el puesto de trabajo incentivando de esta forma la motivación de sus empleados actuales, además de ayudarlos a progresar.

- ✓ Coaching: trabajo personalizado que se realiza con un individuo con el fin de potenciar y desarrollar una determinada competencia, uno de los más comunes es un coaching de liderazgo, donde se busca inculcar al individuo determinadas competencias con relación al liderazgo y trabajo en equipo.
- ✓ Mentoring: trabajo se realiza a través de una persona toma a un individuo con menor experiencia y comenzar el trabajo de transferir conocimiento y enseñar competencias, donde el tutor monitorea la carrera del empleado en cuestión.

#### **4.- Brand management**

- ✓ Estrategia de diferenciación: estrategia que busca seleccionar un valor único en el servicio o producto, el cual sea totalmente distinto a su competencia generando de esta forma un distanciamiento, un ejemplo de esto es la marca Apple, la que a través de sus productos entrega una experiencia totalmente distinta de sus competidores, a través del diseño y a la innovación.
- ✓ Extensión de marca: este concepto trata sobre el uso de una marca reconocida y establecida en el mercado para la creación de un nuevo producto este puede ser de línea o categoría (dependiendo si cambia o no de tipo de categoría), esto se hace con el fin de aprovechar el prestigio por la marca principal lo que en definitiva busca potenciar el nuevo producto generando de esta forma disminuir la barrera de entrada y costos de puesta en marcha entre otros, un ejemplo de esto es la marca Samsung donde participa en distintas líneas de producto como computadores, celulares, aspiradoras, lavadoras, refrigeradores entre muchos otros.
- ✓ Portafolio de marca: el portafolio de marca se refiere al manejo en conjunto de varias marcas que tiene una empresa, buscando el crecimiento y construcción en

conjunto, lo que con lleva a manejar un portafolio, ejemplos de este portafolio es la empresa unilever donde tiene varias marcas en distintos rubros buscando en conjunto una rentabilidad mayor para la empresa principal (unilever).

- ✓ Marca primaria: la marca primaria es el nombre y simbología que tiene un producto en cuestión, en este caso es el nombre que tiene el producto y que los clientes utilizan, caso característico de esto es el desodorante AXE donde su envase lleva el nombre y simbología, además del imagotipo, siendo este de la marca unilever.
- ✓ Modelo casa con marcas: este es un modelo de portafolio donde se distingue que la marca principal participa en las distintas categorías de los productos del portafolio, aso característico de esto es la empresa DELL donde, los computadores, Tablet y otros llevan la marca. Lo que tiene una ventaja muy relevante dado que concentra los recursos de marketing en una sola dirección.
- ✓ Asociación principal: la asociación principal es la cualidad más relevante del producto, con la cual se busca generar la diferencia de los clientes o consumidores, como también se busca que sea a través de esta asociación principal sean reconocidos por sus clientes, en definitiva, se busca mostrar las cualidades y atributos del producto, un ejemplo de esto son las motos de motocross fabricadas por KTM, donde la calidad y diseño son su asociación principal.
- ✓ Productos relacionados: los productos relacionados viéndolos desde el punto de vista de estrategia, se busca a través de ellos entregar un valor agregado al producto principal dado que este carece de capacidad para poder diferenciarse salvo por precio, es por esto que por ejemplo en el caso de una empresa de celulosa puede buscar un producto o servicio relacionado que puede ser de interés para sus clientes lo que le entrega un valor agregado al producto principal.

## **Caso “Nuevo enfoque en manejo de comunidades minera Barrick”**

### **Identificación de problemática**

Como bien sabemos la minera Barrick en específico su proyecto pascua lama, tuvo grandes problemas con la comunidad y problemas con el medio ambiente, lo que en definitiva causó su clausura y cierre definitivo hasta la fecha donde nos encontramos titulares en páginas y revistas como estos:

*“Pascua Lama: Barrick destruye glaciares y usurpa territorios ancestrales”*

<http://www.derechoalagua.cl/mapa-de-conflictos/pascua-lama-barrick-destruye-glaciares-y-usurpa-territorios-ancestrales/>

*“Comunidades acusan irregularidades en fallo a favor de Pascua Lama”*

<https://radio.uchile.cl/2017/03/16/comunidades-acusan-irregularidades-en-fallo-a-favor-de-pascua-lama/>

como hemos visto las comunidades hoy en día han tomado un fuerte manejo, poder e importancia en las decisiones de proyectos de grandes envergaduras, donde pueden incidir si un proyecto minero tendrá un funcionamiento tranquilo o tendrá un funcionamiento lleno de problemas legales además de posibles cierres hasta llegar a un cierre definitivo.

