



**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: Marjorie Caldera Calvert**

**Estudiante (s):**

**Analia Susana Aravena Veloso**

**Santiago de Chile, agosto de 2021**

## **Agradecimientos:**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi esposo, por ser el pilar importante junto a mi hijo por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional. A mi familia que a pesar de la distancia siempre encontré el apoyo y el ánimo de seguir, ya que de ellos heredé la perseverancia y la responsabilidad de la vida. Y un especial reconocimiento a mi hermano Nicolas Norambuena y a mi mejor amigo Francisco que entregaron tiempo de su vida en enseñarme y ayudarme aprender lo que fue dificultoso durante esta carrera

Gracias a todos

# Índice

## Contenido

La restructuración de Pistacho SPA.....	1
Mapa Conceptual.....	3
Conclusiones Relevantes.....	4
<b>Portafolio IV.....</b>	<b>5</b>
• Asignatura conducta del consumidor.....	5
• Asignatura Gestión Comercial.....	6
• Asignatura Habilidades Directivas.....	6
• Asignatura evaluación de proyecto.....	8
<b>Portafolio III.....</b>	<b>9</b>
• Asignatura Desarrollo Económico.....	9
• Asignatura De Marketing.....	10
• Asignatura Gestión De Talento.....	12
<b>Portafolio II.....</b>	<b>13</b>
• Área De Economía.....	13
• Área De Administración.....	14
• Área De Marketing.....	15
<b>Portafolio I.....</b>	<b>17</b>
• Área De Economía.....	17
• Área De Administración.....	18
• Área De Marketing.....	19
<b>Bibliografía.....</b>	<b>20</b>

## **La reestructuración de Pistacho Spa.**

Pistacho es una agencia de marketing y eventos, que cuenta con más de 12 años de experiencia, su equipo multidisciplinario se compone de 15 personas integradas por periodistas, diseñadores e industriales. Cuenta con taller propio para el desarrollo de sus proyectos ubicado en avenida Condell 1375 Providencia.

Dentro de los servicios está el Evento corporativo, diseño gráfico, merchandising, diseño y desarrollo, fabricación de stand, banquetería, arriendo de equipos de sonido e impresiones.

A pesar de los años de experiencia no tienen muchos clientes y se han resistido a realizar cambios lo que ha hecho quedarse atrás ante la competencia, nunca han trabajado con planificación tampoco con una estrategia, pero ahora el Gerente General le necesita realizar cambios, ya que debido a la pandemia los eventos se están realizando de manera digital y los funcionarios no está capacitados para este cambio, esto ha provocado un proceso de reinvención completa de parte de la empresa que está implementando nuevos procesos a medida que se van desarrollando los acontecimientos.

Por otra parte, los funcionarios del Grupo pistacho no se ven muy contentos, ya que trabajan con desorientación el hecho que no hay una planificación ni tampoco cuenta con sus descripciones de funciones lo hace mucho mas confuso todos hacen de todo sobre todo hoy que nos ha rodeado una serie de amenazas.

En octubre 2019 con el estallido social, vino un decrecimiento al giro ya que este rubro ante este tipo de contingencia afecta directamente, porque si la economía baja a

este rubro de manera directa. Luego en marzo comienza lo del Cov-19 en donde nos enfrentamos a algo desconocido y difícil de poder manejar se esperaba lo peor, pero Pistacho sin tener una estrategia o alguna planificación planteo que desde este mes se comenzaría la venta de insumos preventivos, con el fin de salvar el negocio. Pero tenemos en cuenta que esto no será muy a largo plazo por lo que hay que comenzar a trabajar en esta nueva estrategia

