



**UNIVERSIDAD DE ARTES, CIENCIAS Y COMUNICACIÓN**  
**Facultad de Administración**  
**Carrera INGENIERIA 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 de portafolio: Johanna Solange Godoy Cerda**

**Estudiante (s): Sebastian Andres Gonzalez Mallea**

**Santiago de Chile, 26 de diciembre de 2022**

## Dedicatoria

*“A mi padre, hermana e hijos”*

*Estos años de esfuerzo y sacrificio van dedicados a uds. que estuvieron siempre apoyándome incondicionalmente durante todo este proceso. Fueron uds. quienes me incentivaron a continuar perfeccionándome personal y profesionalmente y hoy, ya en esta última etapa de mi carrera, quiero rendirles este pequeño homenaje.*

*Además, quisiera dedicar este trabajo a todas aquellas personas que de una u otra manera formaron parte de este proceso y estuvieron permanentemente alentándome a continuar.*

*Simplemente gracias a todos...*

## Índice

<b>Ítem</b>	<b>Pág.</b>
1- Portada.....	1
2- Dedicatoria.....	2
2- Índice.....	3
3- Objetivo del Portafolio.....	4
4- Presentación del estudiante.....	5
5- Narrativas reflexivas.....	6-7-8
6- Evidencias y declaraciones contextualizadoras	
• Introducción a la Economía.....	9-10
• Administración.....	11-12
• Introducción a las Finanzas.....	13-14
• Costos y Presupuestos.....	15-16
• Estadística Aplicada.....	17-18
• Microeconomía.....	19-20-21
• Marketing Estratégico.....	22-23-24
• Macroeconomía.....	25-26-27
• Branding.....	28-29
• Ética y Responsabilidad Social.....	30-31-32-33-34
• Desarrollo Económico.....	35-36-37-38-39
• E-Marketing.....	40-41-42-43-44
• Brand Management.....	45-46-47-48
• Gestión del Talento.....	49-50-51-52
• Taller de Habilidades Directivas.....	53-54-55-56
• Conducta del Consumidor.....	57-58-59
• Taller de Gestión Comercial.....	60-61-62-63
• Evaluación de Proyectos.....	64-65-66-67
7- Actividad Lúdica N°1.....	68-69-70
8- Actividad Lúdica N°2.....	71-72
9- Actividad Lúdica N°3.....	73-74-75
10- Actividad Lúdica grupal (Hito 3).....	76-77
11- Actividad Lúdica N°1 (Hito 4).....	78-79
12- Actividad Lúdica N°2 (Hito 4).....	80-81
13- Actividad Disciplinar N°1.....	82-83-84-85-86
14- Actividad Disciplinar N°2.....	87-88-89-90
15- Actividad Disciplinar N°3.....	91-92-93-94
16- Actividad Disciplinar N°4.....	95-96-97-98-99-100
17- Referencias bibliográficas.....	101-102-103

## **Objetivo del portafolio**

El objetivo de este portafolio es ir dejando evidencias, vivencias y experiencias sobre el progreso en el proceso de aprendizaje académico que he adquirido a lo largo del desarrollo de mi carrera como futuro ingeniero comercial.

Dar una mirada reflexiva sobre los nuevos conocimientos adquiridos, problematizar una situación, cuya función es poner en desequilibrio al estudiante y que reevalúe los conocimientos que este posee.

Encontrar una solución efectiva y solvente en base a los conocimientos adquiridos será parte de este portafolio digital, ir plasmando los pasos de cómo dar una solución a una situación problemática y como puedo ir solucionando cada una de estas, desde la mirada de un ingeniero comercial, poniendo en práctica todos los conocimientos adquiridos; será fundamental para evidenciar que soy un profesional altamente calificado para enfrentarme al mundo laboral y más aún, a cualquier situación que pudiese presentarse durante mis labores como profesional.

Otro punto importante que abordaré será la resignificación de mis conocimientos previamente adquiridos, dando un nuevo significado a estos, analizándolos y reflexionando sobre los nuevos planteamientos que exponen estos términos.

Gracias al desarrollo de este portafolio tendré la capacidad de ir observando de manera analítica y autocrítica mi progreso estudiantil, con la finalidad de prepararme para ser un futuro ingeniero comercial, altamente calificado para enfrentarme al mundo laboral.

## **Presentación del estudiante**

Mi nombre es Sebastian Andrés Gonzalez Mallea, tengo 37 años, casado, dos hijos. Vivo en la comuna de Melipilla. (Región Metropolitana). En cuanto a mi formación académica soy Técnico en Mecánica Automotriz y Técnico en Administración de Empresas mención en Logística y Operaciones. Actualmente trabajo como jefe de servicios en Serviteca Red Barrera Good Year Melipilla.

Desde muy pequeño tuve la idea de ser un profesional ligado al comercio, las empresas, las negociaciones, estrategias, etc., en fin, por motivos personales debí empezar mi formación académica en un liceo comercial, donde escogí la especialidad de mecánica automotriz. Ya egresado de enseñanza media, me casé, formé una familia y comencé a trabajar como mecánico en una planta de revisión técnica durante 10 años, pasado este tiempo, recibí una oferta laboral como administrador en una empresa comercializadora de artículos de aseo, estando en este trabajo comencé a estudiar técnico en administración de empresas en el instituto profesional IACC. Logré titularme de la carrera y debido a la alta competencia a la cual se veía enfrentada la empresa, esta quebró. Pasado un plazo de tres meses encontré una oportunidad laboral en mi actual empresa; un puesto donde podía aplicar mis conocimientos como mecánico y mis aptitudes como administrador de empresas. Durante el desarrollo de mis funciones al interior de la empresa, me di cuenta que mis conocimientos eran bastante débiles y necesitaba hacer algo para solucionar esta problemática y fue ahí cuando decidí especializarme y comenzar a estudiar ingeniería comercial. Este proceso fue bastante difícil, puesto que mi condición de padre de familia y un cargo de jefatura en la empresa, ponían un gran peso en mi diario vivir, tanto en lo personal como en lo profesional.

## Narrativas reflexivas

Para comenzar con estas narrativas reflexivas expondré gradualmente mi ciclo de aprendizaje, diversas situaciones, en donde iré analizando mi progreso y desarrollo académico, replanteándome distintas terminologías, reforzando los conocimientos previamente adquiridos como estudiante e ir reflexionando sobre la evolución y el progreso adquirido durante el desarrollo de mi carrera estudiantil, de este modo comparar los conocimientos previos con los nuevos conocimientos adquiridos y así transformar mis saberes a través del análisis de la problematización a la que me veré expuesto durante el proceso de aprendizaje en este nuevo desafío educacional.

Al terminar mi proceso de estudios como técnico en administración de empresas, no pensé que seguiría estudiando, dado que para una posible continuidad de estudios debía trasladarme a Santiago para continuar con una carrera profesional, pero ¿Qué carrera debía seguir?, ¿Qué Universidad convalidaría mi carrera anterior? En fin, surgió una serie de interrogantes y dudas que debía aclarar, y fue en ese momento donde recibí un correo del instituto IACC, instituto del que había egresado, ofreciéndome la continuidad de estudios a una carrera profesional en la Universidad UNIACC, revisé los programas de estudios y las mallas de las carreras a las cuales podía optar y me incliné por continuar con el programa de ingeniería comercial (TLU) con el grado de licenciado en ciencias de administración de empresas. Esta carrera reúne muchos ramos enfocados en el manejo, la administración y el funcionamiento de las empresas. Este nuevo desafío académico ha dejado en evidencia la necesidad de reforzar mis conocimientos ya adquiridos, donde he debido replantear, reformular e ir dando nuevos significados al aprendizaje entregado por la carrera, los docentes, los ramos y la Universidad.

Creo que el ciclo de aprendizaje que imparte la Universidad juega un rol fundamental para este proceso, puesto que, cada ramo que he ido estudiando durante este año académico, ha dejado evidencias significativas sobre la evolución de mi proceso y progreso tanto en el plano académico como personal. Muchas de estas evidencias han quedado expuestas gracias a las retroalimentaciones entregadas por los docentes durante el desarrollo de los ramos, aquí queda expuesta la comparativa entre los conocimientos previos versus los nuevos conocimientos y durante este proceso es

donde debo reflexionar sobre mi progreso y transformación de los nuevos conocimientos.

El contar con conocimientos previos en los ramos que imparte la carrera ha contribuido a que mi progreso académico sea más dinámico, sin embargo, han existido distintos conocimientos que he debido volver a contextualizar y así armar una estructura completa durante el ciclo de aprendizaje.

Haber completado mis estudios como técnico en administración de empresas dejó en mí un enorme conocimiento en labores, procesos, saberes y hábitos de estudio. Estas habilidades y herramientas adquiridas han contribuido a mi constante progreso académico, gracias a ellas me siento preparado para enfrentar los desafíos a los cuales me he visto expuesto donde muchas veces he debido dar un nuevo significado a conocimientos que creía haber dominado, situaciones que ponen en jaque mis conocimientos, donde he logrado superar dichas problemáticas gracias a la reformulación y el análisis crítico de mis conocimientos previos. Dichas situaciones surgen semana a semana acorde avanza el este ciclo de aprendizaje, con las preguntas de discusión en los foros, los trabajos a realizar para cada ramo, los controles semanales, exámenes finales de cada uno de estos, en fin, todo este ciclo de aprendizaje ha puesto en evidencia estas situaciones que he ido asumiendo y superando gracias a los feedbacks y el análisis de los conocimientos adquiridos.

De acuerdo con la formulación y estructura de cada ramo, he podido apreciar que cada uno tiene como fin prepararnos para enfrentar las distintas problemáticas que aparezcan durante el desarrollo de estos, de este modo podemos apreciar lo que realmente sabemos y ¿cuánto debemos aprender aún?, ¿qué conocimientos debemos reforzar? y ¿a qué conocimientos debemos darles nuevos significados? Entonces, el fin de este proceso de aprendizaje es entender, formular y replantear los conocimientos previamente adquiridos con un enfoque basado en la autoevaluación analítica sobre el real conocimiento que tenemos, donde debemos ir progresivamente formulando nuestros conocimientos y saberes, replanteándonos el real conocimiento que tenemos y el nuevo conocimiento adquirido. Este proceso de problematización nos ayuda a comprender si lo que sabemos realmente está bien o debemos replantear todos los conocimientos que ya poseemos.

Gracias a los conocimientos adquiridos he podido evidenciar ciertas problemáticas durante mi proceso académico. Para contextualizar estas evidencias de problemas, puedo nombrar los ramos de estadística y probabilidades y estadística aplicada, los cuales han demostrado que son de suma importancia para mi formación como futuro ingeniero comercial, dichos ramos han llevado al límite mis conocimientos previos y he debido resignificar estos contenidos puesto que no había tomado en consideración la incidencia que tienen estos conocimientos como futuro profesional.

El desarrollo de trabajos en grupo durante el desarrollo de los distintos ramos a lo largo de la carrera, han contribuido a mi desarrollo personal y profesional, he desarrollado empatía, aceptación, reflexión y he aprendido a ser una persona autocrítica, dispuesto al diálogo y a la reflexión analítica de diversas situaciones a las cuales nos vemos enfrentados durante el desarrollo de nuestra vida académica, personal y profesional.

Durante el desarrollo de esta narrativa reflexiva me fue posible establecer lo fundamental que ha sido adquirir estos nuevos conceptos, los cuales he asimilado durante todo mi proceso de aprendizaje, sin embargo, existen muchos términos que debo replantear y potenciar para convertirme en un futuro ingeniero comercial altamente capacitado y preparado para dar solución a cualquier problema que se presente en la compañía.



## **Evidencias y declaraciones contextualizadoras**

### **Introducción a la Economía**

#### **Ciclo de aprendizaje**

Durante el desarrollo de este ramo tuve la oportunidad de recibir feedbacks de mi docente durante todo el proceso de aprendizaje, los cuales aportaron a mi progreso personal y profesional, esta modalidad de estudios dio un nuevo enfoque hacia la manera en recibir y adquirir nuevos conocimientos. Al ser una modalidad de estudios autónoma, debí retomar hábitos de estudios y preocuparme semana a semana de coordinar mi tiempo para cumplir con las evaluaciones correspondientes al ramo.

#### **Aprendizajes previos**

Mis conocimientos sobre este ramo y la misma economía eran bastante básicos, donde manejaba solo conocimientos superficiales sobre esta materia, puesto que en mi especialización como técnico en administración de empresas, tuve un enfoque más bien dirigido hacia la logística y operaciones. Hoy en día puedo afirmar que la economía tiene otro significado para mí, puesto que aprendí en profundidad esta materia la cual ha contribuido a desarrollar nuevos conocimientos y técnicas sobre cómo dar solución a problemas, el manejo de una compañía y la distribución de insumos y servicios.

#### **Problemática**

Una de las principales problemáticas identificadas durante el desarrollo de este ramo fue entender la escasez de recursos, los cuales no son suficientes para satisfacer las necesidades de los clientes, además contamos con una cantidad limitada de recursos. Por ello, resulta fundamental para las organizaciones manejar la economía de la mejor manera posible y de este modo evitar problemas más complejos como devaluación, el desempleo o el exceso de demanda y la falta de oferta.

## **Resignificación**

Hoy sé que la economía es una ciencia dedicada al estudio sobre las necesidades de las personas y la manera en la cual esta actúa para satisfacer dichas necesidades, aprendiendo a distribuir de manera efectiva y eficaz los recursos con los que se cuenta.

## **Evidencias contextualizadoras**

- Trabajo N° 1 Introducción a la economía ¿Qué, cómo y para quien producir?

Durante el desarrollo de este trabajo logré evidenciar la importancia de tener los puntos claros antes de realizar un trabajo, al igual que en el mundo laboral, debemos efectuar una investigación bastante exhaustiva y clara sobre los conceptos a analizar. El proceso de investigación de este trabajo fue relativamente sencillo, debido a que las instrucciones estaban claramente detalladas y bien definidas; Realizar una descripción y responder las tres grandes interrogantes de la economía. Este trabajo tiene su fundamento en la importancia de tener claras esta tres grande interrogantes previas a la toma de decisiones. Tras el análisis y desarrollo de este trabajo es que lo expongo como evidencia, puesto que antes de tomar cualquier decisión, es fundamental contar con bases sólidas para tomar las decisiones correctas.

## **Adjunto enlace de trabajo anteriormente descrito para su evaluación:**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/assign/view.php?id=945909>

## **Administración**

### **Ciclo de aprendizaje**

El ciclo de aprendizaje para este ramo fue bastante orientado al entendimiento de la evolución y el desarrollo de la administración.

La teoría base de esta continúa hasta hoy en día, sin embargo, con el pasar del tiempo, la metodología y aplicación de nuevos conceptos han ido puliendo y adaptando la administración hasta la actual, la que por demás, manejamos actualmente en nuestra vida personal y profesional.

### **Aprendizajes previos**

Mi planteamiento sobre esta materia era un concepto más bien superficial y durante el desarrollo de este ramo, tuve la oportunidad de apreciar lo complejo e importante que resulta manejar esta rama de la ingeniería comercial.

Para dar un nuevo enfoque a esta materia, tuve la oportunidad de replantear, definir y resinificar varios conceptos; en principio la misma definición de la administración como tal; paso de ser un método de manejo empresarial a ser un concepto más refinado, con un uso de terminología técnica y con conocimientos cabales sobre la materia,

### **Problemática**

Existen varios factores que pueden interferir en la correcta aplicación de la administración, por ejemplo, al contar con una limitada cantidad de recursos o que los colaboradores no cumplan de manera correcta con las obligaciones laborales entregadas por las jefaturas. Para dar solución a estas problemáticas de la mejor forma posible, es conveniente tener un conocimiento cabal sobre el proceso administrativo, saber administrar los recursos, motivar y supervisar a los empleados para alcanzar los objetivos propuestos por la compañía.

### **Resignificación**

Al replantear mis conocimientos sobre administración, aprendí que esta metodología de organización se encarga de planificar, organizar, ejecutar, distribuir y controlar los recursos disponibles para maximizar los recursos, dar un uso más eficiente a estos con

el fin de alcanzar los objetivos dispuestos. Este nuevo significado que he aprendido gracias a la carrera ha contribuido a mi crecimiento como profesional, puesto que como ingeniero comercial tendré la capacidad de coordinar de manera eficiente los recursos disponibles de la compañía, ya sean humanos, financieros, materiales o de cualquier índole relacionada con la empresa, fomentando el progreso y el crecimiento contante de esta.

### **Evidencias contextualizadoras**

- Foro de discusión cuarta semana

El foro de discusión de la cuarta semana en administración solicitaba una opinión sobre la dirección e influencia sobre los individuos dentro de una organización. Dado el enunciado expuesto, sentí la necesidad de nombrar este foro como evidencia, debido a que mi actual puesto de trabajo es una jefatura, donde intento poner en práctica todo lo aprendido. Dicho enunciado me ayudo a comprender como debiese actuar una jefatura según su nivel de jerarquía dentro de la empresa. Este foro marcó una importante etapa en mi carrera como profesional, puesto que pude dar un enfoque distinto a mi puesto de trabajo, tuve la oportunidad de dar un nuevo significado al título de “jefe” donde pude apreciar que este no es solo quien da órdenes y los subordinados las acatan, el jefe es alguien que se encarga de dirigir y ejecutar esquemas de trabajo, asignando las labores al personal a cargo. Y entendí que esta capacidad de dirección se obtiene gracias al conocimiento que se adquiere durante el proceso de aprendizaje.

### **Adjunto link del foro de discusión nombrado anteriormente:**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/forum/view.php?id=904781>

## **Introducción a las Finanzas**

### **Ciclo de aprendizaje**

Es sumamente importante analizar la importancia de las finanzas en las empresas, con el pasar de los días, el nivel de competitividad se vuelve cada vez mayor, lo que conlleva consigo que las compañías necesiten día a día mayor sustentabilidad. La manera en cómo se puede alcanzar este objetivo es bajo el planteamiento de la aplicación de estrategias y decisiones de inversión financiera. Por esta razón es que el administrador financiero debe estar preparado para enfrentar estos retos al interior de la compañía.

### **Aprendizajes previos**

Mi conocimiento sobre finanzas era bastante básico. Recuerdo que mis primeras nociones al comienzo de este ramo eran las siguientes:

Las finanzas para las compañías son fundamentales, debido a que, aplicarlas debidamente contribuirá a la correcta toma de decisiones.

Las decisiones financieras de corto y largo plazo son vitales para la ejecución de un correcto pronóstico de ventas y utilizar el capital de trabajo de manera eficiente.

### **Problemática**

Una de las principales problemáticas identificadas en las finanzas de las empresas es la falta de capacidad para administrar el capital de trabajo de manera eficiente, lo esencial es incrementar el flujo de los activos y la liquidez de esta, pero si no se cuenta con el personal capacitado para llevar a cabo las labores financieras pertinentes, difícilmente la empresa será capaz de generar activos y liquidez lo que conllevará a la insolvencia de esta.

### **Resignificación**

Estas evidencias me permiten formular y replantear un análisis financiero; desde realizar algún cobro o presupuesto por la venta de un producto o servicio, obtener el valor más rentable para la compañía, calcular los gastos desde la producción hasta la puesta en venta del producto o conocer cuanto cobrar por algún servicio.

## **Evidencias contextualizadoras**

Trabajo semana 1 introducción a las finanzas: Papel de las finanzas en el funcionamiento de las finanzas u organización.

Tras el desarrollo de este trabajo individual pude apreciar la importancia de la preparación de un administrador comercial; el cual debe ser altamente competente para el mundo laboral al cual se enfrenta día a día, reflexionando sobre las políticas y estrategias de manejo del sistema administrativo.

Realizar este trabajo potenció en mí el conocimiento previo sobre este ramo, puesto que aprendí la real importancia de la planificación financiera, además del manejo correcto del capital de trabajo para la empresa. En síntesis, gracias al proceso de desarrollo de este trabajo pude evidenciar lo complejo del manejo del capital de trabajo para la empresa, la importancia de administrar de manera eficiente los recursos con los que se cuenta y dar un nuevo significado a los conocimientos que poseo sobre el departamento de finanzas.

**Adjunto enlace sobre el trabajo anteriormente mencionado:**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/assign/view.php?id=850995>

## **Costos y Presupuestos**

### **Ciclo de aprendizaje**

El proceso de aprendizaje para este ramo es crucial para el manejo y la distribución de los recursos, puesto que al evaluar, saber realizar un análisis sobre los costos productivos y realizar un presupuesto sobre dicho análisis otorgará al administrador comercial la capacidad de tomar decisiones correctas y así evitar incongruencias entre los costos reales y los presupuestados.