Como vemos el gran problema o la problemática de Barrick es haber tratado manejado a las comunidades sin darles la importancia que estas tenía para el proyecto, sin trabajar con ellos de forma de hacerlos parte del proyecto buscando gente local, potenciando el comercio de la zona, capacitando a las empresas locales para que puedan llegar a un nivel y estándar minero apoyando su crecimiento lo que en definitiva causó que el proyecto no tuviera una continuidad segura en el tiempo, dejando a la marca Barrick y pascua-lama a nivel nacional como una marca o compañía enemiga del medio



ambiente y sin ningún respeto por las comunidades locales e indígenas del lugar en este caso la tercera región en la provincia del Huasco.

### **Curso de acción**

Ya definida la problemática que es el “correcto manejo de comunidades” definimos los cursos de acción:

Para lo cual proponemos abrir un departamento específico de manejo de comunidades en el cual se buscara trabajar, capacitar y ayudar a las comunidades no entregando fondos, si no más bien entregando cursos, capacitaciones, ayudando a las empresas locales a certificarse, crear protocolos de producción y en los servicios, logrando de esta forma preparar tanto a las personas como a las empresas para que puedan ser parte del proyecto minero y no solo de este sino que potenciarlos para que también puedan participar en otras mineras y aportar a su crecimiento.

Este departamento tendrá que trabajar con los departamentos de recursos humanos y de contrato para que en conjunto puedan desarrollar este programa de comunidades

Los trabajos que se realizarán serán los siguientes:

- ✓ Levantamiento de comunidades locales y empresas que tengan capacidades necesarias para poder apoyarlos en su crecimiento y estandarización de procesos.
- ✓ Programa de capacitación para personas orientadas a los trabajos necesarios en el proceso minero.

- ✓ Realizar nuevos estándares relacionados con el medio ambiente, y creación de valores orientados al cuidado del medio ambiente, los cuales se darán a conocer en la empresa y serán parte para evaluar el proyecto como tal.
  
- ✓ Trabajo en conjunto con el departamento de marketing para dar a conocer los nuevos valores y trabajos con la comunidad a nivel local y nacional, con el fin de limpiar y mejorar la percepción de la imagen corporativa de la empresa.
  
- ✓ Cambio imago tipo de la marca y nuevo slogan comunicacional

#### Beneficios:

- ✓ Mejora en la imagen corporativa a nivel nacional, lo que en definitiva mejorara las relaciones con las entidades públicas y privadas.
- ✓ Comunidades a favor del proyecto y comprometidos con este, lo que generara un apoyo incondicional ante posibles problemas.
- ✓ Mejora en el bienestar social de la zona de la provincia del Huasco.
- ✓ Apoyo local para lograr iniciar actividades nuevamente.

#### Costos:

- ✓ Aumento en costos por concepto de capacitación y apoyo a las comunidades locales
- ✓ Aumento en costo publicitario para dar a conocer la nueva imagen y trabajos realizados por la compañía a nivel local y nacional.
- ✓ Incertidumbre en lograr que las empresas locales logren llegar a un estándar minero.

## **Evaluación del curso de acción**

Para evaluar este curso de acción tenemos la evidencia empírica de lo realizado por nueva unión minera también de la zona del provincia del Huasco, la cual cambio el enfoque y realizo un trabajo con las comunidades y empresas locales potenciándolos y haciéndolos participe del proceso, capacitando y dando la oportunidad a empresas locales para que se transformaran en socios estratégicos realizando los trabajos no solo en la minera, sino también un trabajo externo apoyando el proyecto ante eventuales conflictos, lo que en definitiva incorpora una fuerza externa ( la comunidad) al proyecto en sí.