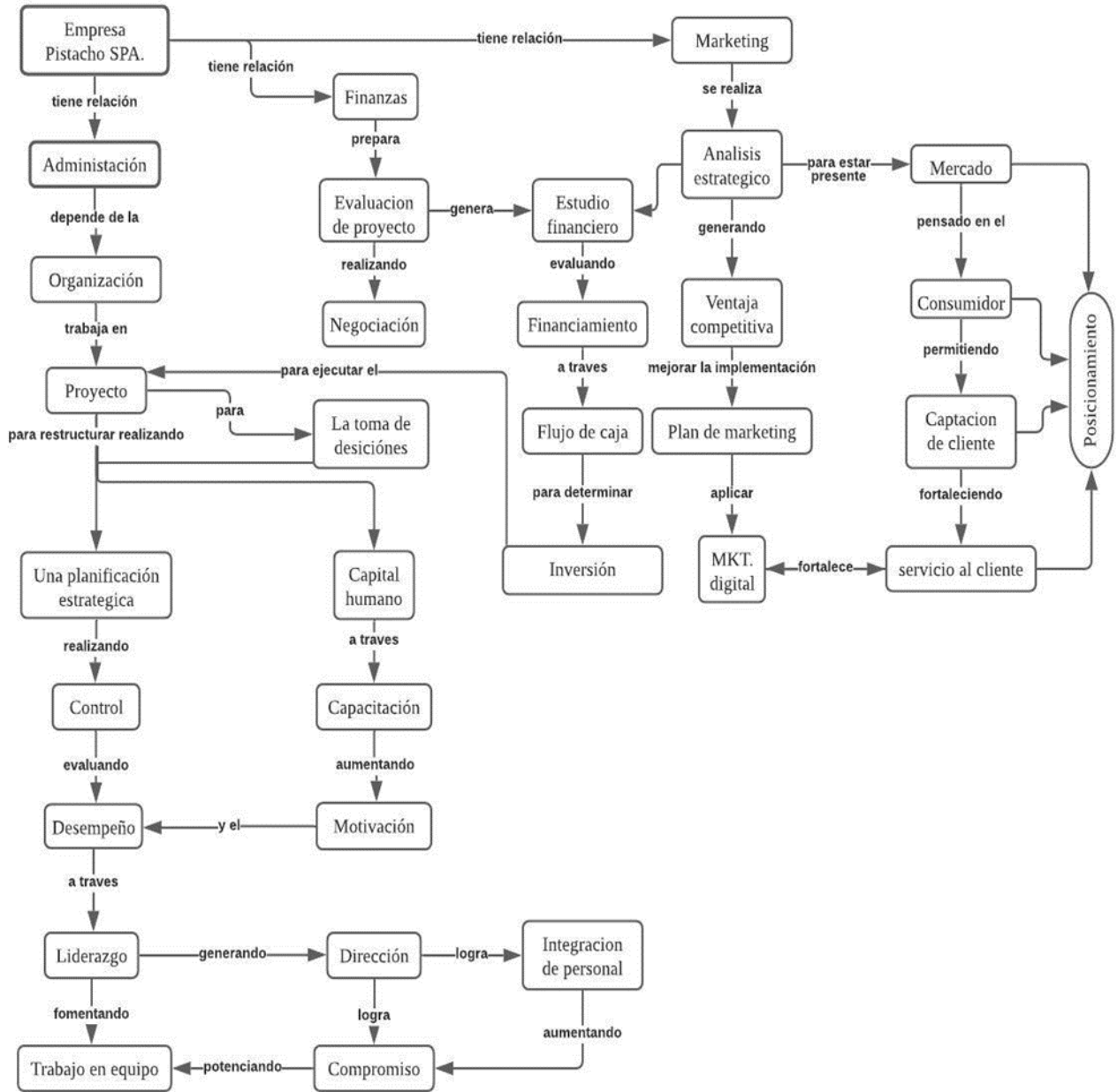
Se deberán incorporar dentro de la estrategia, métricas que nos ayuden a cumplir el objetivo:

Algunos de las acciones que se deben tomar para poder alcanzar los objetivos que la gerencia está planteando es generar capacitaciones en las áreas estratégicas de Diseño y Producción con profesionales informáticos que les permitan lograr los desafíos planteados.

Otra de las acciones que se deben ejecutar es que hay tres áreas fundamentales de la organización que están lideradas por solo una persona que tiene limitaciones temporales para poder ejercer las responsabilidades asociadas a las áreas de Finanzas, marketing y RRHH esto ha generado desviaciones en los procesos por lo que se hace indispensable, a lo menos, contratar a una persona adicional que asuma los desafíos de Marketing. Logrando desarrollar de manera eficiente las funciones mencionadas

Para lograr este objetivo la Gerencia de Finanzas deberá elaborar un plan de inversiones razonables y acorde a las necesidades de reestructuración de la nueva oportunidad de negocio que se abrirá con la creación de una nueva área digital para llevar a cabo los eventos bajo esta nueva modalidad.