### **Aprendizajes previos**

Previo al desarrollo de este ramo, poseía ciertos conocimientos sobre la materia, los cuales aportaron y facilitaron mi proceso de aprendizaje semana a semana. Reconocí varias terminologías y procesos para el desarrollo esta asignatura. Por ejemplo; que esta herramienta administrativa tiene como finalidad aportar al cumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa, además esta se dedica al estudio de los costos y recursos que serán utilizados durante los procesos productivos versus el presupuesto realizado para la ejecución de dichos procesos, establece proyecciones sobre los ingresos futuros, etc.

### **Problemática**

Si la empresa no realiza un análisis de costos y presupuestos, o no cuenta con el personal calificado para realizar dicho análisis, estará más propensa a realizar tomas de decisiones incorrectas, puesto que no tendrá información verídica sobre su situación financiera y de este modo no podrá planificar ni realizar proyecciones certeras sobre sus futuros gastos e ingresos.

### **Resignificación**

A medida que realizaba el proceso de desarrollo de este trabajo, recordé las clases de contabilidad, tanto las que aprendí en mi preparación como técnico en administración de empresas, como actualmente al prepararme como futuro ingeniero comercial. Mi ciclo de aprendizaje durante ese periodo fue bastante manejable, puesto que ya poseía conocimientos teóricos sobre la rama de contabilidad y este ramo posee bastantes

características de dicho ramo, por eso principalmente, reforcé los conocimientos que ya poseía.

### **Evidencias contextualizadoras**

- Trabajo semana 1 costos y presupuestos. “Conceptos, clasificación de los costos y estados de resultados”

Gracias al desarrollo de este trabajo recordé y reformulé mis conocimientos sobre la rentabilidad de una compañía, la importancia que implica preparar un estado de resultados, analizando cada uno de los puntos que componen este documento.

### **Adjunto enlace del trabajo anteriormente mencionado:**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/assign/view.php?id=1126143>



## **Estadística Aplicada**

### **Ciclo de aprendizaje**

El desarrollo de este ramo tuvo como finalidad identificar datos, la manera en la cual se procesan estos, analizarlos e interpretar todos estos archivos a través de frecuencias, gráficos, porcentajes, etc.

El administrador comercial debe tener la capacidad de representar estos datos y exponer una visión general de estos análisis y de este modo facilitar la toma de decisiones.

### **Aprendizajes previos**

Mi conocimiento en esta materia contaba con una base anterior; estadística y probabilidades, en donde aprendí una variedad de conceptos y fórmulas que facilitaron enormemente mi proceso de aprendizaje.

### **Problemática**

Fue bastante complicado poder cumplir con las exigencias del ramo, debido a que mi fuerte no es la matemática y sus derivadas, sin embargo, son sumamente importantes debido a que el uso de excel, gráficos, porcentajes, etc. son conceptos aplicados frecuentemente en el área comercial de cualquier compañía.

### **Resignificación**

Aunque mis conocimientos estaban frescos, me resulto bastante difícil volver a enfrentar esta rama de las matemáticas, sin embargo, mi motivación, mis hijos y mis ganas de seguir me han acompañado durante este proceso de aprendizaje.

El ramo de Estadística Aplicada es bastante similar a Estadística y Probabilidades, no obstante, cada semana fui aprendiendo nuevos conocimientos los cuales debí contrastar y comparar uno con el otro hasta que pude tomar el ritmo a estos.

**Evidencias contextualizadoras**

- Foro que aprendí semana 1

Durante el desarrollo de la primera semana de aprendizaje de este ramo, sentí que iniciaba en blanco. El desarrollo de este foro me recordó lo difícil que fue para mí retomar los estudios, si bien es cierto ya llevo tiempo estudiando, las matemáticas nunca han sido mi fuerte, ya había pasado el ramo de Estadística y Probabilidades (y me costó bastante pasar este ramo).

**Adjunto el enlace del archivo expuesto anteriormente:**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/forum/view.php?id=992720>

## **Microeconomía**

### **Ciclo de aprendizaje**

Para el ramo de microeconomía, mi ciclo de aprendizaje se tornó más llevadero puesto que ya contaba con una sólida base, construida principalmente por mis años de experiencia en el área de administración y economía. Durante el desarrollo de este ramo tuve la capacidad de ir adquiriendo nuevos conocimientos, además de ir conociendo semana a semana nuevos procesos, tanto operativos como aplicables sobre microeconomía. Durante el análisis de esta rama de la economía, tuve la capacidad de comprender por qué las compañías toman ciertas decisiones tras un análisis económico del entorno; una de las principales causantes de este tipo de decisiones es tener la capacidad de administrar la escasez de recursos para satisfacer las necesidades de los consumidores. Durante este ciclo de aprendizaje fui comprendiendo que las empresas utilizan la microeconomía para tomar decisiones respecto a ciertos factores como lo son: el trabajo, la producción, bienes y servicios a ofrecer, estudiar la oferta y demanda, fijación de precios, etc.

### **Aprendizajes previos**

La microeconomía es una rama de la economía, sin embargo, esta se especializa en analizar los agentes o componentes de esta de manera individual.

Dado que dentro del segundo semestre, desarrollé el ramo de Introducción a la Economía, mi aprendizaje previo sobre la microeconomía tuvo una sólida estructura donde repasé y refresqué mis conocimientos sobre productores, consumidores, empresas, inversionistas, etc., la relación existente entre todos estos agentes y los distintos tipos de mercados existentes en la economía.

Mi conocimiento sobre Microeconomía fue quizá más manejable por el desarrollo de ramo de Introducción a la Economía, en el ramo de microeconomía comprendía que era una rama de la economía la cual se dedica al estudio de los agentes individualmente; como los consumidores, empresas, colaboradores, inversionistas, mercados, etc.

## **Problemática**

Dentro de las problemáticas más destacadas existentes en microeconomía, pude observar son los diversos factores influyentes en la capacidad de generar recursos o capital, para satisfacer nuestras necesidades. Desde el punto de vista económico, la microeconomía se encarga de analizar, optimizar y distribuir los distintos recursos disponibles para satisfacer dichas necesidades. Como ingenieros comerciales, nos enfrentaremos diariamente a distintas problemáticas estrechamente relacionadas con la microeconomía, por ejemplo, tener la capacidad de analizar y establecer precios que se asignaran a los productos o enfrentarnos a un mundo tan cambiante, donde no sabremos a ciencia cierta cuáles son las preferencias de los consumidores y el grado de incidencia que tendrán nuestras decisiones basándonos en análisis económicos.

## **Resignificación**

Tras el análisis y desarrollo de este ramo, puedo concluir que la microeconomía hoy tiene para mí un nuevo significado, debido a que, conocí los múltiples beneficios que otorga poseer conocimiento sobre esta rama de la economía. En resumen, gracias al estudio de microeconomía, resignifiqué mis conocimientos sobre este ramo, estos nuevos conocimientos contribuirán a mi desarrollo como futuro ingeniero comercial, contando con una sólida formación, basada en conocimientos que contribuyan a realizar tomas de decisiones correctas, aplicación de estrategias comerciales y mejoramiento constante de la compañía. Hoy en día puedo comprender que la principal función de la Microeconomía, es explicar y comprender la manera por la cual o el por qué se toman ciertas decisiones de carácter económico, por ejemplo, el comprador no tiene la capacidad de adquirir todo lo que desee producto de que su capacidad financiera es limitada o el fabricante no puede producir más productos de los que se proyectan, dado a que existe una posibilidad de que el consumidor no demandará dichos productos, además al igual que el comprador, la producción y los recursos financieros para los producción de dichos productos también son limitados.

Finalmente pude concluir que la Microeconomía es una ciencia que se encarga de analizar, comprender y ejecutar decisiones comerciales, las cuales son trascendentales para la obtención de recursos y volver a la compañía rentable y prospera durante el

desarrollo de sus actividades, por ejemplo una de las principales decisiones a las cuales se ven enfrentadas las empresas es el poder manejar el concepto oferta y demanda; a medida que aumenta la demanda de algún producto o servicio, los consumidores están dispuestos a pagar el valor de dicho producto, entonces ¿nos arriesgamos a aumentar la oferta? o ¿simplemente mantenemos el stock disponible y arriesgamos a perder consumidores?

### **Evidencias contextualizadoras**

Trabajo n°1 Microeconomía “La Oferta, la Demanda Y Mercado”

Al desarrollar este trabajo tuve la oportunidad de analizar distintos tipos de mercados existentes en nuestro entorno y en nuestro diario vivir (AFP, energía, forestal y ferias libres.) Una vez realizado este trabajo, me fue posible aclarar y comprender varios puntos de estos mercados analizados y además, comprendí el papel que juega la microeconomía en la toma de decisiones de los distintos agentes.

**Adjunto link de trabajo anteriormente mencionado:**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/assign/view.php?id=1156095>

## **Marketing Estratégico**

### **Ciclo de aprendizaje**

Llevar a cabo el desarrollo de este ramo, resultó todo un desafío para mí, ir aprendiendo el concepto de marketing, aplicaciones y evolución de este a través del tiempo. Una vez embarcado en este ramo, debí reconocer la definición del concepto de marketing, el cual es un proceso por el que se puede gestionar, identificar, anticipar y satisfacer las necesidades de los clientes de modo que la aplicación de este concepto, resulte en beneficios rentables para la compañía.

Si bien es cierto, múltiples autores entregan distintas definiciones sobre marketing, un resumen simple y básico sobre este concepto es que el marketing es una serie de procedimientos mediante los cuales se crea, comunica, entrega e intercambian ofertas que poseen valor para los consumidores.

### **Aprendizajes previos**

Mis conocimientos sobre este ramo eran bastante básicos y superficiales, no comprendiendo la complejidad, metodología y aplicaciones de esta materia.

Poseer ciertos conocimientos previos de esta materia me ha ayudado a contextualizar de manera más clara muchos aspectos de este ramo, conocimientos ya adquiridos y otros que había olvidado y han vuelto a aflorar, por tal situación, he podido sentir mayor confianza en el desarrollo de mi carrera como futuro profesional. Gracias a estos conocimientos, he podido ir participando en las actividades semana a semana de una manera fluida y práctica, con una base sólida y conocimientos que fueron tomando fuerza acorde fui avanzando durante el desarrollo de este ramo.

### **Problemática**

Durante el desarrollo de esta carrera, me he dado cuenta de que cada ramo tiene distintos grados de complejidad, a medida que he ido avanzando en el desarrollo de los ramos, cada uno va presentando distintos tipos de problematizaciones, los cuales presentan verdaderos desafíos al progreso y avance de mi preparación como profesional. Estas problematizaciones dejan entre ver que nuestras capacidades y conocimientos necesitan ser constantemente nutridos. Un problema claramente

identificado durante el desarrollo de este ramo es la capacidad que posea la empresa y más específicamente, el departamento de marketing, de mostrarse al mercado. La tendencia con relación al marketing y mostrar los productos y servicios que ofrece la empresa ha ido evolucionando de manera exponencial, esta evolución ha pasado de ser publicidad tangible o física a exposiciones y publicidad totalmente digital, modificando completamente la antigua escuela de marketing, sin perder el norte del estudio de esta rama, la cual es la aplicación de una serie de técnicas y acciones dirigidas al análisis del mercado y la identificación de nuevas oportunidades, en síntesis, la aplicación del marketing estratégico puede servir como un indicador de procedimientos para alcanzar un objetivo a largo plazo.

### **Resignificación**

Dentro del desarrollo de este ramo han surgido situaciones que han sido realmente desequilibrantes, dejando en jaque mis conocimientos, donde he debido replantar, reformular y resignificar lo que hasta el momento creí haber conocido o tener un mejor manejo del tema. Específicamente en marketing estratégico, donde a mi conocer trataba solo de un procedimiento por el cual se promocionaba al mercado algún producto o servicio en particular, sin embargo, hoy en día y gracias al desarrollo del ramo marketing estratégico, he logrado ampliar mi visión y resignificar esta materia, la cual es un departamento fundamental en cualquier compañía, puesto que dentro de esta área se analiza el comportamiento del mercado y los mismos consumidores con la finalidad que la compañía tenga la capacidad de captar y retener la atención de los clientes, analizando y satisfaciendo sus necesidades, el cual es un factor trascendental para la economía de la empresa.

### **Evidencias contextualizadoras**

Trabajo N° 1 Marketing Estratégico “Análisis situacional: Aspectos externos”

Tras el desarrollo y análisis de este trabajo, tuve la oportunidad de conocer una empresa que se encuentra hace muy poco tiempo operando en nuestro país; UBER, una compañía dedicada al transporte de pasajeros particulares, con alta demanda, de

bajo control y políticas reguladoras, analicé su micro y macroentorno; llevé a cabo un análisis PESTA y finalmente desarrollé un mapeo del manejo activo de los Stakeholders, basado en el modelo de Johnson y Scholes. Gracias a todas estas acciones es que pude apreciar la relevancia que posee el macroentorno en las actividades competitivas de la empresa, además, al analizar el microentorno pude identificar las fuerzas de la empresa y la capacidad para satisfacer las necesidades de los clientes, finalmente comprendí la influencia que ejercen los Stakeholders en la empresa, los cuales son fundamentales para el accionar y desarrollar proyectos institucionales cuya finalidad es alcanzar los objetivos planteados por la empresa.

**Adjunto link del trabajo anteriormente descrito:**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/assign/view.php?id=1155861>



## Macroeconomía

### Ciclo de Aprendizaje

En el ramo de macroeconomía, mi ciclo de aprendizaje fue mucho más fácil desarrollar, debido a que contaba con muchos conocimientos previos como la experiencia con la que cuento gracias a mi trabajo y mis conocimientos adquiridos durante el proceso de aprendizaje de la carrera de ingeniería comercial en la Universidad UNIACC. Al ir avanzando semana a semana mis conocimientos y capacidades de aprendizaje se fueron fortaleciendo. Conforme pasaban las semanas de estudio, fui aprendiendo los múltiples procesos y aplicaciones ligadas a la macroeconomía, donde descubrí que dentro de las principales características de esta rama de la economía, está el estudio de la misma economía de un país, una zona o un conjunto de países a través del análisis de los componentes de los procesos económicos como la renta nacional, movimiento de empleo, importaciones exportaciones, inversiones, etc.

### Aprendizajes previos

Al ser la macroeconomía un de las ramas de la economía, ya contaba con cierta noción o idea sobre este concepto, sin embargo, surgió la necesidad de indagar más en profundidad esta materia, puesto que en ramos anteriores ya había adquirido conocimientos sobre economía y microeconomía. Particularmente, durante el desarrollo de este semestre debí enfocar mi progreso estudiantil en la investigación y adquirir nuevos conocimientos sobre la macroeconomía. Según mis conocimientos previos sobre esta rama, entendía que la macroeconomía tenía un enfoque dirigido hacia la economía como el estudio de ella y sus componentes a un nivel de mayores dimensiones a mayor escala; a un nivel macro. Dada esta afirmación, mi manejo de conocimientos sobre este concepto era bastante básico, si bien es cierto, tenía conocimientos previos donde tenía ciertas ideas sobre la macroeconomía, como que esta ciencia se dedica al análisis de datos estadísticos, por ejemplo, del crecimiento económico, tasas de empleo y desempleo, tasas de interés, inflación, importaciones y exportaciones, etc.

### **Problemática**

Sin lugar a dudas, entre múltiples problemáticas a las cuales se ve enfrentada la macroeconomía está el análisis del desempleo, crecimiento económico, inflación, deuda pública y privada, enfrentar decisiones económicas de corto y largo plazo, en fin, en nuestra vida cotidiana y como ingenieros comerciales, tendremos la capacidad de analizar y resolver problemáticas estrechamente ligadas al concepto de macroeconomía. Tras haber estudiado esta rama de la economía hoy en día, cuento con los conocimientos, recursos y capacidades necesarias para tener una mirada más analítica y resolutive con la finalidad de lograr alcanzar los objetivos económicos planteados a nivel macro, ya sea de una compañía o un país.

### **Resignificación**

A lo largo del desarrollo de este ramo pude comprender y resignificar mi conocimiento sobre la macroeconomía, gracias a estos nuevos conocimientos adquiridos he podido potenciar mi perfil profesional y personal con un sólido conocimiento sobre esta rama de la economía.

Actualmente, he descubierto que la macroeconomía juega un papel fundamental para el progreso y crecimiento de una compañía o un país. Estos nuevos conocimientos adquiridos me han ayudado a dar una nueva resignificación a esta rama de la economía, por ejemplo y gracias a estos nuevos conocimientos sé que la macroeconomía se encarga de estudiar la ley de oferta y demanda, los distintos segmentos de la economía, el crecimiento económico a corto y largo plazo, importaciones y exportaciones y los niveles de desempleo, entre otros puntos

### **Evidencias contextualizadoras**

- Trabajo semana n°5 “La balanza de pagos y los principales problemas en la economía”.

Tras el desarrollo de este trabajo tuve la posibilidad de comprender y analizar como ciertos factores pueden tener incidencia en la balanza de pagos entre dos países por conceptos de importación, exportación y negociaciones. Gracias a este trabajo tuve la capacidad de entender la importancia de la macroeconomía en negociaciones a gran

escala y la implicancia de ciertos factores que, aunque sean externos, pueden influir directamente en la economía de nuestro país.

**Adjunto Link correspondiente a dicho trabajo:**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/assign/view.php?id=1188305>

## **Branding**

### **Ciclo de aprendizaje**

El branding resultó ser un concepto completamente nuevo para mí, dado a que es una rama de del marketing que vagamente había escuchado o tenido algún conocimiento sobre este. Durante mi ciclo de aprendizaje para este ramo fui adquiriendo conocimientos nuevos diariamente, acorde avanzaba el ramo, semana a semana, conocí nuevos términos y estrategias de gestión para potenciar la marca de un producto, servicio o la empresa en sí; Conforme pasaba el proceso de aprendizaje, iba obteniendo nueva información sobre el branding, donde aprendí la importancia de este para el progreso constante de la compañía, supe que no basta con posicionarse dentro del mercado, sino que además, este concepto busca conquistar la mente y el corazón del consumidor.

### **Aprendizajes previos**

Cuando comencé con este ramo, descubrí una serie de conceptos que tenían cierta relación con el marketing, ramo anterior que ya había revisado en el semestre anterior, sin embargo, este nuevo ramo se encarga de definir y construir una marca a través de estrategias y planificación a largo plazo, de esta manera comprendí que el branding tiene cierta relación con el marketing, entonces en cierto modo no comencé en blanco con este ramo, puesto que ya contaba con cierta preparación previa sobre estos ramos. Para el caso de branding, sabía que este concepto se dedica a la proyección preparación y definición de la marca de un producto, empresa o servicio en particular y no tan solo crea la marca, sino que además la posiciona y mantiene a través del tiempo, llegando a la mente y al corazón de los consumidores.

### **Problemática**

Hoy en día, y producto de la competencia existente, el integrar, mantener y posicionar una marca, es una lucha constante. El hecho de adquirir un producto no depende tan solo de la calidad de este, sino que también depende de todo lo que abarca el concepto de este, y particularmente lo que implique la marca en cuestión. Dentro de los principales problemas a los cuales nos veremos enfrentados durante este proceso será

poseer la capacidad de resolver problemáticas, mantenernos posicionados en el mercado, tener la facultad de resolver mensajes confusos, tener la capacidad de identificar a nuestro segmento de clientes según el mercado que atacemos, potenciar los canales de comunicación y difusión de nuestra marca, entre otros.

### **Resignificación**

A lo largo del desarrollo de este ramo pude darle un nuevo significado a este, debido a que comprendí que el Branding es un concepto donde la idea principal es gestionar una marca en cuestión con el fin de que sea reconocida y posicionarla en el mercado, en la mente y el corazón de los consumidores. Todo esto tiene directa relación con la influencia de la marca y la relación existente en las decisiones de compra de los consumidores.

### **Evidencias contextualizadoras**

Trabajo grupal semana 4 “Arquitectura de marca”

Tras el desarrollo de este trabajo pudimos apreciar la importancia de aplicar de manera correcta los principios básicos sobre la arquitectura de marca, acá pudimos darnos cuenta como un conjunto de estrategias son utilizadas para construir, optimizar y potenciar la marca y de este modo maximizar los beneficios que nos puede entregar la aplicación de estos conceptos.

### **Adjunto Link de trabajo anteriormente mencionado:**

- <https://virtual.uniacc.cl/mod/assign/view.php?id=1187999>

## Ética y Responsabilidad Social

### Ciclo de aprendizaje

El proceso de aprendizaje para este ramo me resultó bastante interesante, pues como futuros ingenieros comerciales y profesionales nos veremos enfrentados día a día a distintas decisiones tanto éticas como morales.

En primer lugar, debí entender, conocer y diferenciar los conceptos ética y moral, si bien es cierto ambos conceptos son relativamente similares, es importante para nosotros tener conocimiento la relación y diferencia existente entre ellos.