Dicho lo anterior si vemos los beneficios que puede lograr Barrick en comparación con los costos que esto puede traer, son totalmente mínimos dado que para minera Barrick estos costos son monetarios y los recursos podrían estar fácilmente disponibles. Ya que lograr iniciar nuevamente las faenas, incorporando a la comunidad y realizando o mejorando el bienestar social son 3 puntos absolutamente claves para la compañía dado que la clausura ha traído perdidas tanto financieras como de imagen corporativa, lo que lleva un largo camino poder recuperarlas, y la única forma es trabajando en equipo y conjunto con las comunidades locales enfocados en minimizar los riesgos ambientales, y aumentando el bienestar social.

## **Conclusión caso portafolio III**

Como vemos este es un caso muy relevante a nivel país donde uno de los proyectos mineros más grandes de Chile fue clausurado por el problema medio ambiental y problema con las comunidades locales, problema que surge del mal manejo realizado con las comunidades donde como empresa no se hizo participe a la comunidad ni tampoco se comenzó el proyecto pensando en el bienestar social de la comunidad local, lo que en definitiva trajo consigo el cierre o clausura de la faena. Es por esto que tomamos el ejemplo de la minera nueva unión y su nuevo enfoque de hacer negocios incorporando a la comunidad local, para esto se evaluaron los cursos de acción a realizar

definiendo los beneficios y costos principales que estos pudieran tener, llegando a la conclusión de que el curso es totalmente necesario para poder iniciar nuevamente las operaciones pero esta vez con un enfoque totalmente diferente y orientado a hacer partícipe a la comunidad local y aumentar su bienestar social.

## **Portafolio IV**

### **Glosario**

#### **1.- Taller de habilidades directivas**

- ✓ Inteligencia emocional: la inteligencia emocional es la capacidad que tienen los directivos y/o gerentes para captar las emociones de un grupo de trabajo, con el fin de orientarlas hacia un camino positivo, capacidad muy importante para poder ejercer un liderazgo positivo y conducir a los equipos de trabajo al éxito.
- ✓ Líder democrático: este es una de las clasificaciones de liderazgo que pueden ocurrir dentro de una empresa, donde este tipo en particular es un líder democrático como bien su nombre ya lo define es un estilo donde el líder consulta y toma en cuenta la opinión de los empleados, hoy en día se da un rol más de un líder democrático haciendo partícipe a los empleados en la toma de decisiones con el fin de hacerlos sentir parte de la empresa con lo que se buscan nuevas ideas y la satisfacción de estos.
- ✓ comunicación descendente: comunicación que tiene un carácter generalmente oral que se origina desde la autoridad hacia el subordinado o empleado, este tipo de comunicación es típica en las ordenes que se generan desde por ejemplo el

gerente de ventas al ejecutivo de ventas. (existe una comunicación desde el jefe a su subordinado o empleado).

- ✓ Escucha activa: concepto clave en lo que respecta a la comunicación a las habilidades de los líderes donde en definitiva es una habilidad orientada a escuchar y tomar atención real a los sentimientos, pensamientos e ideas de lo que dice otra persona, en definitiva, es la habilidad de demostrar un interés real en lo que comunican o comunica la otra persona y tomarlo en consideración.
- ✓ Motivación intrínseca: búsqueda de retos que se da de forma interna en los empleados o personas en la búsqueda de aumentar o extender sus capacidades, este concepto como bien se define como una automotivación emerge de manera espontánea en el empleado siempre y cuando exista el ambiente organizacional adecuado (metas justas, una buena dirección entre otros).
- ✓ Conflictos de conocimiento: situación que ocurre en las empresas cuando los individuos o trabajadores no tienen o no poseen los conocimientos adecuados para efectuar las tareas a su cargo lo que puede transformarse tanto en un problema para la empresa como en una frustración para la persona, por esto mismo los puestos de trabajos deben tener su descripción de cargo adecuada como también sus necesidades para evitar este tipo de conflictos y posibles frustraciones en las personas.
- ✓ Equipos de procesos: esto son equipos creados para realizar cambios específicos de estructuración o de reingeniería en un proceso en específico con el fin de mejorarlo, o de realizar una reingeniería del proceso, estos equipos son dirigidos por la gerencia, en general estos equipos nacen a través del levantamiento de desviaciones o problemas sobre todo en procesos productivos donde se busca aumentar la productividad.