## Mapa Conceptual.



## **Conclusiones Relevantes**

1.- En el mapa conceptual se muestran las tres áreas que se ven involucradas en los cambios que se presentan Administración, finanzas y Marketing, ya que para lograr las mejoras es necesaria la colaboración de todas ellas.

2.- En el mapa de muestra que al contar con un plan de marketing nos servirá como guía para ver los cambios internos que hay que realizar, capacitando a los funcionarios para que estén preparados para este cambio digital, así lograremos insertarnos en este nuevo mercado, logrando además la motivación, mejorando el desempeño y potenciar el capital humano.

3.- Se puede apreciar la participación directa que tiene el área de las finanzas ya que son ellos los que realizan la evaluación de este proyecto quien nos indicara si su financiamiento es viable para realizar esta inversión y si será rentable o no, mostrando el rol importante que juega esta unidad en términos cuantitativos.

4.- Además, se puede concluir que la aplicación de estas mejoras, al trabajar la marca Pistacho se podrá posicionar su imagen ya que al utilizar los canales digitales permitirá llegar a nuevos consumidores permitiendo insertarse en este nuevo modelo que se requiere por la contingencia.

## **Portafolio IV**

### **- Asignatura: Conducta del consumidor**

**1.- Consumidor:** Es una persona que tiende a consumir de forma habitual un determinado producto o servicio y estos son ofrecidos por diferentes proveedores que hay en la industria, con el fin de cubrir o satisfacer alguna necesidad.

**2.- Psicología del consumidor:** Es un estudio psicológico que se le realiza a los consumidores, permitiendo analizar su comportamiento al momento de realizar una compra, por ejemplo: ¿qué sucede en su mente, porque lo compra? por qué eligió? pudiendo ver si fue por impulso o era realmente una necesidad. Finalmente, este estudio permite comprender el motivo y las emociones porque sucede este tipo de comportamiento.

**3.- Servicio al cliente:** Es un conjunto de actividades que entregan las empresas a sus clientes con el fin de brindar un servicio personalizado atendiendo las necesidades y requerimientos de sus clientes, por ejemplo: en todas las grandes marcas en el Retail y supermercado utilizan mesón o de atención telefónica a clientes para ver cambios de productos, devoluciones etc. Haciendo más eficiente el servicio.

**4.- Neuromarketing:** Es una disciplina de Neurociencia que hoy usan las áreas de marketing, con el fin de analizar los procesos mentales para conocer el comportamiento y las motivaciones de los consumidores a la hora de tomar una decisión de compra, mostrando si este compra de forma consciente o no. Por ejemplo, cuando crean una campaña de algún producto es posible ver cómo reaccionan las personas ante esta publicidad.



**5.- Contrato psicológico:** Es un pacto o compromiso que se realiza entre el empleador y el trabajador y así se pueden ayudar de forma recíproca uno espera como se realizará el trabajo y el otro que recibirá a cambio este puede ir cambiando en el tiempo ya que se va ajustando a cada necesidad.

**- Asignatura Gestión Comercial**

**6.- Estrategias de fidelización:** Estas actividades son las más importantes dentro de las organizaciones ya que así es posible lograr el crecimiento y retención de los clientes. Al crear este tipo de estrategias de fidelización se logra construir relaciones cercanas y duraderas en el tiempo. Por ejemplo, contando con un buen servicio a los clientes, una postventa efectiva permitiendo fidelizar a nuestros clientes.

**7.- Directivos:** Los Directivos son aquellas personas que estructuralmente dentro de una organización tienen un liderazgo y responsabilidad para dirigir equipos o unidades dentro de una empresa. Son las personas que tienen el mayor rango jerárquico, por ejemplo: dueños, accionistas, Gerentes etc.