Bueno, el primer paso para llevar a cabo estas narrativas reflexivas es explicar la manera en la cual entendí la diferencia existente entre ética y moral. Por una parte, concepto de moral lo entendí como grupo o conjunto de normas y principios básicos por los cuales se rige un determinado grupo social, dichas características son la base de la cultura y las costumbres de un grupo social determinado. La ética más que nada está enfocada al estudio y la reflexión sobre la moral, de tal modo que el individuo tenga la capacidad de diferenciar o discernir entre lo bueno y lo malo.

En la sociedad donde vivimos y nos desenvolvemos, debemos respetar o actuar correctamente ante ciertas situaciones, dicho modo de actuar se verá determinado por el juicio de la moral, el cual está determinado como un conjunto de valores y reglas estipuladas por el grupo o la cultura en la cual vivimos y todos somos parte de él, de este modo podemos sintetizar tal situación como “que la moral es la encargada de definir cómo los individuos de una sociedad deben comportarse ante el medio social que los rodea”

La manera en la cual actuamos o nos comportamos frente a la sociedad está inmersa en nuestro ser desde muy pequeños, estas costumbres son las que nos guían actuar de tal manera muchas veces inconsciente o predeterminada, dado que este actuar es lo que hemos aceptado y nos han inculcado desde niños.

Al hablar de moral o la definición de este concepto; lo que es correcto de lo que es incorrecto, muchas veces es relativo y depende del lugar del cual estamos o la cultura en la cual nos desenvolvemos, si viajamos al extranjero podríamos toparnos con culturas o etnias completamente diferentes a nosotros y su cultura y/o juicio moral no precisamente corresponderá con el nuestro, lo que para nosotros podría resultar

inmoral, para ellos puede ser una actitud o una forma de desenvolverse completamente normal y aceptada por el medio en el cual se desenvuelven los individuos o viceversa lo que para nosotros puede resultar correcto o moralmente correcto, para la cultura extranjera muchas veces puede ser captado como una actitud inmoral o inaceptable, sin embargo en nuestro entorno o donde nos desenvolvemos, resulta ser completamente normal y aceptable.

Los individuos muchas veces nos podemos ver enfrentados a un dilema moral sobre nuestra manera de actuar yendo en contra de la moral establecida, ante esta situación podríamos decir que nos vemos expuestos a una reflexión ética sobre la moral de la sociedad en la cual nos desenvolvemos.

Otro ítem estudiado dentro de este ramo es la responsabilidad social, particularmente la responsabilidad social empresarial (RSE), dicho concepto tiene que ver con el aporte al desarrollo humano sostenible y sustentable que entrega la empresa, ya sea a los colaboradores, sus familias, la sociedad y todo el entorno que la rodea, todo esto con la finalidad de mejorar el bienestar de todos los individuos que componen la comunidad.

### **Aprendizajes previos**

Tal como la misma descripción del ramo lo dice; los individuos nacemos, nos desarrollamos y criamos en una cultura social que cuenta con principios, valores y manera de actuar predefinidas y aceptadas por la comunidad en la cual nos desenvolvemos. Bajo esta premisa puedo señalar que, si bien es cierto, tenía algún tipo de conocimiento sobre ética y moral, tras el desarrollo de este ramo logré entender y diferenciar ambos conceptos.

Por una parte, la moral para mí era la forma y manera de actuar que debíamos tener frente a ciertas situaciones que se presentarán en nuestro diario vivir de tal modo que la sociedad viera de buena manera nuestra forma de ser y actuar, y por supuesto nuestras acciones deben ser aceptadas por la sociedad en la cual nos desenvolvemos, vale decir, deben ser acciones “moralmente correctas”.

Por otra parte, ética es un concepto que más bien asimilaba al proceder o actuar de un profesional, por ejemplo, un doctor se dedica a salvar vidas, aunque el paciente sea un asesino, un abogado debe defender a su cliente, aunque sea culpable, la policía debe

hacer cumplir la ley, aunque el infractor sea un familiar, un juez debe dictar sentencia, aunque esta acción afecte a un ser querido o cercano, etc.

El concepto de responsabilidad social empresarial lo entendía como las empresas que, bajo el concepto operacional, debían ser responsables al proceder en dicho proceso, evaluando el impacto que podría convocar su accionar en la comunidad, en el entorno que la rodea, en los trabajadores y en el medio ambiente y bajo esta lógica proceder de una manera efectiva y eficaz, velando por sus intereses durante los procesos productivos para finalmente obtener resultados positivos.

### **Problemática**

Al ir avanzando durante el proceso de aprendizaje de este ramo, la verdad la problemática a la cual me enfrenté fue poder distinguir o discernir principalmente la diferencia entre ética y moral, dado que ambos conceptos son relativamente similares, puesto que un problema ético es todo aquello que no está bien, que es incorrecto, que no cumple con las normas e impacta directamente en la sociedad y en los individuos, mientras que un problema moral plantea situaciones en las que se pone en duda nuestras costumbres, actitudes comportamientos, procedimientos o actuar. y sin lugar a duda, en estricto rigor son relativamente similares.

El problema con el concepto de responsabilidad social empresarial fue comprender cómo podían causar un impacto positivo ante la sociedad, las prácticas responsables de una empresa, puesto que la mayoría de las compañías sólo se dedican a producir sin tener conciencia del impacto social que puede generar ante la sociedad.

### **Resignificación**

Tras haber cursado y desarrollado este ramo pude darle un nuevo significado a cada uno de estos conceptos, puesto que semana a semana fui adquiriendo mayor conocimiento sobre estos temas. Bajo esta premisa puedo decir que la moral se define como un patrón de comportamiento absorbido o adquirido desde que nacemos, dependiendo del entorno social en el cual nos desarrollamos, vamos comportándonos acorde la sociedad acepta nuestro actuar, vale decir, la moral se podría definir como el



conjunto de valores, comportamiento y manera de actuar aceptados por la sociedad en la cual nos desenvolvemos.

Por otra parte, la ética la puedo entender como una decisión o manera de actuar de cada individuo, dado que la ética nos insta a diferenciar o discernir lo bueno de lo malo. Ante esta situación se podría definir a la ética como la decisión de cada individuo ante un hecho según su propio criterio.

Finalmente, la responsabilidad social empresarial hoy para mí significa un conjunto de acciones que ejecutan las empresas en sus actividades productivas cuya finalidad es obtener resultados positivos ante la sociedad tomando en consideración el impacto que puede afectar a la comunidad, a los colaboradores y al medio ambiente, vale decir las empresas buscan desarrollar sus procesos productivos en armonía con su entorno y finalmente obtener resultados positivos.

### **Evidencias contextualizadoras**

#### **Trabajo de investigación semana 1 “Registro y análisis de conceptos básicos”**

Como evidencia contextualizadoras para este ramo opté por presentar el trabajo correspondiente en la primera semana de clases. Dicho trabajo tenía como finalidad llevar a cabo un registro y análisis de los conceptos básicos de ética y moral. Puntos muy importantes que analizar, puesto que ambos conceptos comparten terminologías y modelos de acción relativamente similares, sin embargo, debíamos tener claras las similitudes y diferencias entre ambos conceptos.

Tras la realización de este trabajo pude entender de mejor manera la ética, dicho concepto, en palabras simples, se puede definir como a la manera en que una persona actúa de acuerdo con su propio criterio manera de pensar, bajo esta premisa se puede decir que cada persona tiene la capacidad de pensar y tomar decisiones de manera voluntaria, consciente en todo momento lo bueno de lo malo.

Mientras que la moral ese podría definir como un conjunto de reglas y normativas aceptadas por la sociedad, las cuales definen nuestra manera de actuar frente a ciertas situaciones, las cuales son aceptadas por la sociedad que nos rodea.

- ***No me fue posible encontrar el link de dicho trabajo en la plataforma digital, dado que el ramo actualmente no aparece en mis cursos, sin embargo, lo subí a la plataforma el día 13 de marzo del presente año.***

## Desarrollo Económico

### Ciclo de aprendizaje

Para comenzar con esta narrativa reflexiva debo mencionar que el desarrollo de este ramo fue bastante llevadero puesto que cuento con una sólida base entregada por la Universidad UNIACC y particularmente, por los conocimientos previos adquirido en ramos pasados cómo fueron: introducción a la economía, microeconomía, macroeconomía y en cierto punto costos y presupuestos.

Al comenzar a desarrollar este ramo fui reforzando los conocimientos previamente adquiridos, además comprendí que el enfoque de este ramo está más bien dirigido hacia, tal como el nombre de éste mismo lo dice, el desarrollo económico, como éste influye en la sociedad y aporta a la misma para alcanzar el rápido bienestar de quienes la constituyen.

Semana a semana, fui comprendiendo que el desarrollo económico tiene relación con elementos básicos de la microeconomía los cuales aportan al crecimiento y desarrollo de la sociedad. La microeconomía tiene influencia directa en el desarrollo económico de las sociedades, además, esta rama de la economía posee tres componentes básicos que son la productividad, factores productivos y la demanda de los factores productivos. La productividad es un concepto de gran importancia en la economía, sin embargo, su construcción básica es dependiente de la tecnología existente y los recursos con los que cuenta el país. En este sentido la tecnología es de suma importancia para la producción y los procesos productivos dado que al ir avanzando los procesos productivos industriales pueden volverse mucho más eficientes, aumentando la cantidad producida, utilizando los mismos niveles de factores de producción.

Por otra parte, el concepto factores producidos es lo que comúnmente podemos identificar con el capital, el trabajo y en ciertos casos la tierra, dichos factores productivos pueden ser combinados de alguna forma en especial y dan como resultado la productividad, en este sentido la economía combina todos estos componentes, dejándonos finalmente un concepto denominado función de producción.

El aporte de la macroeconomía al desarrollo económico de un país también es sumamente importante, sin embargo, debí reforzar mis conocimientos sobre esta rama de la economía. Existen una serie de variables y conceptos macroeconómicos

relacionados al desarrollo económico, entre estos destacan el producto interno bruto (PIB), impuestos, progreso técnico, etc.

Uno de los conceptos estudiados y utilizados recurrentemente durante el desarrollo de este ramo fue el producto interno bruto (PIB), el cual es un indicador cuantitativo, que tienen la capacidad de indicarnos el crecimiento y desarrollo económico.

Como se pudo apreciar en esta primera etapa son variados los conceptos que tienen relación con el desarrollo económico, el crecimiento y avance de un país; entre las cuales podemos destacar el progreso y avance técnico y la libertad que posee el mercado para poder crecer.

Teniendo en cuenta los antecedentes anteriormente descritos, ya me pude dar una idea sobre el desarrollo económico que básicamente, es un concepto el cual hace referencia a la capacidad que tiene un país de generar riqueza; esto adicionalmente se ve reflejado en la calidad de vida de sus habitantes, vale decir, el desarrollo económico podría definirse como un término relacionado con la capacidad de producción que posee una nación adicionalmente, también se puede vincular al bienestar de todos los ciudadanos.

Al cursar este ramo, comprendí que el fin de realizar el estudio de esta rama de la economía es analizar los procesos por los cuáles los países deben pasar para lograr alcanzar un mayor bienestar, de tal modo que se deben combinar técnicas de análisis de microeconomía y macroeconomía. Entonces, el principal objetivo de este ramo es analizar los factores que determinan en el desarrollo de la economía, en este sentido deben ser tomados en cuenta los aspectos cuantitativos tales como productividad o riqueza, además se deben analizar los factores cualitativos como lo son la calidad de vida, la seguridad, el medio ambiente, etc.

Gracias al análisis y desarrollo de este ramo pude comprender que el desarrollo económico posee una serie de características sociales, políticas y económicas entre las cuales podemos destacar:

- El aumento del producto bruto interno (PIB): Los países con un índice de desarrollo mayor poseen un mayor índice de producto interno alto debido a la producción y comercialización de bienes y servicios. Este es uno de los principales indicadores que se toman en cuenta para medir el desarrollo

económico de un país. Su principal característica es medir el total de los ingresos de un país relacionado número de personas que lo habitan.

- Cubrir las necesidades básicas: En este sentido, los países desarrollados tienen la capacidad de distribuir la renta, de tal modo que los habitantes tengan sus necesidades básicas cubiertas, además los índices de desempleo en otros países suelen ser bajos y el acceso a los servicios básicos como luz, agua y el gas son de fácil acceso para sus habitantes.
- Aumento en la capacidad de producción: Muchos países desarrollados tienen la capacidad de utilizar y aprovechar los recursos naturales con los que cuentan, de este modo potenciar la productividad e industrialización del país.

En este último punto nuestro país particularmente posee un alto índice de industrialización minera, pesquera y agrícola.

### **Aprendizajes previos**

Al principio de estas narrativas reflexivas comenté que poseía ciertos conocimientos previos al desarrollo de este ramo, entre los cuales destacan la introducción a la economía, la microeconomía y la macroeconomía.

Partiendo por introducción a la economía puedo señalar que esta es una ciencia social que estudia la manera en la cual las familias, empresas y/o países son capaces de organizar los recursos disponibles, que por lo general son escasos, con el fin de satisfacer las necesidades de las personas y este modo tener un mayor bienestar.

Por otra parte, microeconomía lo entendí como una disciplina la cual estudia o analiza el comportamiento económico de las familias, las empresas y la interacción que tienen éstas con los mercados, además analiza la manera en la cual se toman las decisiones para asignar los recursos que son limitados y de este modo satisfacer sus necesidades.

Uno de los principales objetivos de la microeconomía, es analizar el efecto que genera el cambio de precios en los consumidores y el efecto de precios en los productores, así surge uno de los principios básicos de la economía; la ley de oferta y demanda.

En tanto, la macroeconomía es una rama de la economía dedicada a estudiar el comportamiento de esta misma, analizar el mercado o cualquier otro sistema que

funcione a gran escala. Esta rama se dedica a estudiar fenómenos económicos generales por ejemplo la inflación, el nivel de precios, la tasa de crecimiento económico, el producto interno bruto (PIB), las tasas o índices de desempleo, etc.

### **Problemática**

Una de las problemáticas que me encontré tras el desarrollo de este ramo, fue resolver y diferenciar el desarrollo y el crecimiento económico, dado que ambos ramos poseen términos y características similares.

Por una parte, el crecimiento económico se dedica a satisfacer y mejorar las necesidades de las personas, además resuelve problemas socioeconómicos como la pobreza, de este modo asegurar el bienestar de la economía mejorando el nivel de la vida, aumentando los ingresos y proporcionando mayor nivel de empleabilidad.

Mientras tanto, el desarrollo económico se puede definir como la capacidad que posee un país para generar o producir riqueza, de este modo impulsar el sustento y la expansión económica del mismo y por ende, generar bienestar y satisfacer las necesidades personales o sociales de las personas.

### **Resignificación**

Con todos los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de este ramo puedo decir que el desarrollo económico hoy para mí tiene un nuevo significado, en este sentido tengo la claridad que el desarrollo económico puede ser definido como la capacidad de ingreso que poseen los países para generar riquezas con el fin de mantener la prosperidad y el bienestar económico y social de todos sus habitantes, en este sentido podemos medir y analizar el crecimiento y progreso que se ha generado gracias al desarrollo económico de un país por intermedio del producto interno bruto (PIB).

En síntesis, la idea del desarrollo económico puede aludir a la evolución de la economía de tal modo que es favorable y mejorar la calidad de vida de las personas. Casi siempre esta definición es vinculada al aumento y la creación de riqueza, sin embargo, abarca mayores dimensiones como la distribución de esta. Cuando una nación logra alcanzar el desarrollo económico, adquiere la capacidad reproducir y entregar bienes y servicios necesarios para que las personas puedan gozar de un alto bienestar social y

económico. Cuando se adquiere el desarrollo económico y el sistema productivo crece durante un tiempo reiterado, aumentando la riqueza y la acumulación de capital, es el gobierno quien debe encargarse, por intermedio de políticas económicas, lograr que tal el desarrollo sea sustentable y sostenible en el tiempo.

## **Evidencias contextualizadoras**

### **Trabajo de investigación correspondiente a la segunda semana de clases**

#### **“Externalidades”**

Desarrollar este trabajo de investigación contribuyó enormemente a mi proceso de aprendizaje, puesto que me ayudó a comprender la definición técnica y práctica de este concepto que francamente, no tenía muy claro su significado.

Hoy en día puedo decir con certeza que las externalidades son el resultado secundario producidos cuando una persona o empresa llevan a cabo una actividad y no asume todos los costes de esta, o en su defecto, los beneficios que podría percibir.

Con este concepto claramente definido, cabe destacar que existen externalidades positivas y negativas.

Por una parte, las externalidades positivas se originan cuando la realización de una actividad ejecutada por una empresa o por una persona reporta beneficios.

Mientras que las externalidades negativas se originan cuando una persona o empresa realiza una acción y no asume los costes de un efecto negativo provocado por esta acción.

#### **Adjunto link del trabajo anteriormente descrito:**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/assign/view.php?id=1374859>

## **E- Marketing**

### **Ciclo de aprendizaje**

El desarrollo de este ramo en el ciclo de aprendizaje en sí fue bastante amigable, dado que ya había cursado ramos similares, como por ejemplo marketing estratégico, branding, etc.

Con el paso del tiempo, el marketing se ha ido transformando a través de los años; ya estamos bastante alejados del marketing tradicional como la entrega de volantes o flyers publicitarios. Tras la llegada de internet y los múltiples beneficios que esta herramienta digital nos ofrece, esta tradicional manera de realizar publicidad se ha convertido en lo que conocemos hoy en día como e-marketing.

Como describí en el principio de este enunciado, ya tenía una idea sobre lo que es el marketing, a medida que fue ahondando en este ramo, pude comprender que el e-marketing o marketing electrónico se puede entender como una manera rápida y sencilla de utilizar las herramientas tecnológicas de comunicación que ofrece el uso de internet para realizar, producir y promocionar publicidad de manera digital.

Siendo un poco más técnico y exacto el e-marketing es una herramienta digital que hace uso del internet y de las múltiples herramientas que este ofrece, para contribuir en la venta, producción y difusión de productos y servicios, o por llamarlo de otra manera es una versión complementaria y más compleja del marketing, gracias al apoyo de nuevas tecnologías y el uso que le dan a estas los usuarios, consumidores y potenciales clientes.

Al igual que el marketing tradicional, el e-marketing tiene su base en la creación de estrategias que permiten llevar a cabo y entregar a los usuarios y potenciales clientes mensajes claros y cautivadores con el fin de captar su atención.

Bajo estos conceptos, tuve una idea más clara sobre el e-marketing, el cual reúne una serie de actividades y estrategias que realiza una empresa, y por intermedio de las herramientas que ofrece internet crear nuevas y novedosas campañas con el fin de atraer a nuevos clientes y mantener los actuales, además desarrollar y crear la identidad de la marca y la compañía.

Tras el desarrollo de este ramo comprendí que el e-marketing aporta a las empresas una serie de beneficios adicionales tales como:



- El alcance global: Gracias a las múltiples herramientas que ofrece internet y los bajos costos que ofrece este servicio; dicha característica ofrece a las pequeñas empresas o quienes inician algún negocio, con presupuestos muchas veces ajustados, poder llegar y ofrecer sus servicios a cualquier lugar del mundo.
- Facilita la conexión con los clientes: Gracias al e-marketing, las empresas pueden llegar a los usuarios y consumidores de variadas maneras esta opción facilita la posibilidad de ventas.
- Interactividad y amplia conexión: Es factible la posibilidad de tener conversaciones entre las compañías y los consumidores a través de los distintos canales de comunicación como las redes sociales o correos electrónicos. Por otra parte, los canales de comunicación bidireccionales permiten que las empresas obtengan información de sus clientes y de este modo diseñar campañas dinámicas adecuadas y adaptadas a las necesidades de los consumidores.
- Segmentar el mercado: Al obtener información el cliente, se pueden crear perfiles de estos y segmentarlos según sus gustos y necesidades, de tal modo que las compañías pueden enfocarse en distintos grupos de clientes, adecuando sus mensajes al público objetivo.
- Medir resultados en tiempo real: Dentro de los múltiples beneficios que ofrece internet, se pueden encontrar herramientas digitales que tengan la capacidad de realizar medidas y análisis constantes sobre los resultados de las acciones realizadas en tiempo real, de este modo la capacidad de adaptar los cambios es inmediata, de igual manera, conocer los datos de impacto del cambio.

Hoy en día, la mayor parte de la población mundial utiliza internet como medio de búsqueda de información en los procesos de decisión de compra, por ejemplo, un nuevo método de marketing digital es promocionar nuestros productos y servicios a través de las redes sociales, lo que permite conseguir notoriedad y ponerlos en conocimiento de un gran número de personas a nivel mundial. Día a día, vemos nuestras redes sociales invadidas de anuncios virales a través de videoclips, fotos e

imágenes de fácil y rápida difusión, las cuales podemos reproducir y reenviar a nuestros propios contactos y amigos, de este modo una marca, producto o servicio consigue difusión y notoriedad de rápida manera y a muy bajo costo.