## **2.- Conducta del consumidor**

- ✓ Capacidad de respuesta: este concepto hace relación a la capacidad que tienen las empresas en dar respuesta a sus clientes en base a consultas, reclamos y otros, hoy en día es un comportamiento o concepto clave que las empresas deben

tener en alta consideración ya que una capacidad de respuesta baja generara la pérdida de clientes.

- ✓ Neuromarketing: neuromarketing es una de las más nuevas herramientas con la que cuenta el área de marketing en las empresas, este concepto trata de aplicaciones de neurociencia enfocadas para comprender el comportamiento de nuestro cerebro en diferentes situaciones, donde se busca predecir la conducta del consumidor, uno de los ejemplo más característicos es que a través de esta herramienta se pudo descubrir que las personas al momento de pagar se les activa la sensación de dolor en el cerebro.
- ✓ Investigación descriptiva: es una de las formas que se puede desarrollar una investigación de mercado en este caso la investigación descriptiva, es una forma de investigación formal que se realiza a través de entrevistas, encuestas, simulaciones o experimentos, donde busca definir el comportamiento de un fenómeno en específico, este tipo de investigación se realiza de forma grupal, a personas, comunidades entre otros.
- ✓ Confiabilidad: este concepto es transversal a cada área que hemos visto donde la importancia de que la información sea confiable es clave para tomar decisiones, con relación al comportamiento del consumidor hace relación a cuando los resultados son congruentes y las mediciones que se han realizados están exentas de errores.

### **3.- Evaluación de proyectos**

- ✓ Activos nominales: este concepto hace referencia a los bienes intangibles que las empresas deben considerar o realizar previa a a la puesta en marcha, por ejemplo, patentes, gastos de organización entre otros, estos bienes son necesarios para que las empresas puedan realizar la puesta en marcha de la empresa o en definitiva iniciar la operación.
- ✓ Gastos de puesta en marcha: los gastos de puesta en marcha son los gastos necesarios por realizar en las instalaciones de forma preliminar, al inicio de la operación y hasta que la empresa tenga un funcionamiento adecuado, gastos de

estos son los sueldos de la gerencia, publicidad de lanzamiento, arriendo de oficinas entre otros.

- ✓ Capital de trabajo: el capital de trabajo es uno de los conceptos más importantes de la evaluación de proyecto, ya que son los recursos necesarios para llevar la operación normal, esto quiere decir la compra de materias primas, gastos operacionales, y venta del producto donde las cobranzas toman un rol muy importante en la cantidad de capital de trabajo necesario finalmente.
- ✓ Proyectos de infraestructura: este concepto es una de las definiciones de la naturaleza de los proyectos que se puede llevar a cabo donde en específico en este caso hace alusión a los proyectos relacionados con el área de construcción como la construcción de edificios, carreteras entre otros.
- ✓ Perfil de un proyecto: esta es una de las etapas de la evaluación de un proyecto, en este caso es la primera etapa donde se revisa la idea de proyecto donde solo se considera la información ya existente, donde con esto se hace un análisis a grueso modo en términos de montos de inversión, de costos y beneficios el error esperado en esta etapa es de un 20% a un 30%.
- ✓ Marco legal y jurídico: es el marco legal y jurídico en el que está envuelto el proyecto, donde se debe considerar las leyes y normas con el fin de poder tomar decisiones con información clara sobre el medio en el cual esta inserta la empresa, un ejemplo de esto es la norma medio ambiental y las leyes laborales normas y leyes que cambian de país en país.

