

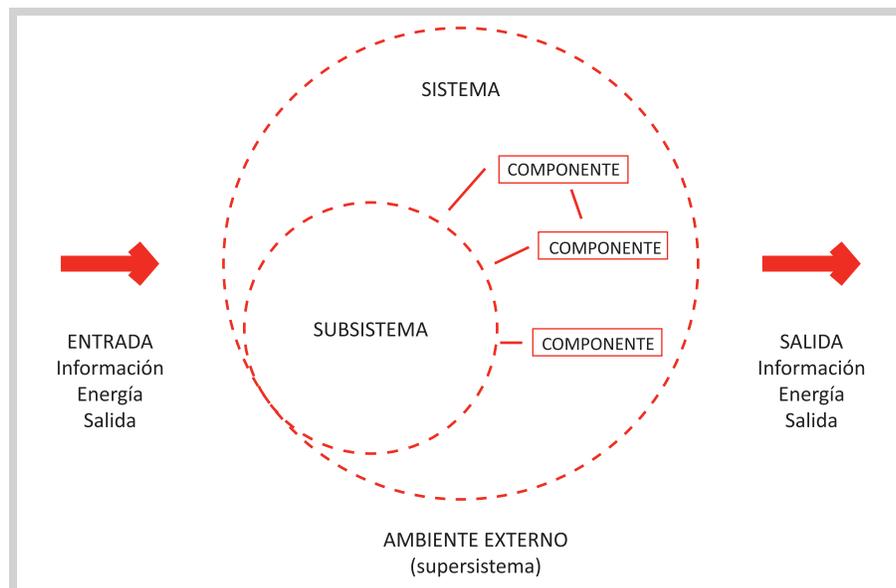
ANEXO MATERIALES

Sesión N° 1: ¿QUÉ ES UN SISTEMA?

Actividad 1.3: Identificación de un sistema y sus componentes

Indicaciones:

1. Forme grupos de 4 personas
2. En la imagen que se presenta al final de este documento (planeta Tierra), identifique los componentes del sistema. Para ello le será útil guiarse por el esquema presentado a continuación, pues puede utilizarlo de plantilla y remplazar con los datos de la fotografía a trabajar.



3. Ejemplos:

Si pudiéramos al Departamento Administrativo de Inacap (donde los estudiantes inscriben los ramos) como ejemplo de organización, podríamos visualizar de la siguiente forma la estructura de sistema:

- Supersistema = Educación, representado por el Ministerio de Educación
- Sistema = Inacap, Universidad, Instituto Profesional y Centro de Formación Técnica
- Subsistema 1 = Departamento Académico
- Subsistema 2 = Departamento Administrativo

4. Respecto a las imágenes que se presentan a continuación, identifique los componentes, supersistema, sistema, subsistema, entrada y salida de su sistema:

Imagen 1:



Supersistema:

Sistema:

Subsistema:

Entrada:

Salida:

Imagen 2:



Supersistema:

Sistema:

Subsistema:

Entrada:

Salida:

5. Responda las preguntas propuestas en el mismo documento respecto de Imagen 1 y 2.

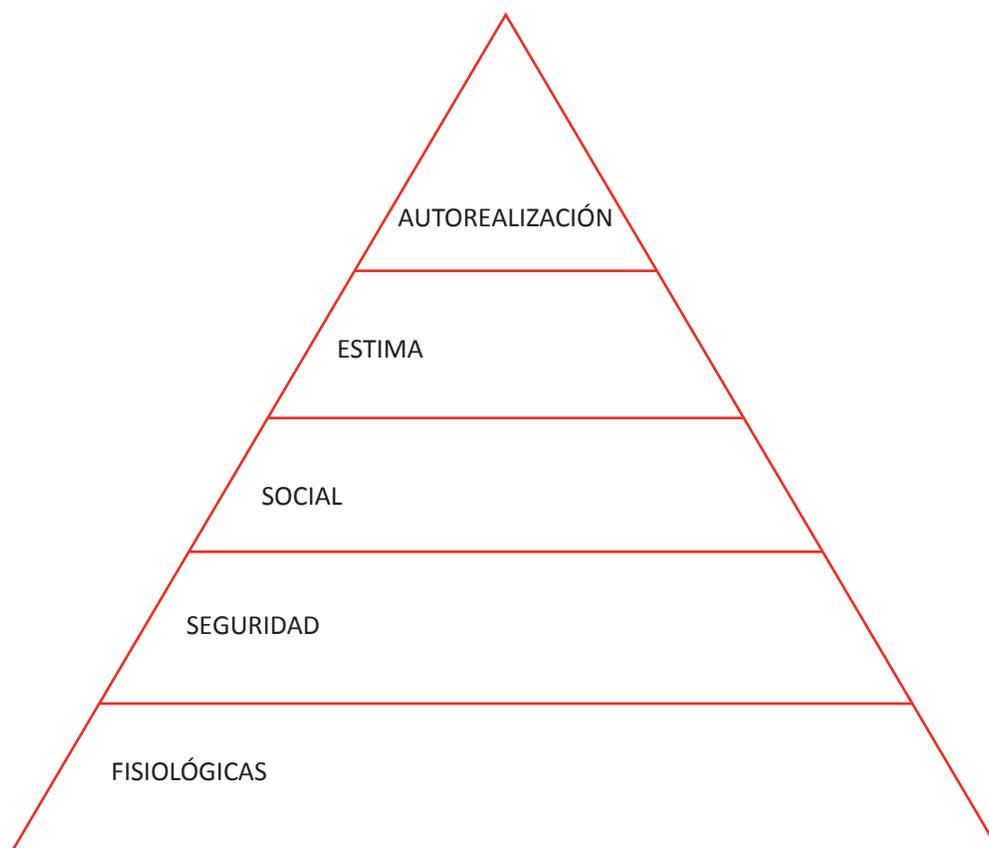
¿A qué supersistema pertenecen las imágenes?, ¿ene un subsistema el sistema indicado en la fotogra a 1 y 2? ¿Cuál(es)?:

Identifique los componentes de entrada y salida del sistema de imagen 1 y 2:

Identifique los componentes internos del sistema de imagen 1 y 2:

Actividad 2.3: “Construyendo mi Pirámide de Maslow”

1. Los alumnos trabajarán en grupos de 2 personas
2. Cada uno comenzará a analizar cuáles son sus satisfactores de necesidades fisiológicas, de seguridad, de estima y de autorrealización.
3. Para esto llenará el esquema a continuación:



4. Los alumnos entre ellos comentarán sus Pirámides individuales.

Actividad N° 3.3 - Mapa Conceptual “Los Recursos de la Empresa”

1. Investigar en internet sobre la composición de los recursos financieros, humanos y materiales de las empresas que se detallan a continuación:

Empresa	Recursos		
	Humanos	Financieros	Materiales
Chilectra			
Soprole			
TVN			
CODELCO			
Microsoft			

2. Desarrollar un Mapa Conceptual respecto de los recursos materiales, financieros y humanos de las empresas que son necesarios para su funcionamiento, en concordancia a los objetivos de la misma.



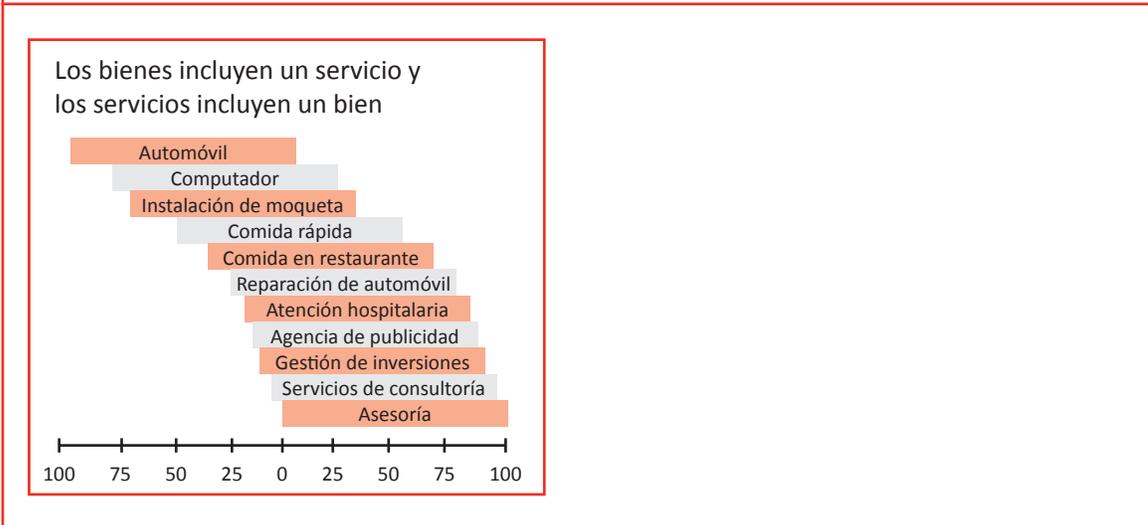
Sesión N° 4: Bienes y Servicios

Actividad 4.2 - ¿Qué hemos aprendido hoy?

Nombre:
RUT:
Fecha:

1. ¿Cuáles son las principales diferencias entre bienes y servicios?

2. Explique la siguiente gráfica respecto de los bienes y servicios



Actividad N° 4.3 - Mapa Conceptual "Bienes y Servicios"

1. Investigar 5 ejemplos de bienes intermedios, 5 ejemplos de bienes de consumo y 5 ejemplos de bienes de capital:

Bienes de Consumo	Bienes Intermedios	Bienes de Capital
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.
4.	4.	4.
5.	5.	5.

2. Desarrollar un Mapa Conceptual respecto a las principales características de los Bienes y los Servicios, señalando claramente la diferencia entre ellos.



Sesión N° 5: Misión y Visión

Actividad 5.2 - ¿Qué hemos aprendido hoy?