### **Aprendizajes previos**

Previo al desarrollo de este ramo tenía conocimiento del marketing como una herramienta que se dedicaba al estudio de información sobre el mercado y los consumidores de tal modo que se pudiesen efectuar campañas publicitarias para satisfacer los deseos y las necesidades de los clientes.

Bajo esta premisa, aprendí que el marketing estratégico es básicamente un conjunto de técnicas y acciones dedicadas a analizar el mercado objetivo donde se puedan detectar oportunidades y soluciones para lograr alcanzar resultados positivos a largo plazo.

El marketing estratégico es un concepto que básicamente, aplica distintas técnicas de análisis de mercado con el fin de detectar oportunidades y permitir a la empresa crecer y ser reconocida por los consumidores. Las estrategias del marketing se basan en el análisis de la situación del mercado la competencia los consumidores y potenciales clientes, de este modo crear estrategias y servicios que se adecuen al resultado de dicho análisis.

Otro ramo estudiado que me ayudó bastante para el desarrollo de marketing fue el branding, dicho ramo posee ciertas relaciones con el e-marketing.

Si bien es cierto, el branding está mayormente conformado por un conjunto de acciones más bien dedicadas al posicionamiento, propósito y el valor de una marca, el principal objetivo de esta herramienta es crear un vínculo emocional entre el consumidor y la marca, ya sea de manera consciente o inconsciente todo esto con la finalidad de influir en las decisiones de compra de este.

En síntesis, el branding se enfoca en tratar de hacer que una marca sea reconocida y deseada por los usuarios, de igual modo crear una imagen positiva que quede impresa en la mente y el corazón del consumidor.

## **Problemática**

Una de las principales problemáticas a las que me enfrenté tras resolver el desarrollo de este ramo, fue entender los pasos que se generan para realizar una campaña de e-marketing exitoso. Por ejemplo, identificar y segmentar clientes; dado que estamos hablando de marketing digital, la afluencia de público a la cual nos enfrentamos es a nivel global, donde cada usuario y potencial cliente posee gustos y deseos diferentes. Como futuros ingenieros comerciales no podríamos probar y experimentar “campañas” con distinto público, segmentarlos y saber cuál de ellos se adecúa mejor a los productos y servicios que ofrecemos. Por ello debemos realizar estudios de mercado, analizar la competencia, detectar problemas, etc. Todo esto con la finalidad reconocer el público objetivo segmentarlo y enfocarnos en este.

Otra problemática importante que debo resaltar en este ramo es la innovación y revolución tecnológica, dado que internet ofrece una amplia gama de herramientas que permiten distribuir información, escoger qué canal será más efectivo para promocionar y llevar a cabo nuestras estrategias. Por ejemplo, las estrategias digitales utilizadas hoy en día quizá cuando ya estemos titulados cambien; Hay que considerar múltiples variables antes de efectuar una campaña y esperar que ésta tenga éxito, sin ir más lejos, hoy en día el boom del y marketing se puede ver reflejado en las redes sociales; Facebook, Instagram, Twitter, etc. las vemos invadidas de campañas publicitarias.

## **Resignificación**

Finalmente, y tras el desarrollo de este ramo puedo decir que el e-marketing tiene otro significado para mí.

En palabras simples, puedo decir que el e-marketing es una herramienta tecnológica de comunicación y medios digitales unida a los principios del marketing tradicional, vale decir, cuando hablamos de e-marketing, nos referimos al uso de la tecnología, de la comunicación y los medios digitales para ejecutar actividades de marketing.

El e-marketing a través de internet particularmente, podría diferenciarse de los medios tradicionales de marketing, dada su naturaleza y conectividad global para la distribución de información e interactividad de usuarios, ante tal situación, se pueden aplicar

variadas técnicas de marketing electrónico, por ejemplo, difusión masiva de correos electrónicos introducción, de banners en páginas web de alta demanda, posicionamiento web en los principales buscadores, etc. además, otra de las ventajas que entrega internet es que el costo es bastante menor en relación con otros medios de comunicación de difusión masiva tradicional (Tv, radio, etc.) y su capacidad de personalización es mayor.

### **Evidencias contextualizadoras**

#### **Trabajo de investigación semana 1 “Característica general del e-marketing Latam.com”**

Como evidencia contextualizadora decidí presentar el trabajo realizado durante la primera semana de clase de este ramo, en dicho trabajo debíamos analizar las características generales del marketing digital de una compañía en particular.

Tras el desarrollo de este trabajo, tuve una mejor visión y perspectiva sobre el marketing digital. En este sentido tuve la oportunidad de describir y reconocer las características y pasos estratégicos que utilizan las compañías para llevar a cabo una exitosa campaña del marketing digital.

Pude entender el marketing digital como un conjunto de estrategias enfocadas a la promoción, producción y comercialización digital de productos y servicios.

Actualmente, este tipo de estrategia digital comunicacional para la promoción de productos y servicios es el más utilizado por las compañías, puesto que facilita la comunicación directa con él cliente, puede ser personalizada y entregada en el momento adecuado.

#### **Adjunto link del trabajo anteriormente descrito:**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/assign/view.php?id=1375071>

## Brand Management

### Ciclo de aprendizaje

Mi ciclo de aprendizaje durante el desarrollo de este ramo no fue tan complicado, dado que ya contaba con conocimientos relacionados a los contenidos de este. Durante el desarrollo de la carrera he adquirido experiencia y conocimiento en distintas ramas del área de marketing, entre las cuales destacan márketing estratégico, e-marketing y branding, este último me ayudó bastante para desarrollar el ramo de brand management.

A medida que pasaban las clases fui adquiriendo mayor conocimiento sobre el brand management, comprendiendo que este profesional es el encargado de realizar la gestión de la imagen de una marca en el mercado, además debe contar con la capacidad necesaria para implementar acciones las cuales deben lograr comunicar de manera efectiva y eficaz el valor de la empresa, sus objetivos, la misión y visión de esta. De este modo, posicionar la marca en el mercado, en la mente y el corazón de los clientes.

Actualmente los consumidores cada vez tienen mayores exigencias y menor nivel de fidelidad con la marca dado que existe gran variedad de ellas y mucho acceso a información por lo cual es mucho más factible que tengan un amplio poder de elección en sus decisiones finales.

Gracias al desarrollo de este ramo pude comprender que un brand management debe poseer una serie características que lo sustenten como un elemento fundamental dentro de la compañía, entre estas características estos puedo señalar que se necesita:

- Contar con habilidades de comunicación tanto con los clientes como con sus pares.
- Se debe tener la capacidad de liderar de realizar trabajos en equipos, pero no bajo las directrices de jefatura, sino que más bien como un líder que tenga o la capacidad de impulsar a los colaboradores alcanzar los objetivos planteados por la empresa.
- Debemos tener alta capacidad de adaptación a los cambios inesperados.

- Debemos poseer capacidad resolutive frente a los problemas que puedan presentarse.

### **Aprendizajes previos**

Al comienzo de este ramo fui descubriendo una serie de conceptos que tenían relación directa con el branding, dicho ramo no había cursado semestre anterior, ante esta situación me resultó bastante fácil poder desarrollar el ramo de brand management.

Tras el desarrollo del ramo anteriormente descrito, pude comprender que actualmente es totalmente necesario realizar estrategias de branding online, dado que vivimos en una era digital y la mayoría de los clientes está inmerso en algún medio de comunicación virtual, como por ejemplo las redes sociales.

Tras el desarrollo del ramo de branding pude entender cómo crear, insertar y dar valor a una marca en el mercado. En este sentido, comprendí la importancia de la marca desde su estructura de construcción hasta su llegada y posicionamiento en el mercado, este concepto está estrechamente ligado a la tarea que debe realizar el brand manager la cual es gestionar la marca, darle valor y reconocimiento, la principal idea es que esta tenga un reconocimiento y genere emociones cada vez que los consumidores piensen, escuchen o hablen de ella.

### **Problemática**

Una de las principales problemáticas a la cual nos veremos enfrentados como un brand management profesional es tratar de que el público objetivo tenga una percepción positiva y confiable nuestra marca. Entender este concepto me llevó algo de tiempo, dado que traía conocimientos previos sobre el branding y lo asimilé bastante a este ramo, sin embargo, a medida que fui desarrollando el ramo pude comprender la gestión que se debe realizar para posicionar la marca en la mente y el corazón de los consumidores.

Para consolidarnos como brand management aptos para asumir dicha función es necesario contar con una serie de requisitos y características donde nos veremos enfrentados a una serie de problemática las cuales tendremos que ir dando solución gracias a nuestra pericia y experiencia como futuros profesionales.

## **Resignificación**

Tras el desarrollo de este ramo pude comprender y dar un nuevo significado al brand management, el cual hoy puedo definir como el profesional encargado de cuidar y construir una marca, adecuando estrategias y acciones de comunicación de acuerdo con el público objetivo al cual deseamos llegar, de tal manera que podamos consolidar, mantener íntegra y posicionar la marca en el mercado en el largo plazo.

En este sentido, el brand management es el encargado de impulsar y mantener la percepción de una marca en particular creando sentimientos y fomentando fidelidad de los clientes hacia esta. La función de este profesional se destaca por aplicar estrategias y técnicas que mantengan vigente la imagen excepcional de la marca en el largo plazo.

En síntesis, puedo señalar que el brand management es el encargado de gestionar y planificar la marca de una compañía, aplicando y ejecutando las estrategias que más se adecúen a esta. Por otra parte, cabe señalar que al referirnos a la marca de la empresa no estamos haciendo referencia al logo o el nombre de esta, nos referimos más bien a la imagen positiva que representa a la empresa, a su difusión y el conjunto de emociones y sentimientos que está reflejando en la mente y el corazón del cliente; bajo este contexto, podemos señalar que el objetivo principal del brand management es crear una imagen sólida, comprensible, clara y positiva para finalmente lograr el reconocimiento y fidelidad de los consumidores.

## **Evidencias contextualizadoras**

Foro que aprendí segunda semana “Extensiones de marca”

Tras haber desarrollado la segunda semana tuve la oportunidad de exponer los conceptos aprendidos durante dicha semana, donde el concepto estudiado fue las extensiones de marca. La importancia de este concepto radica en entender los aspectos clave ante la posibilidad de extender una marca, analizar las alternativas que tengan mayor posibilidad de aceptación en el mercado y acarreen menos riesgos para la compañía. A pesar de que la extensión de marca es una oportunidad de crecimiento, debe ser evaluada y gestionada de manera cautelosa de modo que si no es bien recibida en el mercado no dañe el prestigio, imagen y la trayectoria de la marca madre o marca original. Finalmente podemos comprender que gracias a la extensión de marca

es posible mantener la atención de los clientes ya existentes y al mismo tiempo lograr alcanzar nuevos potenciales clientes, además al aprovechar la imagen o marca original es posible ahorrar gastos en promoción de lanzamiento de modo que sea posible optimizar los recursos de la compañía.

**Adjunto el link del foro anteriormente señalado**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/forum/view.php?id=1400013>



## **Gestión del Talento**

### **Ciclo de aprendizaje**

Mi ciclo de aprendizaje tras el desarrollo de este ramo fue bastante grato, dado que siempre me ha gustado el área de recursos humanos y manejo de personal, además este último tiempo en mi trabajo me he desempeñado en esta área y me ha ido bastante bien.

Semana a semana fui comprendiendo y entendiendo cada vez más términos técnicos acerca de esta área la cual es sumamente importante para el crecimiento interno y la proyección de la empresa a largo plazo.

La gestión de talento aborda todos los procesos que debe ejecutar el área de recursos humanos entre los cuales están la capacitación, la retención, la captación y optimización del talento humano, dichos procesos tienen la finalidad de hacer de la empresa un ente exitoso y próspero en el largo plazo. En este sentido la idea del área de recursos humanos se caracteriza por incentivar a los empleados, motivarlos, capacitarlos y aumentar el potencial de estos, de modo que se evite la deserción laboral y aumente la efectividad durante el desarrollo de los procesos laborales.

El desarrollo de este ramo me ayudó a comprender que una nueva contratación trae consigo beneficios cualitativos y cuantitativos para la compañía además permite sumar relaciones interpersonales y crear un grato ambiente laboral. Bajo este concepto puedo señalar la importancia de comprender este ramo y el aporte que entrega aplicar estos conocimientos dentro de una empresa.

### **Aprendizajes previos**

Cuando recién comencé el desarrollo de este ramo sabía que el área de recursos humanos y la gestión del talento humano era básicamente la capacidad que poseía la empresa para atraer nuevos talentos a la compañía, motivar a los que ya estaban en ella, mantenerlos, identificar sus capacidades y ubicarlos en puestos estratégicos donde pudiesen desarrollar todas sus habilidades y de esta manera hacer que la empresa sea mucho más eficiente y efectiva.

Es importante mencionar que el principio básico del área de recursos humanos tiene por finalidad seleccionar al personal que este más capacitado y se adecúe mejor a las necesidades de la empresa, en este sentido, cabe mencionar que la selección de personal evalúa además la experiencia y el conocimiento profesional del postulante. En síntesis, puedo señalar que el área de recursos humanos la conocía como el área que capta y distribuye el talento existente al interior de esta, además se encarga de velar por el bienestar, la seguridad y el trabajo en equipo de sus colaboradores.

### **Problemática**

Como en cada desarrollo de un ramo éste no fue la excepción y no estuvo exento de problemas que resolver, uno de los problemas que me llamó bastante la atención es la capacitación, o más bien dicho la falta de capacitación.

Es bastante común en las compañías la falta de capacitación. Este punto es sumamente importante, puesto que cuando un colaborador no posee la capacitación necesaria para realizar su trabajo es bastante complicado que pueda realizar las labores de una manera eficiente, en este sentido es el área de recursos humanos o gestión de talentos la encargada detectar el momento en el cual es necesario realizar una capacitación; ya sea una capacitación individual o grupal dependiendo del departamento o el área en el cual sea necesaria la aplicación de ésta.

Quizá en algún futuro laboral nos veamos enfrentados a la toma de decisiones en cuanto a la selección de personal y debemos estar preparados para esto puesto que, si una selección de personal la realizamos de manera deficiente, podría tener un impacto negativo para la compañía. Esta es una problemática importante en la cual debemos estar altamente preparados para poder resolver de la mejor manera posible puesto que, si un proceso de selección resulta negativo tendremos efectos no deseados para la empresa como un bajo nivel de producción, trabajadores poco eficientes, levantar nuevos procesos de selección, etc.

## **Resignificación**

Tras el desarrollo de este ramo puedo comprender que el área de recursos humanos es la encargada de organizar la estructura operacional de la empresa basada en el talento humano, el cual se va integrando al proceso operacional de la empresa.

En palabras sencillas hoy puedo definir el área de gestión de talento como la encargada de identificar las competencias, aptitudes y actitudes profesionales que necesita reunir el personal para desempeñarse correctamente en el puesto de trabajo correspondiente, ya sea potenciando las habilidades de los colaboradores están al interior de la empresa o captando nuevos talentos externos a la compañía.

Gracias al desarrollo de este ramo he dado un nuevo significado al área de gestión de talento ya que pude comprender eventualmente que en la actualidad la ventaja competitiva de las empresas radica en el alto nivel de formación y gestión que tiene el área de recursos humanos, vale decir la gestión humana, el conocimiento y la experiencia que pueden llegar a poseer y adquirir los colaboradores. Por esta razón es importante identificar y potenciar las habilidades de cada colaborador de modo de poder ubicarlos en puestos estratégicos donde la idoneidad de cada colaborador resalte en sus funciones laborales.

## **Evidencias contextualizadoras**

### **Trabajo de investigación semana 5 “Habilidades directivas”**

Preparándonos para el futuro y para el nuevo mercado laboral desarrollamos este trabajo de investigación donde debíamos averiguar definiciones o conceptos como las habilidades directivas, la importancia que tienen estas dentro de la organización, comunicación al interior de la empresa, equipos de trabajo, entre otros.

Tras el desarrollo de este trabajo me fue posible comprender las habilidades directivas; las cuales puedo describir como los conocimientos y capacidades que se necesitan para desempeñar cualquier actividad de gestión y liderazgo dentro de una compañía. Entre los conocimientos y habilidades que debe poseer un líder o director dentro de una empresa puedo mencionar el desarrollo de habilidad social, capacidad de comunicación,

capacidad de resolución de problemas y capacidad motivacional entre otros. Un punto que es importante mencionar es la capacidad con la que debe contar un líder para dirigir un equipo de trabajo, este debe ser capaz de motivarlos y guiarlos para trabajar en conjunto y lograr alcanzar los objetivos planteados por la empresa.

**Adjunto el link del trabajo anteriormente señalado**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/assign/view.php?id=1400618>

## Taller de Habilidades Directivas

### Ciclo de aprendizaje

Mi ciclo de aprendizaje durante el desarrollo de este ramo no fue tan complicado, dado que ya contaba con conocimientos relacionados a los contenidos de este.

En una empresa, uno de los componentes que tiene mayor capacidad de generar cambios efectivos enfocados en el proceso de mejora continua es la dirección. En este sentido el director, jefe o líder debe contar una variada gama de habilidades para poder liderar y ejercer correctamente dicho cargo. A medida que fui avanzado en este ramo entendí la importancia de adquirir dichas habilidades, aprendí que dentro de las principales habilidades con las que debe contar un líder es la comunicación, dado que el director posee una conexión estrecha entre la empresa y los colaboradores, de modo que cualquier decisión que sea tomada debe ser comunicada con claridad para asegurar una ejecución efectiva. Es importante mencionar que un director o líder debe inspirar confianza y alentar a los colaboradores que tenga bajo su cargo, es decir, el líder debe poseer la capacidad de influenciar positivamente a sus colaboradores.

Finalizando el ramo, estudiamos la habilidad que debe poseer un director para manejar y resolver conflictos al interior de la compañía. En este sentido puedo señalar que dicha habilidad es fundamental para todo buen líder, dado que dicho proceso permite resolver disputas originadas entre dos o mas colaboradores, ya sea por razones personales o conflictos laborales, esta habilidad permite al director fomentar la comunicación y finalmente llegar un acuerdo satisfactorio para las partes afectadas.

### Aprendizajes previos

Al comienzo de este ramo fui descubriendo que poseía ciertas habilidades relacionadas al ramo, sin embargo, comprendí que muchas de estas habilidades debían ser fortalecidas. Personalmente puedo señalar que llevo casi seis años ejerciendo distintos cargos ligados a la dirección; trabajé tres años como director y coordinador logístico, dos años como jefe de servicios y actualmente llevo casi un año como supervisor de operaciones. En los cargos anteriormente mencionados, siempre tuve y he tenido gente a mi cargo; distintos géneros y rangos etarios, en este sentido, es importante conocer y

comprender a los distintos integrantes de los equipos de trabajo, dado que cada uno posee destrezas, ideas y/o habilidades distintas y como un buen líder de equipo, es importante saber distribuir las labores según las características que destaquen a cada colaborador.

Como líder, mi experiencia previa ha aportado a mi desempeño en las empresas en las cuales he ejercido, gracias a la buena gestión directiva, como líder he logrado que mis equipos de trabajo hayan tenido la capacidad de trabajar conjuntamente, alcanzando altos índices de desempeño, donde cada uno de ellos ha aportado con su experiencia y habilidad. Como líder de grupo ha sido importante fomentar la responsabilidad, empatizar con el grupo, fortalecer la comunicación y saber asignar tareas a cada colaborador según sus capacidades.

### **Problemática**

Una de las principales problemáticas a la cual me vi enfrentado fue lograr diferenciar la jefatura del liderazgo, dado que ambos conceptos representan aplicaciones y terminologías relativamente similares. Al ir adentrándome en el ramo, fui aclarando una serie de dudas y ya culminando el ramo, entendí estas distintas metodologías de dirección. Si bien es cierto, ambos conceptos representan jerarquía al interior de una empresa, es necesario reconocer dichos métodos de dirección y lograr aplicarlos con éxito al interior de la compañía.

Mi experiencia laboral ha aportado enormemente a mi crecimiento personal y profesional. Estos últimos años he tenido la posibilidad de desempeñarme en distintos cargos que requieren habilidades directivas, razón por la cual ha sido importante lograr comprender ambas metodologías de dirección, por un lado, ocupar un cargo jerárquico dentro de la empresa requiere representar autoridad; en el caso de un jefe, este la representa por su posición, mientras que un líder la manifiesta a través de la motivación que logre inspirar entre sus pares.

Creo que es importante comprender la metodología directiva dentro de la compañía, y saber diferenciar las cualidades y habilidades de un jefe y un líder, las cuales juntas o por separado logran formar un gran director empresarial.