#### **4.- taller de gestión comercial**

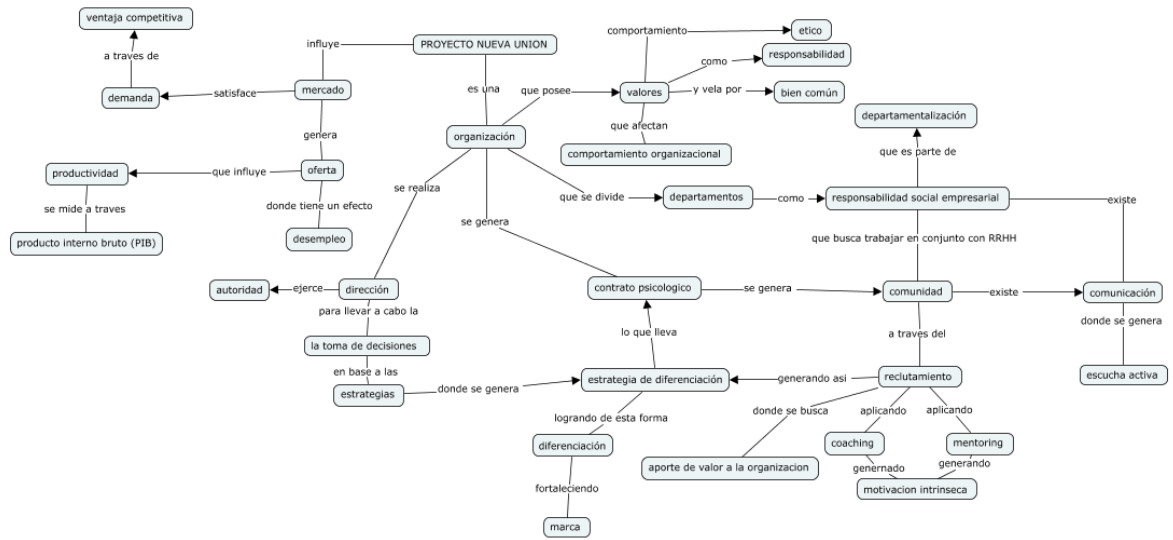
- ✓ Gestión de ventas: la gestión de ventas es el área de la empresa que tiene como función administrar las ventas y aumentar las ventas de la compañía o empresa, como también administrar los recursos para la gestión de venta de forma eficiente, en definitiva, la gestión de ventas es la línea final de la empresa la que tiene relación directa con el cliente.
- ✓ Estrategia funcional: es una de las estrategias de marketing donde en definitiva se realiza un trabajo funcional sobre el mix de marketing, en este caso las 4

variables que son precio, producto, distribución y comunicación donde debe existir una sinergia entre las 4 variables.

- ✓ Contrato psicológico: relación que se da entre la empresa y el individuo o en este caso el consumidor donde existe el concepto de reciprocidad entre las partes, donde existe un interés mutuo donde en ambos casos se espera ganar con la relación. (la empresa se beneficia con la compra del cliente y el cliente se beneficia con la compra realizada).
- ✓ análisis de registros históricos: este análisis se realiza con el fin de poder proyectar la demanda, en definitiva, este tipo de análisis realiza un levantamiento sobre las ventas pasadas y proyecta sobre estas mismas analizando obviamente en conjunto la situación del mercado donde se definirá la variación porcentual de la venta, este caso se utiliza en empresas que tengan funcionamiento y una trayectoria necesaria para poder considerar en registros históricos



## Mapa Conceptual desarrollo caso portafolio II



## Conclusiones Caso

Como vemos el proyecto de nueva unión posee valores orientados como organización al bien común y a la ética como también es la responsabilidad que tienen relación directa con el departamento de responsabilidad social empresarial el cual según el caso planteado en portafolio II juegan un rol preponderante en relación a la comunidad donde son estos valores los que le dan sustento al trabajo en conjunto y a la comunicación que se busca desde la empresa y la comunidad, generando de esta forma una escucha activa donde realmente existe el interés de saber la opinión y los sentimientos de la comunidad por parte de la empresa.

También podemos ver como el concepto de estrategia de diferenciación utilizado generalmente en el marketing tiene utilización en la forma de trabajo, donde a diferencia de los otros proyectos los cuales fracasaron (pascua lama con minera Barrick) la estrategia de incluir en el proceso del proyecto a la comunidad y hacerla parte generando una sustentabilidad genera una motivación intrínseca en las personas que participan en este, sintiéndose parte del proyecto y de la empresa, logrando así que sea la misma comunidad la que defienda el proyecto ante eventuales problemas que puedan surgir, como además, afectando de manera positiva la productividad del proyecto como también a través de la oferta generada por este disminuir el desempleo por lo que también la comunidad se ve favorecida.

Dado lo anterior expuesto podemos concluir que la empresa logra otro objetivo que se da en la gestión comercial pero que se puede aplicar acá que es el contrato psicológico (concepto transversal) entre la comunidad y la empresa generando así el beneficio mutuo entre las partes el cual se da a través del reclutamiento que genera la empresa en la comunidad y su posterior capacitación, como también el proceso de coaching y/o mentoring.