**- Asignatura: Habilidades Directivas**

**8.- Integración de personal:** Es un proceso que tienen las empresas, con el fin de poder cubrir los puestos necesarios de trabajo para lograr el funcionamiento de la organización esto conlleva a realizar etapas como seleccionar, capacitar y compensar a los colaboradores.

**9.- Reconocimiento:** Es la acción de destacar y valorar a una persona ya sea por su destacado trabajo o acciones que aporten en la actividad a la cual se desarrolle, esto permite que el cliente interno se sienta valorado y se logra sentido de pertenencia y

se puede hacer de diferentes maneras, tales como; entregar un diploma, mandar un mail, o hacer que su desarrollo crezca etc.

**10.- Escucha activa:** Es la habilidad de escuchar a las personas de una manera que demuestre respeto por lo que se oye y que se le está dando la atención que necesita, esto logra una mejor comunicación logrando el acercamiento entre las personas. Por ejemplo, en los trabajos si uno manifiesta un inconveniente si me jefe no me escucha de una buena manera puede causar un distanciamiento y crear un conflicto innecesario.

**11.- Conflicto:** Es un proceso que se tiende a dar cuando una persona no está conforme con algo o simplemente fue causado por alguna otra causa y si no se atiende a tiempo puede dañar el ambiente laborar o hasta perjudicar la productividad. Los conflictos se pueden dar entre compañeros, con las jefaturas ya que todos tenemos diferentes objetivos y cuesta llegar a los equilibrios.

**12.- Negociación:** Es un proceso en donde se realizan intercambios de intereses en entre una o más personas y la idea es llegar acuerdos en donde todos se puedan ver beneficiados de alguna manera. Por ejemplo, las negociaciones colectivas que se realizan en las empresas cada un determinado tiempo siempre el sindicato propone una lista de nuevos beneficios y la Gerencia realiza propuestas con el fin de que puedan ser viables y reales para la organización

**13.- Toma de decisiones:** Es una habilidad que cuentan los responsables ya sea de una Directivo o jefatura para poder tomar una decisión de forma acertada, oportuna y de manera responsable, ya que a través de la decisión u opción que tomen depende si se puede dar solución a las diferentes situaciones que ocurren en la vida cotidiana tales como; cambiar un plan de trabajo, sacar un nuevo producto al mercado o ver reestructuraciones etc.

**14.- Competencias directivas:** Son un conjunto de habilidades que cuentan los líderes en las organizaciones, estas pueden ser técnicas, sociales y humanas destacando tanto por sus capacidades y comportamientos que hacen que todos los inconvenientes y situaciones que ocurren se resuelven manera eficiente, pudiendo mejorar los procesos para alcanzar los objetivos y metas esperadas.

**- Asignatura: Evaluación de Proyectos**

**15.- Proyecto:** Es un plan que se basa en seguir un conjunto de actividades planificadas, con el fin de producir o llevar a cabo un determinado pensamiento con el propósito de realizar algo nuevo, permitiendo realizar mejoras, inversiones o resolver algún problema. Por ejemplo: en las empresas actuales cada vez que se quiere invertir o innovar se debe realizar un proyecto para ver si este es viable o no.

**16.- Financiamiento:** Es aquel dinero que se concede a una persona natural o empresa para realizar una determinada inversión., con el fin de cubrir todos los gastos que conlleva al adquirir un nuevo bien o servicio para poder cumplir con los compromisos y con sus proveedores. Por ejemplo, si compro un auto debo solicitar un crédito automotriz y ese dinero me lo da un banco a un plazo y una tasa determinada.

**17.- Estudio Financiero:** Es una evaluación que se debe realizar para saber si un determinado proyecto es viable, rentable y seguro desde la perspectiva económica, esto lo deben hacer todos aquellos piensan en emprender un nuevo negocio o empresa ya que es fundamental realizarlo antes de realizar la inversión.

**18.- Depreciación:** Es aquella que se refiere a la desvaluación que va en el tiempo del valor material o no material de algún bien adquirido ya sea por su uso, por el tiempo o vejez. Por ejemplo, compro una moto nueva y luego de 3 años decido venderla

su valor no será el mismo que cuando se adquirió ya que por el desgaste de su uso y año ya perdió su valor

**19.- Van:** Corresponde al valor neto actual estas se relacionan de forma directa con el flujo de cajas o es un dato más certero del cálculo del tiempo en que algún negocio se puede demorar en recuperar lo invertido.