## **Resignificación**

Tras el desarrollo de este ramo pude comprender y dar un nuevo significado al director y las habilidades que este debe poseer, tal como mencioné en la reflexión anterior, para mí, el concepto de líder y jefe eran prácticamente los mismos, sin embargo, gracias al análisis de este ramo, comprendí cada metodología de dirección. En este sentido, comprendí que cada método de dirigir está sujeta a un grupo de habilidades que debe poseer el colaborador a cargo y la correcta aplicación de estas resultarán en un director exitoso. En este sentido puedo señalar que hoy comprendo a las habilidades directivas como aquellas competencias que debe poseer un director para poder gestionar eficientemente los equipos de trabajo y lograr los objetivos planteados por la compañía. Hoy en día no basta con conseguir una dirección sin poseer las habilidades necesarias para ejecutar satisfactoriamente las obligaciones que dicho cargo exige. Por esta razón, entiendo que las habilidades directivas son fundamentales para mi crecimiento personal y profesional.

Finalmente cabe señalar que las habilidades directivas son sumamente necesarias para lograr ejecutar eficientemente cargos direccionales, dado que entre las principales gestiones que debe realizar un director se encuentra la capacidad de motivar al equipo de trabajo, empatizar con este y motivarlos a alcanzar los objetivos planteados por la empresa. Debemos tener la capacidad de comunicación, resolver conflictos y estar preparados para la toma de decisiones correctas.

## **Evidencias contextualizadoras**

Como evidencia contextualizadora decidí presentar la pregunta de discusión correspondiente a la semana 1, la cual nos solicitaba responder **¿Qué estilo de liderazgo nos identifica?**

Creo que esta evidencia es importante, dado que el enfoque principal de este ramo es señalar, comprender y adquirir las habilidades y destrezas que debe poseer un líder o director dentro de una empresa.

Dicha actividad tenía como idea principal definir un perfil o de estilo de dirección con el cual nos sintiéramos identificados, entre los distintos estilos de liderazgo existentes, escogí el estilo de líder democrático, puesto que, por mi propia experiencia,

es el estilo que más se adecúa a mi actual desempeño laboral dentro de la empresa en la cual trabajo.

Esta actividad me sirvió bastante para comprender el impacto que puede tener el estilo o tipo de liderazgo en el equipo de trabajo, en este sentido, como director o líder, debemos ser fuente de inspiración para los colaboradores, de modo que el trabajo en equipo se realice efectiva y eficaz y finalmente dicha acción se traduzca en el alcance de los objetivos planteados por la empresa.

**Adjunto el link del foro de discusión anteriormente señalado**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/forum/view.php?id=1437189>



## Conducta del Consumidor

### Ciclo de aprendizaje

Mi ciclo de aprendizaje durante el desarrollo de este ramo fue bastante grato y cómodo, creo que tuvo gran incidencia el aprendizaje de ramos anteriores como marketing o branding, la diferencia de este ramo comparado con los anteriores es cómo se comporta el consumidor frente a estímulos ofrecidos por las estrategias publicitarias. A medida que fui avanzando en este ramo, entendí que no solo es importante comprender lo que los consumidores adquieren, además, ¿por qué adquieren?, ¿cuál es su motivación? y ¿qué sensación les provoca el adquirir algún producto o servicio? En este sentido, el desarrollo del ramo me ayudó bastante a aclarar esta serie de interrogantes. Entender que el consumidor actual ha cambiado bastante en relación con años anteriores ha sido sumamente importante para mí desarrollo como profesional, puesto que mi conocimiento anterior a este ramo era más limitado respecto al actual comportamiento del consumidor.

Puedo señalar también que gracias al análisis de este ramo aprendí un nuevo concepto llamado neuromarketing, el cual está encargado de aplicar técnicas de neurociencia al marketing. Uno de los principales objetivos de esta ciencia es entender y conocer el nivel de atención que muestran los consumidores a distintos estímulos. Vale decir, la finalidad del neuromarketing está enfocada en conseguir información sobre las reacciones de los consumidores ante estímulos y de este modo se pueda mejorar la gestión y el diseño de estrategias destinadas al marketing.

Finalmente, puedo decir que aprendí que existen distintos métodos para realizar el estudio o análisis del comportamiento del consumidor, el caso del neuromarketing particularmente es una ciencia relativamente nueva, donde se estudian las tendencias del consumidor en base a estímulos socioculturales, psicológicos e influencia de la tecnología entre otros.

### Aprendizajes previos

Como mencioné al comienzo de estas narrativas, cuando recién comencé el desarrollo de este ramo tenía conocimiento sobre la publicidad y el consumidor.

El concepto base de consumidor como aquella persona u organización la cual consume bienes y/o servicios que el productor o proveedor pone a su disposición en el mercado, los que además sirven para satisfacer un deseo o necesidad. El consumidor es fundamental para el mercado y las empresas, dado que representan la etapa final del proceso de producción y consumo. Por otra parte, la publicidad y el marketing son formas, maneras y/o medios de comunicación mediante los cuales se pretende difundir, informar y persuadir al consumidor sobre algún producto o servicio en particular, vale decir, son estrategias que pretenden dar a conocer productos y servicios al mercado, cabe mencionar que dichas estrategias pueden ser distribuidas a través de los medios digitales y tradicionales.

Finalmente puedo señalar que para que las campañas de marketing funcionen e influyan en la decisión de compra del consumidor es importante conocer el comportamiento de este, puesto que cada uno posee una manera distinta durante el proceso de compra.

### **Problemática**

Como en cada desarrollo de un ramo, éste no fue la excepción y no estuvo exento de problemas que resolver, sin embargo, con base y conocimientos más sólidos me fue posible comprender los contenidos semana a semana.

Creo que uno de los puntos me costó abordar un poco más fue el neuromarketing como ciencia más que como estrategia de marketing. El concepto neuromarketing lo percibí como la mezcla de sus nombres (Neuro) como neuronal y (Marketing) concepto y ramo ya conocido, entonces bajo estos términos asocié ambos conceptos e indague en los contenidos de la semana, más investigación externa a la Universidad, donde finalmente llegue a una definición más clara de dicho concepto.

Comprender que muchas de las decisiones de compra que toma el consumidor son de manera inconsciente.

### **Resignificación**

Tras el desarrollo de este ramo pude comprender que comportamiento del consumidor, actualmente ha cambiado bastante en relación a años anteriores, dado que este ya no

se siente la fidelizado hacia una marca o producto en particular. Personalmente y gracias al desarrollo de este ramo, creo que el consumidor actual ha sufrido un enorme cambio gracias a los avances tecnológicos, el cambio de cultura y tradiciones en relación con el consumidor tradicional, además los avances tecnológicos han logrado que el consumidor busque más allá de un simple producto o servicio, han logrado que el consumidor busque nuevas sensaciones y emociones al momento de consumir. Gracias al desarrollo de este ramo pude comprender que existen factores motivantes e influyentes que llevan a un consumidor adquirir algún producto o servicio en particular y para nosotros como futuros profesionales es importante entender y comprender su comportamiento de compra.

El análisis del comportamiento del consumidor ayuda a entender cómo y por qué los consumidores toman decisiones de compra. Por otra parte, dicho análisis permite a las empresas crear estrategias de marketing basadas en el comportamiento del consumidor.

### **Evidencias contextualizadoras**

Como evidencia contextualizadora decidí mencionar el trabajo de la semana 1 **“El consumo y la pandemia”**

Este trabajo de investigación me ayudo a comprender el comportamiento del consumidor pre y post pandemia, dado que desde la llegada del virus COVID 19, nuestra manera de consumir ha cambiado de la manera tradicional y evolucionado a la era digital.

Al realizar este trabajo fue inevitable pensar cómo ha cambiado el consumidor y por defecto, los hábitos de consumo de este. Ya sea producto de las restricciones sanitarias o por la evolución y avance de la era digital, el consumidor se vio forzado a cambiar su manera de conseguir los productos y servicios que logren satisfacer sus necesidades y deseos.

### **Adjunto el link del trabajo anteriormente señalado**

<https://virtual.uniacc.cl/mod/assign/view.php?id=1433944>

## Taller de Gestión Comercial

### Ciclo de aprendizaje

Mi ciclo de aprendizaje durante el desarrollo de este ramo no fue tan complicado, dado que ya contaba con conocimientos relacionados a los contenidos de este. Durante este proceso de aprendizaje, me ayudo bastante el conocimiento adquirido a lo largo de la carrera, dado que muchos de los contenidos que componían este ramo tenían directa relación con ramos aprobados anteriormente (e-marketing, marketing estratégico, taller de habilidades directivas, etc.)

Conforme fui avanzando en el desarrollo de este ramo, adquirí una serie de conocimientos especialmente enfocados en la preparación personal de la gestión comercial y administrativa, preparación que debemos poseer como futuros ingenieros comerciales.

Día a día fue adquiriendo mayor conocimiento sobre las técnicas y estrategias que deben ser utilizadas para realizar una gestión comercial efectiva dentro de la empresa, la que además logre generar un impacto positivo en los consumidores, en el resultado de las ventas y en el posicionamiento de la marca de la compañía.

Avanzando en este proceso de aprendizaje fui aprendiendo que las empresas, por lo general, trabajan por un fin común; ofrecer productos y servicios de calidad con precios acordes al mercado y contar con un equipo comercial y de ventas altamente competitivo y eficaz. Sin embargo, en la actualidad no basta con cubrir todos estos requisitos para que una empresa prospere y sea exitosa.

Hoy en día la manera en la cual los consumidores adquieren los productos y servicios ha cambiado progresivamente, estas acciones anteriormente descritas se han “digitalizado” y por tal razón los consumidores han encontrado la manera de interactuar con la compañía, compartir opiniones y sugerencias o sencillamente obtener más información sobre el producto o servicio que ha adquirido. Por esta razón es indispensable que la gestión comercial de la empresa realice una labor enfocada en mejorar la experiencia del consumidor con el fin de fidelizarlo con la compañía.

En síntesis, habiendo desarrollado este ramo aprendí que la gestión comercial utiliza una serie de técnicas y estrategias con el fin de ofrecer información al consumidor

acerca de los servicios y productos comercializados por la compañía, de este modo conseguir los objetivos planteados por esta y conseguir la satisfacción de los consumidores, además cabe mencionar que para que una gestión comercial sea efectiva, es necesario que trabajen conjuntamente distintas áreas de la empresa de modo que se logre alcanzar el éxito y prosperidad de esta.

### **Aprendizajes previos**

A medida que avanzaba en este ramo fui descubriendo que muchos de los conceptos que debíamos aprender, tenían cierta relación o estructura base con contenidos estudiados en ramos anteriores. Tal y como mencioné al principio del ciclo de aprendizaje, estudiamos conceptos relacionados al marketing, taller de habilidades directivas, etc. y en este sentido, no fue tan complicado desarrollar este ramo.

Desde mi perspectiva personal puedo señalar que según mi conocimiento y experiencia tenía una noción o idea base sobre la gestión comercial, básicamente este término lo relacionaba al conjunto de técnicas y estrategias utilizadas para llegar al público objetivo, a los cuales se pretende ofrecer los servicios o productos comercializados. Entonces, la gestión comercial se podría definir como la administración de los recursos disponibles de una compañía utilizados con el fin de alcanzar los objetivos planteados por esta.

### **Problemática**

Una de las principales problemáticas a la cual me vi enfrentado durante todo el desarrollo de este ramo fueron los trabajos de investigación grupal, de hecho, hasta el examen final estuvo asociado al trabajo en grupo. No fue por la dificultad de realizar las actividades solicitadas en cada trabajo, sino que por la coordinación de nuestro equipo de trabajo y el proceso de adaptación.

Como es sabido, nuestros ramos se dividían en distintas secciones y este último semestre, mi equipo de trabajo anterior (con los cuales trabajé anteriormente) quedaron en distintas secciones a la mía, por lo cual, tuve que trabajar con otros compañeros de sección. En este sentido, creo que la dinámica de trabajo y el proceso de adaptación a este equipo de trabajo me resulto algo más problemática. No quiere decir que nos haya

ido mal en nuestros trabajos, es más aún, de hecho, nuestros trabajos fueron siempre bien evaluados y he aquí donde debimos aplicar nuestra habilidad y compromiso como estudiantes y profesionales.

### **Resignificación**

Tras el desarrollo de este ramo pude comprender y dar un nuevo significado a la gestión comercial, dado que este ramo me enseñó un espectro mucho más amplio de lo que significa la gestión comercial. Ahora y ya habiendo terminado el desarrollo de este ramo, puedo comprender que la gestión comercial es la aplicación y puesta en marcha de múltiples estrategias que tienen como finalidad dar a conocer al público objetivo la oferta comercial de la compañía. Además, comprendo que la gestión comercial comprende otras tareas, tales como buscar la satisfacción del cliente y participación en el mercado, de modo que sea posible atraer a nuevos consumidores.

Por otra parte, comprendo que una gestión comercial bien ejecutada acarrea múltiples beneficios para la compañía entre los que destacan:

- Aumenta el nivel de competitividad de la empresa en el mercado.
- Aumenta la rentabilidad de la compañía.
- Mejora la relación entre la compañía y los consumidores y, en consecuencia, el nivel de fidelidad y satisfacción.
- Favorece la reputación de la compañía en el mercado objetivo entre otros.

En síntesis, hoy comprendo que gracias a una buena gestión comercial es posible mejorar la comunicación entre los equipos de trabajo, establecer gratas relaciones con los consumidores, aumentar y mantener vigente la participación de la compañía en el mercado, etc.

### **Evidencias contextualizadoras**

Video de clase cuarta semana **“Fidelizando al cliente externo”**

Decidí exponer como evidencia este video, dado que una de las principales labores de la gestión comercial es tratar captar y retener a los clientes. Fidelizar a los clientes hace referencia a la creación de una relación positiva entre la empresa y los clientes, de este modo es posible conseguir que los clientes que ya han sido consumidores de la

empresa lo vuelvan a hacer, independiente del producto o servicio que esta comercialice. En este mismo sentido, al existir un consumo recurrente, los clientes fidelizados tienden a preferir esta marca por sobre las demás durante el proceso de compra. Vale decir, estamos hablando de clientes que forjan un sentimiento de fidelidad y empatía con la marca y la empresa conjuntamente. En síntesis, una de las principales razones por la cual es tan importante la fidelización del cliente externo, es que son ellos los que tienen la capacidad de recomendar y entregar opiniones muy positivas referente a la compañía.

**Adjunto el link del foro anteriormente señalado**

<https://virtual.uniacc.cl/course/view.php?id=28521#section-3>

## Evaluación de Proyectos

### Ciclo de aprendizaje

Mi ciclo de aprendizaje tras el desarrollo de este ramo fue bastante grato, pues sentí que este ramo estaba más enfocado hacia el mundo laboral empresarial y en este sentido, fui descubriendo semana a semana la importancia de evaluar efectivamente cada proyecto previo a su puesta en marcha, dado que el éxito o fracaso de la compañía dependerá, en gran medida, del tipo y nivel de evaluación.

Conforme avancé en el desarrollo de este ramo, entendí que la finalidad de este es realizar un plan de valoración donde se analice el riesgo, los gastos, beneficios, recursos, elementos y demás factores que conforman un proyecto. Cada semana debí evaluar distintas situaciones donde, día a día, junto con absorber más conocimiento, aprendí a realizar y evaluar cada componente de un proyecto de este modo encontrar la mejor solución disponible.

Creo una de las razones principales por la cual solventamos nuestro conocimiento en este ramo fue situarnos, hipotéticamente, en distintos casos relativamente cercanos a la realidad que nos enfrentaremos como futuros ingenieros comerciales. Las situaciones anteriormente descritas durante este ciclo de aprendizaje tenían como finalidad aprender a resolver las distintas situaciones a las que nos veremos enfrentados ante la evaluación de algún proyecto y con el conocimiento que hemos adquirido en este ramo, sabremos si es factible efectuar el proyecto o en su defecto realizar las correcciones pertinentes para mejorar su ejecución y puesta en marcha.

A medida que avancé en el desarrollo de este ramo, fui comprendiendo la importancia de manejar estos conocimientos, dado que las compañías, muchas veces obvian o no le toman el peso a la importancia del proceso de evaluación de un proyecto y he aquí donde se identifican o detectan a tiempo errores o fallas durante el proceso evaluativo, entonces, en este contexto, es posible encontrar las soluciones pertinentes cuya finalidad es prevenir, corregir o reducir lo máximo posible los efectos negativos que se podrían generar tras una puesta en marcha fallida de algún proyecto.



En síntesis, mi ciclo de aprendizaje culminó con variadas enseñanzas, entre ellas, comprendí que la evaluación de proyectos permite determinar la alternativa más efectiva y objetiva para poner en marcha un proyecto.

### **Aprendizajes previos**

Cuando recién comencé el desarrollo de este ramo ya poseía una base o conocimiento sobre un proyecto; desde el principio cuando surge la idea de llevar a cabo este, planificación y estructuración sistemática, evaluación y puesta en marcha.

Según mi conocimiento, un proyecto surge por la necesidad de dar solución a una problemática o crear oportunidades para generar nuevos ingresos. En este sentido, es necesario mencionar que todo proyecto está sujeto a una regla básica; costo / beneficio, es por esta razón que surge la necesidad de evaluar un proyecto previo a su aplicación y/o puesta en marcha, puesto que aventurarse y poner en marcha un proyecto sin antes ser evaluado es sumamente arriesgado y poco profesional, o por lo menos esta es la idea básica y lógica que tenía previo al análisis y desarrollo del ramo.

### **Problemática**

Como en cada desarrollo de un ramo, éste no fue la excepción y no estuvo exento de problemas que resolver. El ramo en sí no fue tan complicado de realizar, sin embargo, existieron ciertas dificultades para el desarrollo normal de este, por ejemplo, retomar los cálculos en las planillas de excel o realizar el trabajo grupal y que surgieran dudas o diferencias de resultados. Estas situaciones nos estresaron un poco por diversas razones, el grado de dificultad para la ejecución de las tareas encargadas, la distribución de las tareas en el trabajo grupal, coordinar el tiempo para desarrollar, corregir y subir a la plataforma los trabajos. Creo que dentro de los factores más influyentes en estas problemáticas puedo mencionar el estrés de fin de año, la ansiedad por terminar la carrera y la incertidumbre de los resultados de nuestros trabajos.

## **Resignificación**

Tras el desarrollo de este ramo puedo comprender que los proyectos surgen o se originan debido a la necesidad de dar solución a alguna problemática o la posibilidad de generar oportunidades de crecimiento y rentabilidad para la compañía.

Gracias a este ramo comprendí que todo proyecto debe ser evaluado para asegurar el éxito de la puesta en marcha y aplicación de este. Por otra parte, ahora tengo claridad sobre la importancia de llevar a cabo el proceso de evaluación en los proyectos, puesto que, por lo general, la mayoría de las empresas prestan atención a los resultados finales sin tomar en cuenta los factores incidentes y el proceso previo antes de llegar a los resultados finales. Es por esta razón que llevar a cabo un proceso de evaluación para un proyecto demostrará nuestro compromiso y profesionalismo con la compañía. Ahora comprendo que la evaluación de proyectos permite valorar objetivamente el riesgo, gasto, beneficio, recursos y/o elementos de la previa ejecución y puesta en marcha de un proyecto.

Para ir cerrando estos comentarios puedo señalar que gracias al conocimiento adquirido hoy sé que la evaluación de proyectos es una herramienta que permite obtener la información necesaria para tomar decisiones relativas a inversión.

## **Evidencias contextualizadoras**

### **Video clase semana 1**

El video anteriormente señalado describe básicamente la introducción a este ramo, además de los conceptos básicos que debíamos manejar, la idea o el objetivo de realizar una evaluación de proyecto, componentes y estructuración, etc.

Básicamente este video describe la importancia de la evaluación y asignación correcta de recursos, de modo que esta acción facilite la consecución de objetivos.

En este sentido, este video me ayudó a comprender como la evaluación de proyectos reduce las dudas sobre la satisfacción de una necesidad o la oportunidad latente de un negocio que logre rentabilizar las inversiones de la compañía. Por esta razón es importante señalar que conocer y comprender la evaluación de proyectos de tal modo que seamos capaces de aplicarlos durante cada una de las etapas del proyecto, dado que este procedimiento juega un papel fundamental, ya sea por permitir modificar y

corregir errores detectados con el fin de facilitar el cumplimiento de las actividades programadas y el alcance de los objetivos planteados por la compañía.

**Adjunto el link de evidencia anteriormente señalada**

<https://virtual.uniacc.cl/course/view.php?id=28508>

## Actividad Lúdica N°1

Mi proyección académica hacia el futuro es ser un profesional altamente preparado gracias al aprendizaje académico de la carrera de ingeniería comercial que la Universidad UNIACC imparte; a través de los distintos materiales de apoyo entregados por la institución, mis docentes guías y mi propia gestión académica; reforzando y adquiriendo nuevos conocimientos replanteando, resignificando y problematizando situaciones cotidianas tanto en el ámbito laboral como académico. Para lograr dicho objetivo, debo reforzar las debilidades y fortalezas reflejadas en el test de competencias.