Como vemos en el mapa conceptual y nos muestra la conexión existente para abordar la problemática o en este caso la solución para poder llevar a cabo el proyecto de nueva unión por parte de la minera es lograr potenciar el departamento de responsabilidad social empresarial donde se busca realizar un trabajo sustentable siempre mirando el bien común de la sociedad, haciendo participe a la comunidad y logrando de esta manera el bienestar social, de esta forma proyecto tan emblemáticos de gran envergadura tienen la posibilidad de poder proyectarse en el tiempo y no solo rentabilizando para ellos mismo sino que dejando y entregando algo a la sociedad, situación que otras empresas no consideraron teniendo que cerrar sus operaciones, lo que en definitiva se transforma en una estrategia de diferenciación que potencia la marca a nivel nacional como minería sustentable

## Fuentes Bibliográficas

- Gallardo, F. (2017). Conceptos previos. Desarrollo Económico. Lea esto primero (Semana 1).
- Gallardo, F. (2017). Desarrollo económico y medio ambiente. Desarrollo Económico. Lea esto primero (Semana 2).
- Gallardo, F. (2017). Algunos modelos de crecimiento y desarrollo económico. Desarrollo Económico. Lea esto primero (Semana 4).
- Gallardo, F. (2017). Algunas teorías del desarrollo económico. Desarrollo Económico. Lea esto primero (Semana 3).
- Gallardo, F. (2017). Etapas Del Desarrollo Económico De Chile (Parte I). Desarrollo Económico. Lea esto primero (Semana 5).
- Gallardo, F. (2017). Etapas del desarrollo económico de Chile (parte II). Desarrollo Económico. Lea esto primero (Semana 6).
- UNIACC (2016). Fundamentos y Principios de Marketing Digital. E-Marketing. Lea esto primero (Semana 1).
- UNIACC (2016). Gestión de contenido en marketing digital, buscadores, y móviles. E-Marketing. Lea esto primero (Semana 3).
- UNIACC (2016). La naturaleza cambiante de los recursos humanos: las personas y las organizaciones. Gestión del Talento I. Lea esto primero (Semana 1).
- UNIACC (2016). Subsistemas de Recursos Humanos: Reclutamiento y Selección. Gestión del Talento I. Lea esto primero (Semana 2).
- UNIACC (2016). Subsistemas de recursos humanos: Capacitación. Gestión del Talento I. Lea esto primero (Semana 3).
- UNIACC (2014). Estrategias para la gestión de marcas. Brand Management. Lea esto primero (Semana 1).
- Vílchez, F (2018). Extensiones de marcas. Brand Management. Lea esto primero (Semana 2).

- Vílchez, F. (2018). Portafolio de marcas. Brand Management. Lea esto primero  
(Semana 3).
- Barrera, G. (2015). Marcas industriales. Brand Management. Lea esto primero  
(Semana 4).
- UNIACC (2014). Propuesta de valor. Branding. Lea esto primero (Semana 5)
- UNIACC (2014). Concepto y desarrollo de la marca. Branding. Lea esto primero (Semana 1).
- UNIACC (2014). Identidad de la marca. Branding. Lea esto primero (Semana 3).
- UNIACC (2014). Arquitectura de Marca. Branding. Lea esto primero (Semana 4).
- UNIACC (2015). Sistema macroeconómico básico: el flujo circular de la renta. Macroeconomía. Lea esto primero (Semana 1)
- UNIACC (2015). La demanda agregada, sus componentes básicos y el desarrollo económico. Macroeconomía. Lea esto primero (Semana 2).
- UNIACC (2015). El sector público en la economía. Macroeconomía. Lea esto primero (Semana 3).
- UNIACC (2015). Sector externo de la economía. Macroeconomía. Lea esto primero (Semana 5).
- UNIACC (2015). Ética y Moral. Ética y Responsabilidad Social. Lea esto primero (Semana 1).
- UNIACC (2015). Ética, persona y relaciones interpersonales. Ética y Responsabilidad Social. Lea esto primero (Semana 2).
- UNIACC (2015). Gestión de Comunidades. Ética y Responsabilidad Social. Lea esto primero (Semana 3).
- UNIACC (2015). Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Ética y Responsabilidad Social. Lea esto primero (Semana 4)