**20.- Flujos de caja:** Es una herramienta que permite medir la liquidez de una empresa mostrando las entradas y salidas de efectivo en plazos determinados. El flujo de caja es clave en las organizaciones ya que permite tomar mejores decisiones.

**21.- Capital de trabajo:** El capital de trabajo es la cantidad de recursos económicos que se necesita para lograr el funcionamiento, de una empresa u otra actividad, este capital debe estar siempre disponible para cubrir los gastos y compromisos permitiendo un funcionamiento óptimo del negocio.

### **Portafolio III**

#### **- Asignatura: Desarrollo Económico**

**22.- Productividad:** Es un indicador que nos muestra como aumenta o disminuye la cantidad de productos que una persona o empresa realiza en determinado tiempo. Siendo un resultado importante para el lograr del éxito en todo negocio. Por ejemplo, si las personas trabajan con motivación aumenta directamente la productividad.

**23.- Inversión:** Es un recurso que se utiliza para obtener algún tipo de ganancia o beneficio, estos tienden a incrementarse a través de interés, acciones logrando una mayor rentabilidad.

## - Asignatura Gestión de Talento

**24.- Rendimiento:** Es el que nos permite medir el resultado de una actividad ya sea laboral u otra mostrándonos la ganancia o lo que produce una determinada empresa

**25.- Capital Humano:** Es un recurso de importancia que deben tener las empresas con el fin de valorar el trabajo de las personas y busca mejorar la eficiencia y productividad de las empresas.

**26.- Exportación:** Es la acción de poder enviar productos al extranjero con el fin de lograr mayores incrementos logrando poder enviar productos que en otro país no puede producir, entregando beneficios como; acceder a nuevos mercados, crecimiento, abrir opciones para no depender del mercado local y lograr una competitividad en precios.

**27.- Estructura productiva:** Es un proceso de transformación de un valor por las cuales tiende a recaer una determinada actividad de un país por ejemplo al variar el nivel de ingreso se producen cambios en todos los aspectos.

**28.- Diversificación:** Es una estrategia que tienen las empresas para poder incrementar el crecimiento de un negocio buscando oportunidades con el fin para atender un nuevo mercado o simplemente reducir costos.

## - Asignatura de marketing

**29.- Marketing digital:** Conjunto de estrategias que se utiliza para aumentar las ventas de productos o servicios a través de internet, utilizando canales como redes sociales transformando todo lo manual por digital.

**30.- E- Commerce :** Es una modalidad que se utiliza como canal de compras y ventas de productos o servicios a través de internet buscando abarcar a una mayor

cantidad de nuevos clientes de forma eficiente y segura ya que cuentas con una amplia información de cada producto.

**31.- Captación de nuevos clientes:** Es un proceso de captación en donde se pueden incorporar nuevos clientes, con el fin de que adquieran algún producto o simplemente buscar la forma de que se interesen en recibir la información y puedan transformarse futuros clientes.

**32.- Marketing integral:** Proceso de integración que busca unir los canales de comunicación para lograr que las empresas hagan un posicionamiento de la marca a través del mensaje que se desea transmitir.

**33.- Estrategias de contenido:** Este tipo de estrategias son muy necesarias no solo para lograr una presencia o pensando en el aumento de visitas a un sitio, sino que es importante contar con esta planificación para el logro de metas que nos pueden servir para medir nuestros resultados.

**34.- Estrategia de portafolio de marcas:** Es necesario contar con un portafolio de marca que ya toda empresa independiente de su tamaño lo requiere para lograr crecimiento, y así poder lograr el éxito en un largo plazo, ya que permite mirar los cambios de los productos o servicios que cuenta la empresa permitiendo visualizar de forma externa e internamente para ver cual la mejor opción que cuentan para potenciarlo.

**35.- Extensión de marca** Es la estrategia que tienen las empresas para poder buscar crecimiento y mayor rentabilidad utilizando la marca que ya está posicionada en el mercado para lanzar uno nuevo bajo el mismo nombre para una nueva categoría de producto así se ahorran costos y será más fácil lograr su venta.