### **Fortalezas:**

Responsabilidad y compromiso: Siempre cumplo con las actividades que se me asignan en la empresa y en cada actividad laboral, creo que soy parte importante del equipo de trabajo y de la misma empresa.

Proactividad: Intento iniciar actividades e incorporar nuevas sugerencias e ideas.

Adaptable: Ante cualquier situación de cambio, actúo con calma y cautela.

Empatía: Me pongo en el lugar del cliente y de mis compañeros de trabajo.

### **Debilidades**

Impulsivo e impaciente: En ocasiones, siento demasiada ansiedad por nuevos proyectos. Para mejorar dicha situación debo esforzarme en crear hábitos de organización y calma para evitar un desempeño defectuoso en mi labor como trabajador.

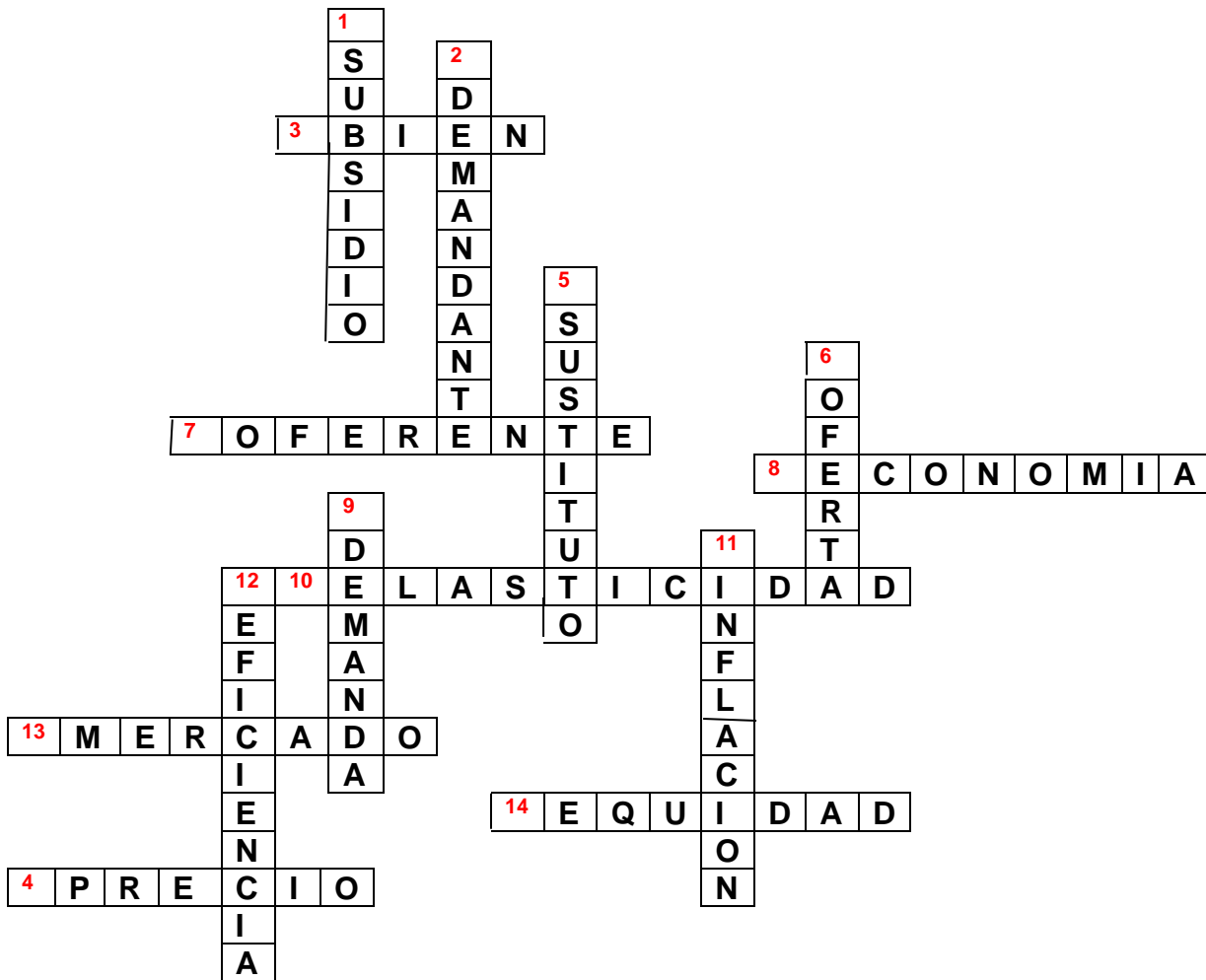
### **Áreas de oportunidad**

Atención a clientes: Poseo una vasta experiencia atendiendo clientes, conociéndolos e intentando satisfacer sus necesidades.

Logística y operaciones: Mis estudios previos y experiencia han contribuido a tener el conocimiento necesario para organizar y distribuir de manera correcta múltiples labores, productos y servicios.

Marketing: Me preocupo constantemente en captar la atención de los clientes a través de múltiples estrategias de venta y canales de difusión de información.

## Crucigrama Microeconomía



### Horizontales

- 3-** Elemento tangible destinado a satisfacer alguna necesidad
- 4-** Pago que se asigna para la obtención de un bien o servicio.
- 7-** Persona o empresa que brinda un producto o servicio.
- 8-** Ciencia que se ocupa de la manera en que se administran unos recursos que son escasos, con objeto de producir bienes y servicios y distribuirlos para su consumo entre los miembros de la sociedad.
- 10-** Sensibilidad con que reacciona la cantidad demandada u ofrecida ante variaciones en algunos de sus determinantes, permaneciendo constantes todos los demás.

**13-** Es toda institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos, se intercambian libremente.

**14-** Significa que está distribuyendo equitativamente los beneficios de esos recursos entre sus miembros.

### **Verticales**

**1-** Cantidad que se resta al precio del mercado.

**2-** Persona o empresa con el interés de adquirir un producto o servicio.

**5-** Bien que puede satisfacer la misma necesidad que otro.

**6-** Cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a vender a distintos precios dentro de cierto periodo, al mantenerse constantes otros factores distintos al precio.

**9-** Cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a comprar a distintos precios dentro de un cierto período, al mantenerse constantes otros factores distintos del precio.

**11-** Es el crecimiento generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios de una economía.

**12-** Significa que la sociedad está sacando el mayor provecho posible a sus recursos escasos.

## Actividad Lúdica N° 2

### Sopa de letras perfil de egreso

I	A	R	C	O	M	P	E	T	I	T	I	V	O	I
G	P	V	M	L	A	N	O	I	S	E	F	O	R	P
R	E	D	I	L	C	O	M	E	R	C	I	A	L	N
C	V	S	E	T	A	M	D	M	C	C	D	T	E	N
A	N	O	I	S	A	N	E	P	C	O	R	G	P	N
N	O	A	N	N	E	R	C	R	A	A	O	N	I	E
A	I	D	E	L	T	V	T	E	C	C	S	M	M	S
L	C	A	L	L	I	E	S	S	I	A	F	O	A	I
I	A	R	G	O	C	N	G	A	I	E	D	E	A	C
T	M	I	I	O	O	R	C	R	D	N	E	O	O	I
I	R	M	A	I	I	I	N	I	A	D	I	R	A	D
C	O	M	T	P	O	C	O	A	I	L	L	M	D	R
O	F	S	I	N	E	E	T	L	S	E	E	A	D	N
A	E	P	E	C	R	E	A	T	I	V	O	L	A	A
G	M	S	E	X	O	S	T	E	M	O	M	A	T	S

<b>Palabras por encontrar</b>		
<b>COMERCIAL</b>	<b>FORMACION</b>	<b>PROFESIONAL</b>
<b>ANALITICO</b>	<b>MIRADA</b>	<b>INTEGRAL</b>
<b>ADMINISTRATIVA</b>	<b>LIDER</b>	<b>ETICO</b>
<b>CREATIVO</b>	<b>EMPRESARIAL</b>	<b>NEGOCIACIONES</b>
<b>MERCADO</b>	<b>COMPETITIVO</b>	<b>GESTION</b>

## **Conclusión**

Al realizar esta actividad lúdica tuve la capacidad analizar y descubrir una serie de características y conceptos asociados al perfil de egreso como futuro ingeniero comercial titulado de la Universidad UNIACC, un profesional distinguido por estar preparado con una formación sólida altamente calificado para el mundo laboral, preparado para enfrentar distintas problemáticas que se presenten durante el desarrollo de sus funciones, un profesional capacitado para ejercer funciones en cualquier área de la empresa, tales como administrativa, marketing, contabilidad, finanzas, gestión comercial, etc.

Sin lugar a duda fue una actividad bastante dinámica, puesto que, durante el desarrollo de la actividad en sí, tuve la capacidad de replantear varios conceptos sobre las características y funciones ligadas al egreso de la carrera, dándome una percepción externa sobre mis capacidades como futuro ingeniero comercial.



## Actividad lúdica N°3

**Paso 1. Selecciona una imagen de un pensador e investiga sobre su aporte a la educación.**



Fuente: [https://sites.google.com/site/compendiopedagogico/\\_/rsrc/1408592800753/maria-montessori/MARIA.jpg](https://sites.google.com/site/compendiopedagogico/_/rsrc/1408592800753/maria-montessori/MARIA.jpg)

María Montessori fue la primera mujer en conseguir el grado de doctor en medicina en Italia, además de haber estudiado antropología, filosofía y psicología. Tras licenciarse en medicina comienza su vida laboral como ayudante en la cátedra de psiquiatría, especializando su atención en niños con discapacidad y he ahí donde descubre lo importante de una atención pedagógica más que médica.

En el año 1907 María Montessori funda la “**Casa dei Bambini**” una propuesta educativa humanista que transformó el concepto tradicional de la educación.

Dentro de los aportes a la educación que más destacan podemos nombrar la reestructuración de las salas de clases, incorporando asientos y mesas de distinto tamaño donde los participantes tienen la capacidad de escoger sí se integran a la clase de manera individual o grupal. Combinar a los estudiantes en distintos rangos etarios; pudiendo ser éstos hasta 3 años de diferencia.

Incorporar distintos materiales al modelo de aprendizaje. Los materiales utilizados para el proceso de aprendizaje se van entregando al alumnado según la atención y los intereses de cada uno, dependiendo de la evolución educativa que vaya adquiriendo.

Dejar hacer y observar: Durante este proceso, el docente sólo supervisa el proceso de aprendizaje del alumno, de este modo, el docente solo se limita a fomentar activamente la participación y el aprendizaje del alumno.

**Paso 2. Interiorízate en sus ideas y pensamientos, eligiendo uno de ellos con el fin de relacionarlo a la experiencia en el aula.**

Creo que relacionando el método de aprendizaje de María Montessori a nuestra situación como estudiantes es bastante similar; la idea de dejar hacer y observar, dado que nuestra educación está enfocada en el desarrollo y la participación individual de cada alumno; el docente se limita a entregarnos el material de apoyo, instruir labores y responder nuestras dudas o consultas.

**Paso 3. Escoge una cita del pensador que te haga sentido de acuerdo con tu experiencia de aprendizaje.**

***“La mayor señal del éxito de un profesor es poder decir: Ahora los niños trabajan como si yo no existiera.”***

**Paso 4. Establece una breve reflexión al respecto, dando ejemplificaciones y argumentando claramente al respecto.**

El método educacional de María Montessori es aplicado hasta hoy en nuestros días, donde se puede apreciar la autonomía y el desarrollo cognitivo de los niños, así como la creatividad y libertad para con los objetos a su alrededor.

Este método educacional llevado a nuestra Universidad tiene bastante similitud, dado que la educación impartida por esta es una metodología de educación autónoma y autodidacta, fomentando la iniciativa e independencia del estudiante.

## **Conclusión**

Tras el desarrollo de este trabajo puedo concluir que el método de enseñanza de María Montessori se destaca hasta hoy en día, un tipo de educación basado en la evolución de aprendizaje de cada estudiante, dicho concepto es obtenido gracias a la manera en la cual el estudiante se adapta y desenvuelve en el entorno que lo rodea. Este método de aprendizaje se caracteriza por motivar e impulsar a los estudiantes a ser autónomos y autosuficientes, en este sentido el docente pasa a ser un ente observador, instruyendo y entregando las herramientas necesarias para que el estudiante tenga la capacidad de enfrentarse a diversas situaciones.

## Actividad Lúdica Grupal (Hito 3)

- 1- Realicen una descripción breve respecto a la elección, explicando el argumento principal del libro o película.

### Desarrollo

La película **“Pasante de moda”** comienza con el jubilado Ben Whittaker (Robert De Niro) grabando un video para una entrevista laboral, este puesto laboral consiste en una pasantía como becario en un programa comunitario de inclusión para adultos mayores ofrecido por una compañía llamada “A la Medida”, empresa dedicada a la venta de ropa de moda, dicha tienda se especializa en el comercio y ventas online vía web.

El desarrollo de esta película se lleva a cabo en un ambiente laboral caracterizado por colaboradores, que, en su mayoría, son jóvenes acostumbrados al nuevo ritmo laboral que las empresas poseen en la actualidad. Es normal apreciar en el desarrollo de las labores cotidianas de los trabajadores el uso de la tecnología, innovación, desarrollo, redes sociales, etc.

Jules Ostin (Anne Hathaway), quién es la dueña de la empresa, debe aceptar que Ben sea su pasante (una especie de asistente personal), la situación resulta un tanto incómoda para ambos, puesto que por una parte Jules, como fundadora de la empresa está acostumbrada a ser independiente y tomar sus propias decisiones, mientras que Ben es un trabajador acostumbrado al método tradicional, intentando adecuarse al actual mundo laboral y el uso de la tecnología que este exige.

Conforme la trama se va desarrollando, podemos apreciar como Ben se vuelve cada vez más cercano a Jules y vemos el grato ambiente laboral que se va fomentando con el pasar de los días.

El enfoque principal de esta película es destacar como la empresa “A la Medida” va adquiriendo mayor notoriedad y crecimiento en el mercado, dicha situación provoca que Jules deba tomar una decisión respecto al futuro de su compañía, puesto que los inversionistas creen que la compañía debe tener al mando a una persona mejor

preparada, con más capacidades profesionales y, a su pensar, Jules es una emprendedora capaz, pero sin preparación.

La situación anteriormente descrita se justifica debido al crecimiento de la compañía, esta situación acarrea consigo una serie de decisiones claves para mantener el éxito de la empresa y continuar con la expansión de esta, Jules ha perdido el control de ciertas situaciones; como fallas en las entregas o la calidad de los productos, por tales situaciones, entre otras, los inversionistas deciden imponer que se contrate un CEO, con el fin de subsanar estos detalles y profesionalizar a la empresa.

**2- Desarrollen una reflexión considerando el aprendizaje esperado y la relación con el perfil de egreso de la carrera de Ingeniería Comercial.**

El desarrollo de esta película contrastado con el perfil de egreso de la carrera de ingeniería comercial se puede apreciar claramente a una persona emprendedora con las cualidades necesarias para liderar un grupo de colaboradores y llevar a una compañía al éxito.

Jules es una mujer apasionada y enfocada en su trabajo, con ideas, visión y capacidad de liderazgo; cualidades compartidas por el ingeniero comercial de la Universidad UNIACC; preparado para enfrentar al mundo laboral con una sólida formación profesional enfocada en diversas áreas de una compañía entre las cuales destacan el área de finanzas, recursos humanos, gestión comercial, marketing empresarial, etc.

Gracias a la preparación profesional, nuestro perfil de egreso se caracteriza por entregarnos las herramientas necesarias para enfrentar el actual mundo laboral, con un enfoque dirigido hacia el liderazgo y la toma de decisiones, capacidad analítica y resolutiva, gestión de procesos comerciales, estrategias de marketing, etc.

Por otro lado, el ingeniero comercial de la Universidad UNIACC se caracteriza por estar preparado para utilizar las nuevas herramientas tecnológicas, tanto sus usos como aplicaciones y desarrollo. En síntesis, gracias a la Universidad UNIACC podemos decir que nuestro egreso destacará por salir como profesionales altamente competitivos y preparados para enfrentar el actual mundo laboral y los constantes desafíos que este nos presente.

## Actividad lúdica N°1 (Hito 4)

**Paso 1.** Selecciona un tópico o tema relacionado a una de las asignaturas cursadas en este semestre.

**Paso 2.** Representa a través de un **cuadro T** el tópico o tema elegido, para ello se debe establecer el sentido de la comparación, identificando los elementos a comparar.

**Paso 3.** Realiza la comparación planificada según las indicaciones, recuerda añadir al cuadro una fila por cada característica, semejanza o diferencia que se encuentre entre ambos, cada ítem en cada columna debe tener su correlato al lado.

### Dirección y Liderazgo (Taller de Habilidades Directivas)

DIRECTOR	LÍDER
- IGNORA LAS NECESIDADES, SOLICITUDES O APORTES DE SU EQUIPO.	- PRACTICA LA ESCUCHA ACTIVA, TOMANDO EN CUENTA Y ESCUCHANDO A LOS MIEMBROS DE SU EQUIPO.
- ACTÚA COMO UN ENTE AUTORITARIO.	- ACTÚA DEMOCRÁTICAMENTE.
- PUEDE GENERAR TEMOR O FALTA DE MOTIVACIÓN DENTRO DEL EQUIPO DE TRABAJO.	- ES CAPAZ DE GENERAR CONFIANZA Y ENTUSIASMO EN EL EQUIPO DE TRABAJO.
- EJERCE CONTROL E INDIVIDUALISMO, TRATANDO DE DIRIGIR Y MANEJAR TODOS LOS PROYECTOS.	- DELEGA, OTORGA RESPONSABILIDADES Y LIBERTADES AL EQUIPO DE TRABAJO PARA TRABAJAR EN CONJUNTO.
- ORDENA A LOS COLABORADORES A REALIZAR LAS LABORES SEGÚN SU PROPIO CRITERIO.	- INFLUYE EN EL EQUIPO DE TRABAJO PARA QUE LAS LABORES DE TRABAJO SEAN REALIZADAS ADECUADAMENTE.
- ANTE LA EXISTENCIA DE ERRORES BUSCA ALGÚN RESPONSABLE.	- SOLUCIONA LOS PROBLEMAS Y REPARA LOS ERRORES.
- PRESUME LOS LOGROS DEL TRABAJO EN EQUIPO COMO PROPIO.	- COMPARTE LOS ÉXITOS DEL EQUIPO DE TRABAJO.

Fuente: Elaboración propia.

**Paso 4.** Establece las conclusiones una vez terminadas la comparación.

## Conclusiones

Tras haber desarrollado el cuadro T, puedo señalar que es importante reconocer las diferencias existentes entre un director y un líder.

- El director es aquella persona que posee autoridad o poder sobre el equipo de trabajo, cuya finalidad es instruirlos cuando realizan las obligaciones laborales correspondientes.
- El líder es aquel que encabeza o dirige un equipo de trabajo, motivándolos a realizar sus obligaciones laborales según sus propias capacidades y fortalezas.
- El director es visto como una figura autoritaria, el cual ejerce o utiliza su posición de poder con respecto al equipo de trabajo.
- El líder es visto como un guía, es una persona reconocida por su habilidad para influir positivamente en el equipo de trabajo, más allá del cargo que ocupa dentro de la empresa.
- El director se caracteriza por ser una persona que no tiene la capacidad de conectar con el equipo de trabajo.
- Un líder es una persona que conecta con su equipo de trabajo, de tal modo que su equipo de trabajo lo ven como un miembro más del equipo con el que pueden contar.
- El director es una persona que muchas veces presume los logros del equipo como propios, por ende, los subordinados los ven como una persona falto de empatía y egocéntrico.
- El líder reconoce y comparte los éxitos con el equipo de trabajo, por esta razón los colaboradores se sienten cómodos al cumplir con sus obligaciones laborales, dado que ven que su esfuerzo es valorado y reconocido.

## Actividad Lúdica N°2 (Hito 4)



Fuente: Elaboración propia.



**Entregar, recibir y compartir conocimiento gracias a la experiencia adquirida a través del tiempo.**

El ramo Taller de Habilidades Directivas me ayudo bastante a comprender las múltiples características que debe poseer una persona para llegar a ser un buen líder y guiar exitosamente al equipo de trabajo.

En primer lugar, decidí exponer las manos abiertas, dichos elementos representan la predisposición a la entrega y recepción. Posicionadas en la parte inferior del dibujo, con el fin de representar la base con la que debe contar un líder, una base sólida y dispuesta a recibir y entregar conocimientos, manos dispuestas a trabajar en equipo.