- UNIACC (2016). El proceso contable. Gestión Financiera Corporativa. Lea esto primero (Semana 1)
- UNIACC (2016). Informes contables. Gestión Financiera Corporativa. Lea esto primero (Semana 2).
- UNIACC (2016). Análisis financiero. Gestión Financiera Corporativa. Lea esto primero (Semana 3).
- UNIACC (2016). Problemas de la economía que afectan a los mercados. Introducción a la economía. Lea esto primero (Semana 5).
- UNIACC (2016). Comportamiento del mercado y los factores que afectan al equilibrio. Introducción a la economía. Lea esto primero (Semana 3).
- UNIACC (2016). Componentes de los objetivos económicos. Lea esto primero (Semana 6).
- UNIACC (2016). Análisis situacional: aspectos externos. Marketing Estratégico. Lea esto primero (Semana 1).
- UNIACC (2016). Análisis situacional: aspectos internos y diagnóstico. Marketing Estratégico. Lea esto primero (Semana 2).
- UNIACC (2016). Ventaja competitiva y estrategias. Marketing Estratégico. Lea esto primero (Semana 3).
- UNIACC (2016). El plan estratégico de marketing. Análisis, diagnóstico y estrategias. Marketing Estratégico. Lea esto primero (Semana 5).
- UNIACC (2015). Etapas y subsistemas de la administración. Lea esto primero (Semana 2).
- UNIACC (2015). Planificación y Organización. Administración. Lea esto primero (Semana 3).

- UNIACC (2015). Dirección y Control. Administración. Lea esto primero (Semana 4).
- Alcaíno, P. (2017). Dirección y liderazgo. Taller de Habilidades Directivas. Lea esto primero (Semana 1).
- UNIACC (2016). Decisiones de compra: Clave en servicio al cliente. Conducta del Consumidor. Lea esto primero (Semana 4).
- Alcaíno, P. (2017). Negociación y solución de conflictos. Taller de Habilidades Directivas. Lea esto primero (Semana 4).
- Alcaíno, P. (2017). Comunicación. Taller de Habilidades Directivas. Lea esto primero (Semana 2).
- Alcaíno, P. (2017). Motivación. Taller de Habilidades Directivas. Lea esto primero (Semana 3).
- Alcaíno, P. (2017). Trabajo en Equipo. Taller de Habilidades Directivas. Lea esto primero (Semana 6).
- UNIACC (2016). Neuromarketing: Compra emocional. Conducta del Consumidor. Lea esto primero (Semana 5).
- UNIACC (2016). Metodología de la Investigación del Consumidor. Conducta del Consumidor. Lea esto primero (Semana 6).
- UNIACC (2016). Inversiones relevantes de un proyecto de inversión. Evaluación de proyecto. Lea esto primero (Semana 4).
- UNIACC (2016). El contexto estratégico de la valoración de empresa y evaluación de proyecto. Evaluación de Proyectos. Lea esto primero (Semana 1).

- Vilchez, F. (2017). La gerencia de venta y la gerencia comercial de una organización. Taller de gestión comercial. Lea esto primero (Semana 1).
- Vilchez, F. (2017). El contrato psicológico con el cliente. Taller de gestión comercial. Lea esto primero (Semana 2).
- “Pascua Lama: Barrick destruye glaciares y usurpa territorios ancestrales”, <http://www.derechoalagua.cl/mapa-de-conflictos/pascua-lama-barrick-destruye-glaciares-y-usurpa-territorios-ancestrales/>
- “Comunidades acusan irregularidades en fallo a favor de Pascua Lama”, <https://radio.uchile.cl/2017/03/16/comunidades-acusan-irregularidades-en-fallo-a-favor-de-pascua-lama/>
- Portafolio II, “importancia de las comunidades en desarrollo económico”, Andrés Domínguez, Junio 2019.
- “ El enfoque que le ha permitido al proyecto minero Nueva Unión lograr apoyo de comunidades de Huasco Alto” <http://www.revistatecnicosmineros.com/2017/04/el-enfoque-que-le-ha-permitido-al-proyecto-minero-nueva-union-lograr-apoyo-de-comunidades-de-huasco-alto/>
- “Nueva Unión explica su proyecto minero a comunidades de Atacama” <http://www.mch.cl/2017/11/20/nuevaunion-entrega-novedades-de-su-proyecto-minero-a-comunidades-de-atacama/>