## - Asignatura Gestión de Talento

**36.- Capacitación:** Conjunto de conocimientos que se adquieren con el fin de potenciar o preparar para una determinada función, logrando la motivación y aumentando en el desarrollo de las personas.

**37.- Competencias:** Son los conocimientos y habilidades que cuenta una persona para realizar una determinada función, que hacen que se destaque en su rendimiento o la forma de ejecutar cada tarea, ya que lo más importante es como se desenvuelve cada persona y pueden ser competencias técnicas, funcionales o por naturaleza.

**38.- Motivación:** Es un valor que cuenta un individuo de forma interna que se puede transformar en motor para el logro de objetivo, esta nace forma personal o desarrollada en el aspecto laboral logrando un mejor rendimiento siendo un valor en la productividad.

**39.- Compromiso:** Es una responsabilidad personal que cuenta un individuo por una determinada acción, su compromiso no es realizado por algo que se le dé cambio de algo, sino que es su propia satisfacción que lo mueve y se alinea en el aspecto laboral con todos los procedimientos y políticas de una empresa.

**40.- Desempeño:** Es aquel que muestra el rendimiento de una persona ya sea por alguna función o tarea asignada el cual permite visualizar las competencias laborales o sus habilidades interpersonales las cuales inciden afectando o beneficiando directamente con el negocio.

**41.- Trabajo en equipo:** Conjunto de actividades que se realizan en grupo para el logro de un objetivo común, es donde todos aportan sus conocimientos ya que las

funcionan de forma individual no son productivas, además estas logran unión, buen clima laboral y son más efectivos en la productividad.

**42.- Liderazgo:** Es una actitud que posee una persona y que tiene influencia sobre otros para el logro de objetivos, es un rol fundamental en todo lugar, ya que es el que guía las planificaciones y hacen que esta se cumpla. El contar con un buen liderazgo fortalece equipos, logra buen clima laboral y logra objetivos comunes

## **Portafolio II**

### **- Area economía**

**43.- Oferente:** Es aquel individuo o empresa que ofrece un producto que realiza la acción de ofrecer algo con el fin de obtener altas ganancias.

**44.- Demandante:** Se caracteriza por llegar a un acuerdo con el oferente con el fin de que este último logre un mejor precio a lo ofrecido y así poder disfrutar del mismo precio es al que se le da a un bien o servicio como cambio del bien o servicio o se podría decir que es el monto de dinero asignado a la suma de valor que los compradores intercambien por un bien o por usar algo.

**45.- Precio:** Es la cantidad en dinero que vale un bien o servicio para adquirirlos, para que se realice una transacción el precio debe ser aceptado por el comprador como el vendedor, por ello el precio es el indicador del equilibrio entre los consumidores y ahorrantes. Existe una forma que sirve para representar este equilibrio que se llama la ley de oferta y la demanda.

**46.- Equilibrio de mercado:** El equilibrio de mercado ocurre cuando la cantidad demandada por los consumidores iguala la cantidad ofertada por las empresas, cuando existe una demanda excesiva los precios aumentan y así visiversa.



**47.- Balanza de pago:** Es un documento contable que se registran las operaciones, servicios y los movimientos de un país con el exterior. La balanza de pago que proporciona la información sobre la situación económica de un país o sea nos muestras las importaciones y exportaciones además de los pagos que realiza cada país.

**48.- Inflación:** Es el aumento en los precios de bienes o servicios en la economía por un tiempo determinado, un ejemplo de inflación un aumento de la oferta monetaria que se debe por la emisión excesiva del dinero del banco central.

**49.- Crecimiento económico:** Es el aumento renta o el valor de bienes y servicios que se generan en la economía de un determinado lugar, región o país y se mide en años. Este crecimiento se ve cuando hay aumento en el consumo de energía, inversión y cuando aumentan los indicadores de producción y estos componen la renta de un país y por ende reflejan un alza en la calidad de vida de las personas.

#### **- Area de administración**

**50.- Empresa:** La empresa es una entidad que tienen participación el mercado entregado bienes o servicios, está compuesta de personas que realizan las funciones, materias primas y tecnologías para satisfacer las necesidades de los consumidores.