Seguidamente se encuentra el reloj de arena, dicho elemento fue escogido por que representa tiempo, orden y organización. Cada grano de arena es independiente, pero en grupo conforman un conjunto esencial para el buen funcionamiento del elemento principal.

Contextualización: Un reloj de arena es un dispositivo mecánico que se activa y funciona correctamente si es accionado y supervisado regularmente por una persona. A diferencia de un reloj digital, un reloj de arena funciona durante un periodo de tiempo determinado, además, es un dispositivo que funciona gracias a una gran cantidad de unidades que trabajan en conjunto para su correcto funcionamiento. Tal como en una empresa, si el trabajo de un equipo no es supervisado y dirigido regularmente por un buen líder, llegará un punto que su funcionamiento se estancará, por esta razón es importante contar con los conocimientos necesarios para lograr mantener activo y en funcionamiento constante al equipo de trabajo.

Finalmente decidí representar el conocimiento a través de un cerebro, dicho órgano es el encargado de controlar y coordinar el resto de los componentes. En este sentido, dicho elemento manifiesta y/o representa la capacidad con la cual debe contar un líder para controlar, dirigir y coordinar el resto de los componentes y finalmente, el trabajo estructurado y coordinado de este conjunto dará como resultado un correcto funcionamiento del equipo.

## **Actividad disciplinar N° 1**

### **Introducción**

Durante el desarrollo de este trabajo intentaré exponer de manera clara y precisa la problematización, cuáles son los principales síntomas que nos sacan de nuestra zona de confort y llevan nuestros conocimientos a resolver situaciones complejas. Durante mi proceso de aprendizaje, he podido replantear la situación anteriormente descrita, dando un enfoque más profesional a mi análisis sobre las distintas situaciones que afectan a la empresa; y en gran medida gracias a los ramos impartidos por la Universidad UNIACC, he adquirido herramientas necesarias para identificar y analizar los problemas que impiden el crecimiento y desarrollo de la empresa.

### **Problematización**

En esta segunda etapa del Portafolio digital, abordaré como principal problemática la disminución en las ventas de la empresa en la cual me desempeño hace más de un año: “Serviteca Red Barrera Good Year” (Sucursal Melipilla).

Dada la contingencia sanitaria, el estallido social, la inflación a nivel mundial y los problemas de competencia, es que mi empresa ha presentado una disminución en las ventas de los productos y servicios que comercializamos como Serviteca Red Barrera Good Year Melipilla. Tal situación ha generado diversos problemas que han afectado de manera evidente tanto los salarios de los colaboradores como en la liquidez de la empresa. Dicha situación ha dejado en evidencia una verdadera problemática que enfrentan las compañías tanto a nivel nacional como internacional y nuestra empresa tampoco ha quedado exenta de tal situación. Los esfuerzos nuestra empresa por mantener el mismo nivel calidad y buen servicio se han visto afectados por diversos agentes que no permiten nuestro normal funcionamiento y nivel de atención con nuestros clientes. Al ser una empresa enfocada en la venta de productos y servicios automotrices, es fundamental que contemos con un stock importante de productos. Contextualizando esta situación; Red barrera Good Year, es una empresa nacional enfocada en la venta de productos y servicios automotrices, la cual importa

directamente desde el extranjero neumáticos, baterías y lubricantes y ante una de las mayores crisis sanitarias vividas a nivel mundial en este último tiempo, se han visto troncadas todas las importaciones de dichos productos, lo cual nos ha generado un importante quiebre de stock de productos, si bien es cierto, nuestra empresa cuenta con siete sucursales a nivel país, sucursales de las cuales tenemos la facultad de solicitar traslados internos de productos para cubrir las demandas de productos solicitados por nuestros clientes, sin embargo solicitar dichas “requisiciones internas” dejan sin stock a las sucursales de las cuales se despachan los productos solicitados. Hasta un par de meses atrás, hemos tenido mercadería estancada en puertos de China y Chile.

La actual situación sanitaria a nivel mundial ha afectado a las distintas ramas de las empresas, ya sean las del sector primario, secundario o terciario, empresas de manufactura y de ventas de productos, entre otras.

¿Cuáles han sido las principales causantes de que se haya producido esta problemática en la empresa?

Como factor principal, la crisis sanitaria ha derrumbado el comercio a nivel nacional, al no ser nuestra compañía una empresa de primera necesidad nos vimos afectados a la restricción de atención a clientes, prohibición de funcionamiento en fases de desarrollo crítico, restricción con el traslado de mercaderías, etc.

El caucho, uno de los principales componentes y materia prima esencial para la fabricación de los neumáticos, que además es uno de los productos de mayor demanda que trabajamos como empresa, tuvo una importante alza en el primer trimestre de este año, además en el alza del precio del dólar, repercutió de sobre manera en el valor de nuestros neumáticos, valor que generó un alza de un 10% promedio en el precio de los productos anteriormente mencionados.

El rubro de las servitecas, en la actualidad se ha visto afectado, además por la entrada de nuevos competidores, desde negocios ligados al mercado automotriz hasta los supermercados que promocionan en sus estantes productos automotrices (aceites, baterías y neumáticos).

Al existir exceso de dinero circulando en el país, una alta demanda de productos y una baja de stock, provoca por defecto la llamada inflación nacional. El actual aumento en la inflación del país ha acarreado consigo un alza importante, no tan solo en el valor de los

productos que comercializamos, sino, que también, en el valor de los servicios que prestamos como empresa de mantenimiento automotriz.

Al evidenciar todas estas problemáticas, creo que es sumamente necesario realizar acciones para contrarrestar tales situaciones; Establecer estrategias de venta, generar nuevas carteras de clientes, retomar clientes antiguos, formular nuevas ofertas, descuentos, convenios, entre otros.

El objetivo general del análisis de esta problematización es explicar la manera en cómo podré dar una solución a la problemática anteriormente expuesta; Al haber sido analizada la situación actual de la empresa y los factores externos, podemos decir que ya contamos con un estado global o total de la empresa, entonces se puede deducir que la empresa debe tomar acciones necesarias para que sus ventas vayan incrementándose progresivamente. Para lograr alcanzar este objetivo, es necesario establecer objetivos específicos, este conjunto de acciones resultará en el alcance de los resultados esperados por la empresa. En mi empresa, el aumento en las ventas resulta fundamental para todos nuestros colaboradores, debido que la mayoría, complementa sus rentas gracias a las comisiones y el aumento de estas. Los principales objetivos que debemos cumplir para alcanzar el objetivo principal son:

-Lograr ser una empresa reconocida por el público objetivo, apuntando al consumidor del mercado automotriz.

-Comercializar nuevos productos, innovar constantemente según las demandas del consumidor

- Ampliar la cartera de clientes, buscar nuevos mercados y ofrecer nuevos servicios.

-Optimizar el embudo de conversión, aumentar el flujo de clientes y disminuir la deserción de estos.

- Fidelidad de los clientes, mantener la atención del cliente para que se vuelva cliente habitual.

- Ofrecer nuevas estrategias de venta, adaptando el negocio a las condiciones que se adecúen a la actual situación comercial de las empresas, por ejemplo, potenciar las ventas online.

Al lograr el cumplimiento de estos objetivos, lograremos alcanzar nuestro objetivo general; incrementar las ventas.

La importancia de invertir en recursos en analizar la problemática que afecta a la empresa es dejar en evidencia la problemática que la afecta y particularmente en mi empresa, intentar establecer por que la disminución en las ventas. Gracias a este análisis se podrá establecer e implementar estrategias que ayuden a subsanar y en su defecto, solucionar la actual problemática que afecta a la empresa, además, llevar a cabo un análisis dentro de la empresa contribuirá a que esta logre funcionar a su máximo potencial.

Debido a la problemática que afecta a la compañía, existen diversos factores que impiden el funcionamiento normal y el crecimiento de esta; falta de trabajo en equipo, desmotivación, disconformidad, en fin, son muchos los efectos que inciden el progreso y alcance de objetivos de la empresa; disminución en las ventas, en los sueldos, quiebres de stock, etc.

La importancia de realizar este portafolio es analizar la actual situación vivida por mi empresa, además, gracias a este análisis, al progreso en mis estudios y como efecto positivo, podré ir aplicando los conocimientos adquiridos durante mi desarrollo como profesional y dentro de la misma compañía dar solución a esta problemática que nos afecta.

## **Reflexión**

Este análisis sobre la actual situación a nivel global, ha dejado en evidencia la necesidad de abordar los problemas que debemos enfrentar a diario como futuros ingenieros comerciales, teniendo en cuenta la preparación que debemos poseer para dar solución a estos problemas, ¿cómo podemos dar solución a estas problemáticas?, ¿de qué manera debemos prepararnos para enfrentar el futuro laboral al que no veremos enfrentados?, ¿con que herramientas cuento actualmente para enfrentarme a

tales situaciones?, ¿cuáles son los conocimientos que debo adquirir o reforzar para mejorar mi actual situación como estudiante y más aún, como profesional?.

En síntesis, espero que a lo largo del desarrollo de este portafolio logre aclarar esta serie de interrogantes y este mismo sirva también como guía para desarrollar mis habilidades y conocimientos a través de su estructura orientada a la formación de profesionales capaces y preparados para enfrentar las distintas problemáticas a las que me vea enfrentado.

## **Conclusión**

Al finalizar el desarrollo de este trabajo pude evidenciar los múltiples problemas a los cuales se han visto enfrentadas las empresas durante este último periodo, mi empresa en particular también ha enfrentado estas situaciones y este desarrollo contribuyo a responder y aclarar una serie de dudas que fueron la base de este trabajo; cual es el problema principal, sus causales y posibles soluciones, etc.

En síntesis, el desarrollo de este trabajo ha potenciado mi capacidad de detección, reconocimiento y análisis de los problemas relacionados que afectan al desarrollo, el correcto desempeño y el alcance de los objetivos propuestos por la empresa.

## Actividad disciplinar N°2

Gracias a los conocimientos adquiridos he podido evidenciar ciertas problemáticas que se vienen arrastrando durante un tiempo en mi empresa.

Para contextualizar un tanto la problemática que deseo exponer, me veo en la necesidad de explicar el desempeño de mi cargo al interior de mi empresa. Dentro de mis funciones como jefe de servicios está la venta de productos y servicios, atención a clientes, gestión administrativa, operacional y logística, entre otras.

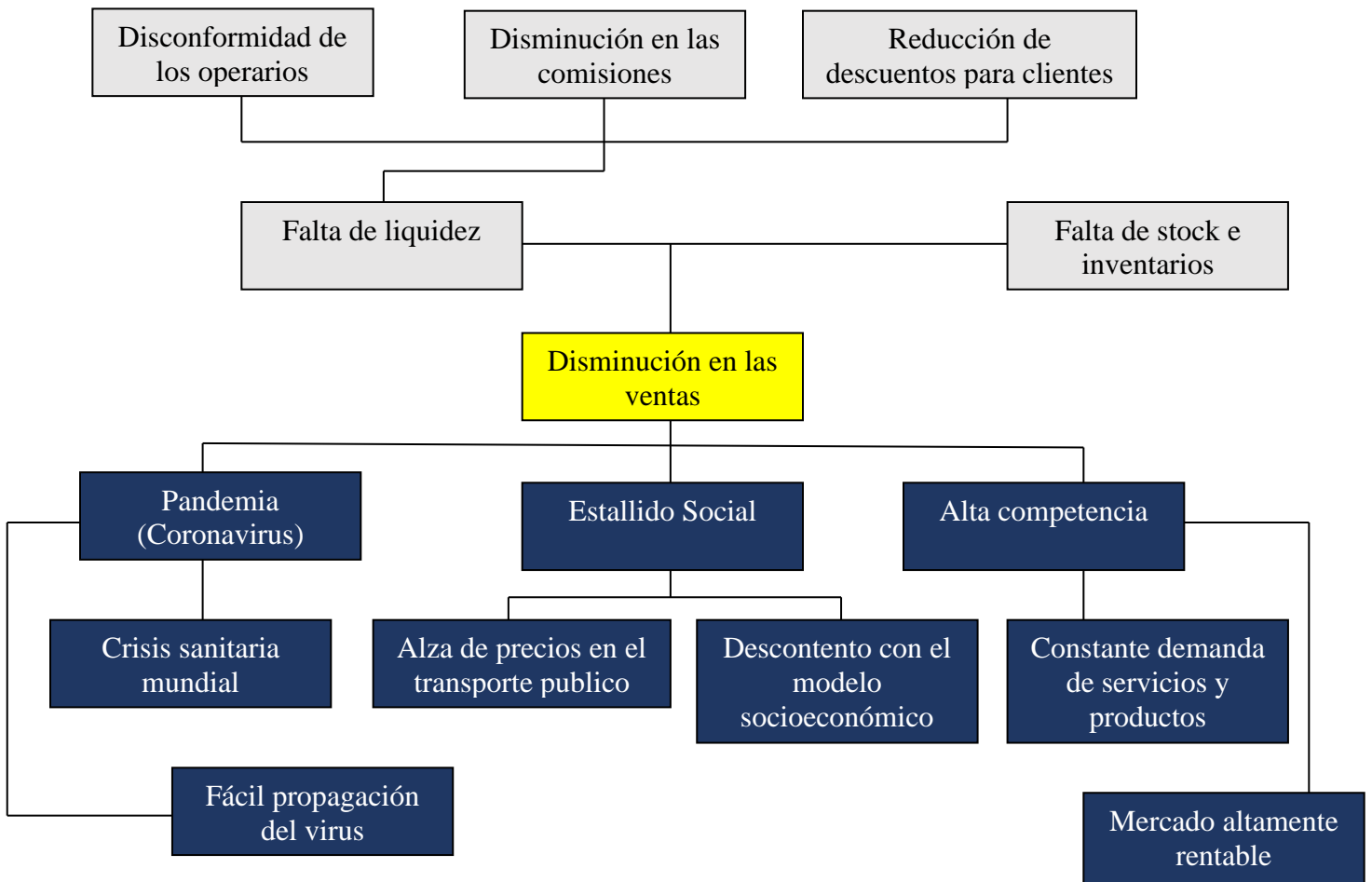
Una vez ocurrido el estallido social muchas empresas, pequeñas y medianas se vieron afectadas por dicho suceso, adicionalmente en marzo del año siguiente comenzamos a vivir una crisis sanitaria a nivel mundial, el coronavirus, ante estas situaciones particulares, además de la creciente y constante competencia, nuestra empresa ha presentado gradualmente una baja en las ventas. Producto de esta situación es necesario tomar medidas para volver a captar la atención de los clientes y retomar el nivel de nuestras ventas.

Según un estudio de mercado y fianzas realizado por la gerencia administrativa de nuestra compañía, en conjunto con el departamento de finanzas, tanto la demanda de trabajo como los ingresos de la empresa se han visto afectados en un porcentaje cercano al 30% en comparación a un año normal, gracias a estas cifras, fue que la compañía decidió poner en práctica diversas estrategias de marketing y ventas con el fin de retomar, tanto los niveles de producción, como los ingresos promedio de la empresa.

Entre los múltiples factores que han tenido incidencia en la baja cantidad de clientes y demanda de trabajo y productos que comercializamos, ha dejado su marca la inestabilidad económica que hemos vivido desde el comienzo de la pandemia, la falta de productos, debido al quiebre de stock producido por la crisis sanitaria y los problemas provocados por la problemática que se generó a causa de las restricciones para la importación de productos y, al ser nuestra empresa importadora directa de productos Good Year y productos similares, hemos visto mermadas nuestras inversiones y ganancias por tal situación; disconformidad tanto de los clientes como el

personal operario, bajo nivel en las ventas y la amenaza de la competencia, nos ha afectado a un nivel macroeconómico de sobremanera, restricciones, limitaciones y bajo nivel de crecimiento han sido uno de los principales resultados provocados por los incidentes anteriormente mencionados.

## Árbol de problemas



Luego de haber analizado la problemática que afecta a nuestra empresa, conociendo los factores incidentes, las principales causas y efectos de dicho suceso, es necesario decidir y establecer estrategias comerciales que ayuden a contrarrestar la situación de desequilibrio económico que nuestra empresa ha experimentado desde hace un par de años hasta la actualidad. Para llevar a cabo estas estrategias, es necesario contar con



los conocimientos correspondientes para dar una resolución a esta problemática que nos afecta tanto económica, como profesionalmente.

Dada la responsabilidad de mi cargo al interior de la empresa y las atribuciones que este mismo otorga, he decidido plantear una serie de estrategias comerciales con el fin de mejorar progresivamente las ventas de la empresa.

En primer lugar, y gracias a los conocimientos que he adquirido durante mi periodo como estudiante de ingeniería comercial, además de mi experiencia laboral he podido identificar los procesos administrativos, económicos y financieros que llevamos a cabo para concretar las transacciones comerciales que nuestra empresa comercializa.

Ahora para establecer las estrategias, una vez comprendida la problemática presente, podré enfocarme en establecer los pasos para llevar a cabo dicha acción; en primera instancia llevar a cabo estudios de mercado, realizar un análisis FODA y con estos resultados potenciar las fortalezas de nuestra empresa y aprovechar las oportunidades que provee el mercado, establecer estrategias de venta y marketing, mejorar la oferta para los clientes, etc.

Visualizar la problemática y establecer estrategias para intentar dar solución a esta misma, además de esperar ver resultados positivos en un corto plazo, son tareas fundamentales que debo dominar como futuro ingeniero comercial.

Al ser una compañía rodeada de una demanda constante de productos y servicios, debemos ofrecer y negociar con los clientes las mejores alternativas posibles todo esto con la finalidad de conservar a nuestros actuales demandantes y conseguir nuevos potenciales clientes.

Nuestra empresa ha cerrado recientemente un contrato de exclusividad con nuestra compañía proveedora de productos Good Year, donde como distribuidores de dichos productos, somos exclusivos vendedores de productos con ciertas particularidades (Neumáticos aro 21,22 y hasta 23), siendo distribuidores exclusivos de este tipo de neumáticos en dicha marca.

La amenaza de nuevos competidores es una realidad constante a la cual nos vemos enfrentados, sin embargo, hemos podido enfrentar tal situación gracias a nuestra trayectoria y prestigio.

La competencia existente, comercializa una variedad de productos diversa. Al igual que nuestra compañía, sin embargo, nos hemos caracterizado por ser pioneros en la aplicación e implementación de nuevos productos y servicios a nuestro catálogo de ofertas, al igual que la competencia, que renueva constantemente su stock de productos o servicios sustitutos.

El mercado automotriz posee una demanda constante, tanto de productos como de servicios, donde la rivalidad entre nuestros pares se vuelve cada vez más competitiva, donde cuesta cada vez más conservar y fidelizar al cliente, sin embargo, nuestra empresa ha logrado conservar y mantener su funcionamiento pese a lo agresivo de la competencia.

## **Conclusión**

Durante el desarrollo de esta actividad me fue posible establecer lo fundamental que ha sido adquirir estos nuevos conceptos, los cuales he asimilado durante todo mi proceso de aprendizaje, sin embargo, existen muchos términos que debo replantear y potenciar para convertirme en un futuro ingeniero comercial altamente capacitado y preparado para dar solución a cualquier problema que presente la compañía.

## **Actividad disciplinar N°3 “La búsqueda de alternativas”**

### **Introducción**

El funcionamiento de las empresas depende en gran medida de la correcta ejecución de los procesos y actividades laborales que se desarrollan en su interior éstas, las cuales deben ser realizadas de una manera sistemática, vale decir siguiendo cierto procedimiento que concluya con alcance de los objetivos.

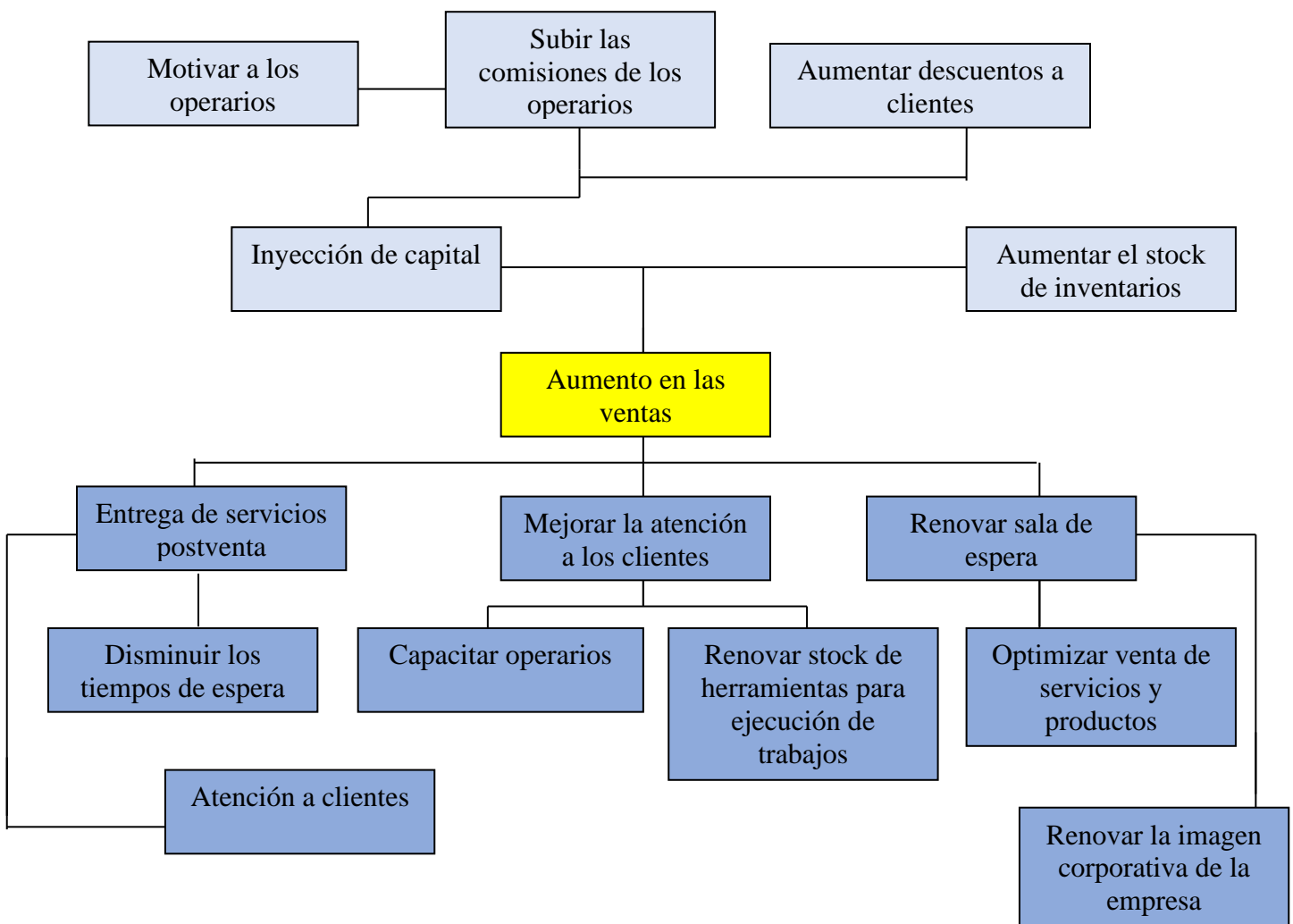
Con la existencia de factores incidentes que alteren el procedimiento normal de la empresa (ya sea al interior o fuera de ella) la compañía no logrará alcanzar los objetivos propuestos y el funcionamiento de esta no será el óptimo.

Ante esta situación he realizado una serie de investigaciones buscando alternativas para contrarrestar y subsanar tales situaciones.

## Desarrollo

- 1- Construye el árbol de objetivos, el cual debe responder a las acciones que se ejecutará frente a una situación problemática. Para ello se debe transformar el árbol de problemas las causas (raíces) en medios y los efectos (hojas) en fines, lo que guiará el análisis de alternativas logrando llevar los medios a estrategias.

### Árbol de soluciones



**2- Identifica las estrategias alternativas (del árbol de objetivos) las cuales deben contribuir a cambiar la Situación Actual a la Situación Futura “Deseada”.**

Ítem	Criterio 1 (Social)	Criterio 2 (Económico)	Criterio 3 (Financiero)
<b>Estrategia 1</b>	Adquirir productos para sanitizar y desinfectar la sala de ventas y loza de trabajo.	Valorizar y contabilizar el stock disponible.	Estabilizar precios acordes al valor mercado
<b>Estrategia 2</b>	Entrega de implementos de seguridad y salud a los clientes y el personal (mascarillas, dispensadores de alcohol gel, guantes de látex, etc.)	Realizar ventas de bodega, rematando stock estancado o de baja salida para tener rotación de inventario.	Recolectar el total de ventas del stock estancado para volver a invertir.
<b>Estrategia 3</b>	Habilitar e informar sobre las zonas sanitizadas incorporando afiches sobre las y normativas higiene y sanitización.	Renovar stock de productos y agregar nuevos servicios a nuestra parrilla laboral.	Inyección de capital fresco para adquirir nuevo stock y capacitar al personal.

**3- Establece indicadores de eficiencia y eficacia. Los indicadores identificarán evidencias que demuestran lo alcanzado, para ello es importante considerar que deben cumplir con los siguientes atributos:**

Indicador (%)	Tipo	Atributo
Aumento en las ventas	Eficacia	Práctico
Satisfacción de usuario	Eficiencia	Focalizado
Cumplimiento de objetivos	Eficiencia	Práctico
Capacitaciones del personal	Eficacia	Focalizado
Deserción laboral	Eficiencia	Independiente
Productos y servicios nuevos	Eficacia	Práctico
Valor de insumos adquiridos	Eficacia	Verificable objetivamente

**4- Realiza un FODA**

<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>
<p style="text-align: center;"><b>F</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Somos una empresa de trayectoria y prestigio.</li> <li>- Buena ubicación.</li> <li>- Personal capacitado.</li> <li>- Variada gama de productos y servicios.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alta demanda de productos y servicios.</li> <li>- Trafico constante de vehículos.</li> <li>- Aumento del parque automotriz.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>D</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Deficiente atención al cliente.</li> <li>- Las herramientas se guardan en lugares que no corresponden.</li> <li>- Demora en la entrega de los servicios.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>A</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alto índice de competencia.</li> <li>- Mas alternativas de servicios para los clientes.</li> <li>- Vehículos más sofisticados y tecnológicos.</li> </ul>

**Conclusión**

Tras el desarrollo de este trabajo puedo concluir que, una vez detectados los problemas, debemos enfocarnos en encontrar las soluciones y posibles alternativas para alcanzar los objetivos deseados. Con el desarrollo del árbol de objetivos, tenemos la capacidad de seleccionar aquellos medios que expongan estrategias viables para poder cambiar, modificar y mejorar la problemática expuesta.

## Actividad Disciplinar N°4 “Especificación de la alternativa de solución”

### Introducción

El siguiente trabajo de investigación tiene por objetivo llevar a cabo y/o estructurar un plan de mejora para nuestra empresa “**Serviteca Red Barrera Good Year**” (sucursal Melipilla), abordando la problemática que hemos identificado y descrito a lo largo del desarrollo de este portafolio.

En primer lugar, será descrito una propuesta de mejora enfocada en la problemática que presenta la empresa, la cual se centra en la **disminución en la venta de los productos y servicios comercializados por nuestra empresa**. Posteriormente se establecerá un plan de acciones referente al cumplimiento de metas y objetivos, luego se describirá la evaluación y el análisis de las acciones aplicadas del plan de mejora y finalmente, se realizará un mapa conceptual exponiendo los aspectos más relevantes descritos en el caso desarrollado.

### Desarrollo

**Paso 1. Diseña la intervención, esto significa programar las acciones, roles, recursos, decisiones, plazos, instrumentos, métodos, para llevar a cabo el proceso de mejora.**

Problemática: **Disminución en las ventas de los productos y servicios comercializados por la empresa.**

<b>Propuesta de mejora Objetivos</b>	<b>Métodos propuestos Herramienta - Heurística</b>	<b>Plazo Tiempo</b>	<b>Área Decisión</b>
Aumentar el stock disponible	Solicitar mayor cantidad de productos de los productos más demandados	Mediano plazo (1 a 5 años)	Administrativa

Mejorar atención al cliente	Capacitación al personal	Corto plazo (Menor a un año)	Operacional
Incentivar a los colaboradores	Aumentar el porcentaje de comisión	Inmediato	Finanzas
Potenciar la venta de productos y servicios	Aumentar oferta de servicios y stock de productos	Corto plazo (Menor a un año)	Comercial
Alcanzar un mayor número de potenciales clientes	Lanzar campañas publicitarias	Corto plazo (Menor a un año)	Comercial
Optimizar los tiempos de espera de atención y post venta	Selección de personal idóneo para la ejecución de cada servicio automotriz.	Inmediato	Operacional (área de ejecución de servicios y área de ventas de mesón)

**Paso 2. Desarrolla la intervención, esto significa la implementación. En este punto se debe considerar aspectos fundamentales, como la gestión, factibilidad instrumental de la estrategia, disponibilidad de recursos para su realización.**

Acción de mejora	Método ejecutado	Herramientas utilizadas	Objetivo
Aumentar el stock disponible	Se realiza inventario de bodega; segmentando el stock según fecha de fabricación y baja salida.	Planilla Excel	Cuantificar el stock y liberar espacio para almacenaje de nuevos productos.
Mejorar atención al cliente	Para los colaboradores del área operacional se realiza charla sobre atención al cliente y para supervisor de operaciones se dicta charla sobre manejo de personal.	Relatores: Jefe de local y Supervisor de patio	Entregar servicio de calidad a los clientes, de este modo fidelizarlos a la compañía.
Incentivar a los colaboradores	Se aumenta la tabla de comisiones en un piso más.	Solicitud escalada al área comercial y aprobada por esta.	Motivar a los colaboradores para que realicen las labores asignadas eficientemente.



Potenciar la venta de productos y servicios	Se renueva y modifican stands de muestra y showroom en sala de espera y atención al cliente.	Mostradores de exhibición entregados por proveedores y en su defecto, mostrando productos y servicios comercializados.	Aumentar progresivamente el número de ventas de productos y servicios.
Alcanzar un mayor número de potenciales clientes	Se realiza campaña de marketing de mayor impacto (ATL)	El Proveedor envía publicidad de temporada en telas, rolers y gigantografías.	Captar nuevos clientes, convertirlos en compradores y fomentar el reconocimiento de la empresa.
Optimizar los tiempos de espera y post venta.	Se decide asignar los servicios, según la pericia de cada colaborador. Se procede a realizar ventas directas en mesón de atención a clientes.	Supervisor se encarga de la asignación de tareas.	Reducir en tiempo de espera en la venta y entrega de productos y servicios.

**Paso 3. Realiza el seguimiento y evaluación de los resultados y logros, esto significa extraer lecciones aprendidas, revelar hallazgos, formular recomendaciones. Las evaluaciones de resultados refuerzan el seguimiento de resultados. Para ello realiza un enfoque cuantitativo y cualitativo.**

El enfoque principal de la empresa es alcanzar una serie de objetivos propuestos, para ello, es indispensable llevar un orden y planificación de las labores y roles de cada colaborador dentro de la compañía. Hacer uso de herramientas que proporcionen información referente al progreso será fundamental para monitorear y hacer un seguimiento de las actividades referentes al plan de mejora.

**Administrativa:** Se observa una operación estable, enfocada en un análisis cualitativo y cuantitativo sobre los ingresos, egresos, venta y comercialización de productos, obteniendo resultados tangibles y comparables sobre el stock

disponible de la empresa. Es posible percibir este crecimiento gracias al resumen de los cierres diarios.

**Operativa:** Es posible observar procedimientos más dinámicos; la distribución de labores según la pericia de cada colaborador proporciona fluidez y dinamismo a cada labor realizada, de este modo se aprecia una mejora significativa en la calidad del servicio y una reducción considerable en los tiempos de espera. Cada colaborador posee ciertas habilidades y se le asignan labores según su especialidad, se opta por dejar a dos expertos en neumáticos realizando labores asociadas a su experiencia y el resto de los mecánicos, realizar las labores asociadas a la mecánica automotriz.

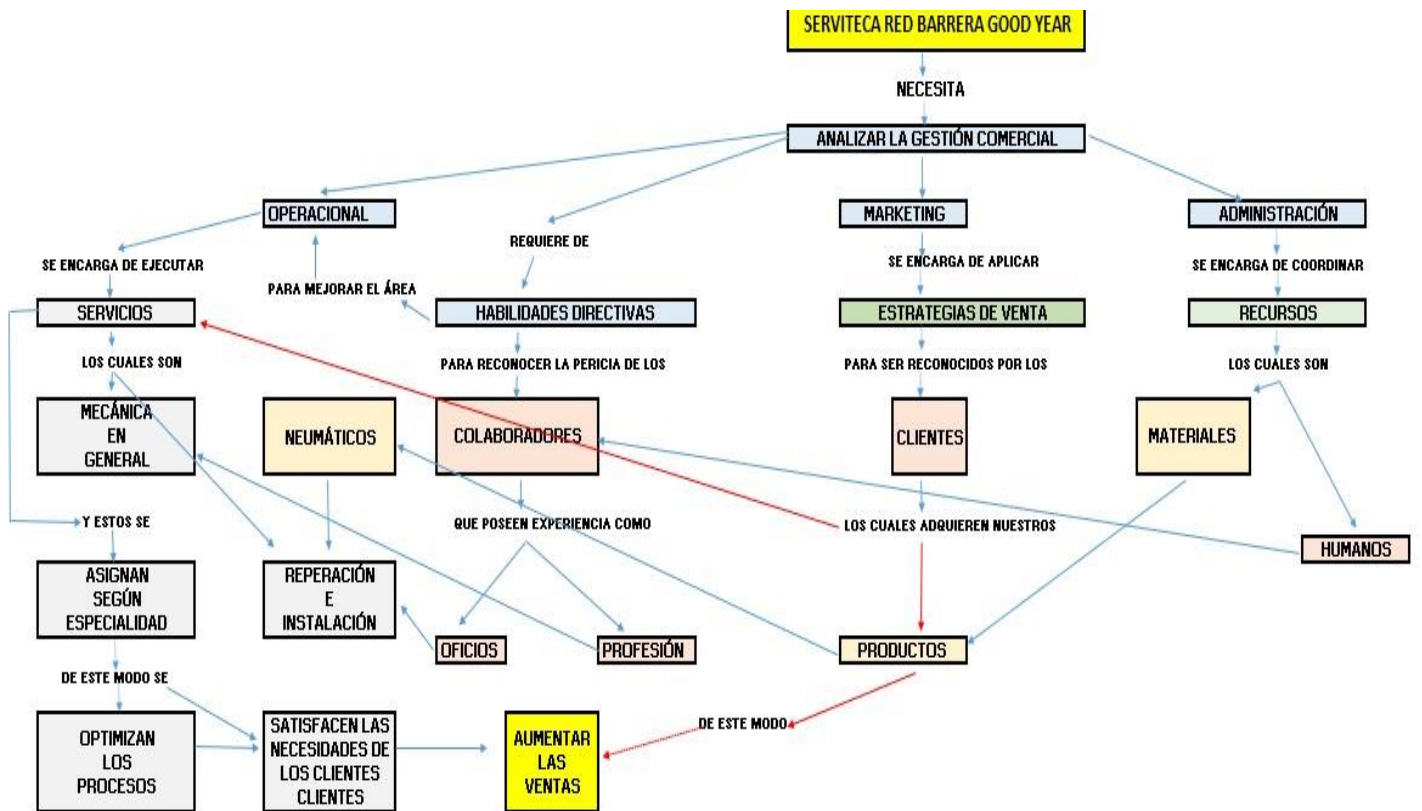
**Comercial:** Gracias al diseño de los objetivos propuestos, ha sido posible observar un mejoramiento progresivo en la venta y comercialización de productos y servicios. La propuesta de campaña ATL (above the line), renovación estructural y showroom, más la ubicación estratégica de la compañía, ha logrado cautivar a nuevo público objetivo. La instalación de letreros publicitarios y maquetas con repuestos automotrices ha logrado llamar la atención de nuevo público objetivo.

**Finanzas:** La planificación y administración financiera de la empresa ha logrado consolidar una economía estable dentro de la empresa, el incentivo por comisión ha impulsado un leve incremento en la demanda de productos y servicios por concepto de ventas de patio y mesón.

El programa corporativo (Maximise ERP) permite obtener un resumen sobre las ventas diarias y de este modo comparar y evaluar entre dos fechas distintas (día a día, mes a mes, año a año, etc.) de este modo podemos realizar un arqueo sobre el progreso de la empresa tras la aplicación de las estrategias propuestas.

**Paso 4. Desarrolla un mapa conceptual que integre los aspectos más relevantes de tu caso vistos en los 4 hitos.**

**Mapa conceptual.**



## **Conclusión**

Tras el desarrollo de este trabajo fue posible establecer la importancia de orientar los esfuerzos de una empresa en impulsar el desarrollo de estrategias y técnicas de mejora; fortaleciendo todas aquellas áreas que presenten deficiencias o fallas en su proceder, de este modo crear un modelo de negocios sólido y sustentable a lo largo del tiempo.

En síntesis, es importante impulsar los planes, estrategias y/o propuestas de mejora, puesto que dichas acciones contribuyen al éxito de la compañía.

Al aplicar un plan de mejora constante, será posible optimizar los procesos operacionales de la compañía, otorgando calidad y buen servicio a los clientes, agregando valor y reconocimiento a la compañía.

## Referencias bibliográficas

- Uniacc, (2019). *El Ciclo de Aprendizaje: La Problematización como estrategia para el logro de aprendizajes significativos*. Apunte de clase., Portafolio Digital 1, Vicerrectoría Académica, Universidad UNIACC.
- UNIACC (2016). *Problemas económicos de la sociedad*. Introducción a la economía. Lea esto primero (Semana 2). UNIACC (2015). *Las Organizaciones y la Historia de la administración*.
- UNIACC (2015). *Etapas y subsistemas de la administración*. Lea esto primero (Semana 2).
- Bocaz, C. (2019). *Variables aleatorias: Discretas y Continuas*. Apunte de clase Semana 1, Estadística Aplicada, Universidad UNIACC.
- UNIACC (2015). *Conceptos, clasificación y sistemas de costos*. Costos y Presupuestos. Lea esto primero (Semana 1).
- Uniacc, (2019). *El Ciclo de Aprendizaje: La Problematización como estrategia para el logro de aprendizajes significativos*. Apunte de clase., Portafolio Digital 1, Vicerrectoría Académica, Universidad UNIACC.
- González, M. (2013). *Enseñar a pensar: desafío ético de la educación crítica*. Santiago: Universidad academia de humanismo cristiano.
- Flórez Ochoa, R. (2005). *Autorregulación, metacognición y evaluación*. Acción Pedagógica. 9(1): 4-11, 2000. Mérida: D - Universidad de los Andes Venezuela.
- Osses, S; Jaramillo, S. (2008). *Metacognición: un camino para aprender a aprender*. Estudios pedagógicos (Valdivia), 34(1), 187-197.

- Benavides, Pañeda, R. (2013) Administración (2a. ed.). México: McGraw-Hill Interamericana. Capítulo 2 Planeación. Páginas 37-45.
- Varela, R. (2014) Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas (4a. ed.), Distrito Federal: Pearson Educación, Capítulo 6 De cero a la oportunidad de empresa. Páginas 255-263.
- <https://www.uber.com/es-CL/blog/conoce-que-es-uber-chile/>
- <https://cnnespanol.cnn.com/2020/05/18/uber-ha-reducido-el-25-de-su-personal-desde-que-comenzo-la-pandemia-de-coronavirus/>
- <https://www.uber.com/cl/es/>
- Gallardo, F.(2020) Conceptos básicos del problema económico. Apunte de clase semana 1, Microeconomía, Universidad UNIACC.
- Gallardo, F. (2020) La oferta, la demanda y el mercado. Apunte 1 de clase semana 2, Microeconomía, Universidad UNIACC.
- Gallardo, F. (2020) Aplicaciones de la oferta y la demanda. Apunte 1 de clase semana 3, Microeconomía, Universidad UNIACC.
- Gallardo, F. (2020) La Producción. Apunte de clase semana 4, Microeconomía, Universidad
- <http://www.spensiones.cl/portal/institucional/594/w3-channel.html>
- <https://www.energia.gob.cl/>
- Gallardo, F. (2020) La oferta, la demanda y el mercado. Apunte 1 de clase semana 2, Microeconomía, Universidad UNIACC

- Gallardo, F. (2020) El equilibrio de mercado. Apunte 2 de clase semana 2, Microeconomía, Universidad UNIACC.
- Uniacc, (2019). El Ciclo de Aprendizaje: La Problematicación como estrategia para el logro de aprendizajes significativos. Apunte de clase., Portafolio Digital 1, Vicerrectoría Académica, Universidad UNIACC.
- Rinsche, A. (2018). Fundamentos y principios del Marketing digital. Apunte de clase semana 1, E-Marketing, Universidad UNIACC.
- Gallardo, F. (2017). Conceptos previos. Desarrollo Económico. Lea esto primero (Semana 1).
- UNIACC (2015). Ética y Moral. Ética y Responsabilidad Social. Lea esto primero (Semana 1).
- Uniacc, (2019). El Ciclo de Aprendizaje: La Problematicación como estrategia para el logro de aprendizajes significativos. Apunte de clase., Portafolio Digital 1, Vicerrectoría Académica, Universidad UNIACC.
- <https://redbarrera.cl/>