**51.- Dirección:** Es la función que tienen los responsables de la administración para poder tener influencias en las personas que trabajan en la empresa con el fin de cumplir metas de corto y largo plazo

**52.- Ética:** La ética es la que estudia los valores y la conducta de los seres humanos al vivir en sociedad, y ayuda a definir los criterios propios de lo que ocurre en nuestro diario vivir. La ética es la que respalda o justifica los comportamientos morales.

Ejemplo: respetar al otro es un principio a pesar de que no es una norma se sabe que se debe hacer ante todo tipo de persona.

**53.- Moral:** La moral es un conjunto de reglas que se utilizan diariamente para la vida en sociedad, estas son las que guían a cada ser humano a realizar sus acciones sobre lo que se debe hacer o no midiendo los valores en comunidad.

**54.- Finanzas:** Son una rama de la administración que estudia la obtención y administración de los recursos financieros. Es aquí que participan como agentes económicos las empresas, las familias y el Estado en donde cada uno de ellos toman decisiones diferentes unos optan por gastar el dinero, otros invertir o gastar

**55.- Contabilidad:** Es la que se encarga de medir y analizar la situación económica en cualquier negocio, es la información más fidedigna que ayuda a tomar la decisión a las Gerencias y mandos altos en toda organización entregando resultados futuros.

**56.- Balanza de pagos:** Es un documento contable en el cual se registran las operaciones y los movimientos del capital en un país determinado o en el extranjero. La Balanza permite conocer los ingresos que recibe un país procedente del resto del mundo y los pagos que se realizan de dicho país debido a las importaciones y exportaciones en un tiempo determinado. La balanza de pago cuenta con cuatro cuentas principales; Balanza por cuenta corriente, Balanza de cuenta de capital, Balanza de cuenta financiera y Cuenta de errores y omisiones

#### **- Área de marketing**

**57.- Marketing:** Conjunto de actividades y que incluyen procesos para identificar las necesidades o de lo que desean los consumidores, con el fin de conocerlos y poder

satisfacerlos es aquí donde se intercambian los productos y servicios dándoles un valor a cambio de un beneficio para el negocio.

**58.- Análisis estratégico:** Es un proceso que investiga el entorno interno y externo de un negocio con el fin de formular una estrategia para la toma de decisiones y el cumplimiento de objetivos. Este análisis se hace para facilitar el alcance de una meta determinada ya sea para buscar crecimiento como aumentar las ventas

**59.- Posicionamiento:** El posicionamiento es un término de marketing y es muy importante en términos de medición ante la competencia ya que todas las empresas buscan saber la reacción que frente a sus competidores y conociendo las preferencias de los consumidores ya que esto les entrega un resultado futuro.

**60.- Branding:** El branding es el proceso donde se construye la marca por lo tanto esto es la estrategia con el fin resaltar el poder de la marca y aquellos valores como la credibilidad que les permite diferenciarse y posicionamiento ante lo demás y poder causar un impacto único y diferenciador en el mercado.

**61.- Imagen de marca:** Conjunto de elementos que representan los valores que define una marca y que busca transmitir a sus consumidores. Esto va desde lo visual hasta lo afectivo, desde su logo a su color todo esto forma parte de esta imagen y es muy importante que se logre para lograr la preferencia de los consumidores

**62.- Arquitectura de marca:** Es aquella que organiza y define la marca con criterios para la creación y organización de cada marca. Busca también definir cosas específicas y de tanta importancia como definir si el nuevo producto debe tratar de marca, como extensión de marca o submarca todo esto con el fin de buscar la estrategia y entregar una solución gráfica correcta

**63.- Identidad Corporativa:** Son todos los elementos externos que componen la identidad, o sea la real personalidad del negocio y que hacen que tenga un valor diferenciador contra su competencia. Una buena identidad debe ser coherente con el producto que se ofrece que muestre lo que realmente quiera comunicar y así generar una máxima confianza en el segmento a cuál está dirigido.

## **Portafolio I**

### **- Área de Economía**

**64.- Economía:** Se denomina economía a la distribución y administración de los bienes y servicios que tienen a ser escasos y deben ser distribuidos entre las personas de forma homogénea.

**65.- Mercado:** Es una institución social de bienes y servicios en donde se intercambian libremente los productos.

**66.- Equilibrio de mercado:** Es el punto en donde la oferta y la demanda son iguales, en donde la competencia coloca el precio

**67.- Competencia Perfecta:** Los precios de los productos son puestos por la oferta y la demanda y las empresas no tienen el poder de hacerlo.

**68.- Oligopolio:** Es la situación de mercado en donde existen poco oferentes, por lo tanto, pueden controlar sus ventas y precios.

**69.- Microeconomía:** Herramienta que se utiliza para poder analizar el comportamiento económico de los consumidores, de las empresas como de los mercados en general

**70.- Interés:** Es una ganancia que se tiende aplicar en términos porcentuales, sobre una deuda o crédito con el fin de ganar una rentabilidad a través de estos

## **- Área de Administración**

**71.- Administración:** Funciones que permiten administrar los recursos los cuales son escasos de manera eficiente para el logro de objetivos establecidos.

**72.- Proceso Administrativo:** Conjunto de políticas que se utilizan en las organizaciones para el cumplimiento de objetivos definidos, estas deben ser ordenadas y claras para mantener la máxima eficiencia.

**73.- Organización:** Se encarga de ordenar los recursos y funciones para el logro de objetivos en donde bajo una estructura se designan funciones a los diferentes participantes para lograr la coordinación y optimización de las actividades propuestas

**74.- Procedimientos:** Es un método que se utiliza para poder establecer de cómo se deben realizar las actividades de manera eficiente y con la finalidad de que cualquier persona lo pueda realizar, ya que por ser algo sistemático es fácil que lo puedan realizar.

**75.- Planificación Estratégica:** Conjunto de planes que una organización realiza para los cumplimientos de metas establecidas, estos planes nos sirven para saber hacia dónde vamos y así que se logren todos los procesos de forma eficiente.

**76.- Procesos:** Conjunto de actividades a seguir para el logro de las metas impuestas en la organización, utilizando recursos por medio de personas de manera ordenada y eficiente.

**77.- Control:** Es un proceso que utilizan las organizaciones para llevar el orden de las actividades y poder llevar un seguimiento ordenado de la planificación, pudiendo mostrar la eficiencia de los procesos internos

**78.- Análisis Foda:** Herramienta que permite medir la situación real de una empresa u organización, ya sea de forma interna o externa que nos ayuda a saber cómo estamos con el entorno del mercado conocer sus fortalezas y debilidades.

**- Área de Marketing**

**79.- Planificación estratégica:** Conjunto de información que se reúne con el fin de poder clasificar y poder planificar el cómo cumplimiento del objetivo y así poder tomar las decisiones para realizar un plan, esta información es respecto al entorno, ventajas internas, competencia etc.

**80.- Plan de Marketing:** Documento que debe contar una empresa con el fin de lograr atraer cliente y así vender más productos o servicios, en donde se deben fijar los objetivos, campañas de marketing, plan de acción, presupuesto que se invertirá, la situación real de la empresa etc.

**81.- Ventaja Competitiva:** Ventaja competitiva es aquella diferencia que logra conseguir el posicionamiento para el negocio posicionándola y diferenciándola sobre su competencia, logrando resultados positivos e idealmente mantenerla en el tiempo.

**82.- Plan de Negocio:** Es el que permite establecer los planes y objetivos de una organización, permite visualizar como se debe pueden lograr y además de poder saber si nuestro negocio será rentable o no, ya que nos va mostrando todo paso a paso el cómo debemos hacerlo.

**83.- Propuesta de valor:** Conjunto de beneficios que reciben los clientes con los cuales se cierra un negocio y que hace que se perciba como único y diferentes ante otros. La propuesta de valor representa la promesa que la empresa le entregara a su cliente para mantenerlo fidelizado.

**84.- Investigación de mercados:** Funciones que se encargan de obtener la mayor cantidad de información de la empresa y de lo que ocurre en el mercado con el fin de tomar las mejores decisiones y así poder atraer a sus clientes.

## Bibliografía