Nombre:
RUT:
Fecha:

1. ¿Cuáles son las principales diferencias entre misión y visión?

2. Qué puedes decir de la Misión y Visión que se detalla a continuación

MISIÓN Y VISIÓN – Empresa Metro S.A.

Misión

Garantizar, como eje estructurante del transporte público, una experiencia de viaje en medios eléctricos de manera sostenible, con eficiencia, calidad, confiabilidad y seguridad.

Entregar, complementariamente, servicios que aporten a la rentabilidad de la empresa, que ayuden a financiar su expansión y que contribuyan a la calidad de vida de los ciudadanos, cuidando el uso eficiente de los recursos públicos.

Visión

Empresa de Servicios reconocida por:

- Ser una empresa del Estado respetada por los ciudadanos por su servicio, eficiencia, seguridad y compromiso con el medioambiente y la sociedad.
- Ser una empresa que atrae muy buenos profesionales y que se gestiona con meritocracia.

Análisis de Misión y Visión:

Actividad 5.3 - “Construyendo la Misión y Visión de una Empresa”

<p>Nombre Integrantes del Grupo</p>	<p>1. 2. 3. 4.</p>
<p>Fecha</p>	

Instrucciones de la actividad:

1. Leer detalladamente el caso y analizar los aspectos necesarios para elaboración de Misión y Visión.

Salmones Export - Caso adaptado

Salmones Export es una empresa dedicada a la reproducción, cultivo y procesamiento del salmón fresco, congelado y ahumado. Su historia se remonta a los comienzos de la actividad acuicultora del país y, con el paso del tiempo, ha llegado a convertirse en la cuarta compañía productora de salmón a nivel nacional y séptima en el escenario mundial. Desde sus inicios se ha caracterizado por ser una empresa ágil, orientada a la satisfacción de un mercado muy competitivo y exigente como es la industria del salmón. Se trata de una empresa innovadora y flexible, no sólo en los aspectos tecnológicos, sino también en las relaciones laborales. Con una alta orientación a la calidad, basada en normas nacionales e internacionales como las HACPP, ISO-9001, entre otras. La Gerencia de RRHH y la Gerencia de planta de proceso han establecido un gran desafío al Depto. De Prevención de Riesgos en la empresa para el presente año, que es la implementación y certificación de las Normas OHSAS 18001. Estas normas buscan a través de una gestión sistemática y estructurada, asegurar el mejoramiento de la salud y seguridad en el lugar de trabajo.

Salmones Export es una empresa que basa su desarrollo en la aplicación eficiente de los recursos económicos, tecnológicos y humanos, combinando para ello políticas de administración modernas con el objetivo de entregar a sus clientes un producto de óptima calidad.

La empresa en sus inicios se orientaba al proceso de diferentes productos del mar, produciendo alimentos en conserva como: locos, almejas, algas, centollas, lapa, merluza, etc. Posteriormente en el año 1988 y producto de las crisis estacionales y las restricciones de captura de estas especies se reorientó la producción hacia la especie salmón. Durante los años 1999 y 2001 se han adquirido diversos Centros de cultivo de diferentes empresas, lo que permite la posibilidad de contar con el ciclo completo del salmón.

A fines del 2002 inauguró una nueva planta de productos ahumados con una inversión US\$ 4,5 millones. Según ejecutivos de la empresa, esta planta es la más moderna en su tipo que existe a nivel mundial. Las instalaciones poseen capacidad para producir 1.500 tons. de producto terminado, pudiendo

aumentar a 3.000 tons., dando así un salto de importancia en la elaboración del producto salmón con un valor agregado. Un aumento en la producción se podrá observar a partir del segundo semestre de este año, debido al trabajo que se encuentran realizando para lograr la apertura de nuevos mercados y no concentrarse sólo en Japón, principal destino de los envíos de productos ahumados de la empresa.

El recurso humano para esta empresa es fundamental, por ello se están generando programas de apoyo a la vivienda, programas de recuperación escolar y otros tipos de incentivos tendientes a colaborar con el progreso de las familias. La empresa ha firmado convenios con universidades y centros de capacitación para apoyar esta tarea. Esta labor ha sido larga, pero ha rendido sus frutos. Lo prueba la baja tasa de migración laboral de la empresa y ello hace que otras empresas salmoneras miren a Salmones Export como referente a la hora de elaborar políticas laborales. Mucha gente de otras salmoneras desea venirse para acá y esa es una muy buena repuesta. Esta forma de relacionarse con los trabajadores y sus familias mejora el rendimiento laboral y por ende la producción, logrando una suerte de identificación de los trabajadores con su empresa. Esta mejora de la productividad se ha traspasado a los empleados mediante beneficios y mejoras salariales para ellos.

2. Misión – Visión: Cada grupo desarrollará la Misión y Visión de esta empresa

<p>Misión</p>
<p>Visión</p>

Sesión N° 6: Criterios para Clasificar una Empresa: Tamaño y Origen de Capital

Actividad 6.2 - Determinado el Tamaño de una Empresa

Instrucciones:

1. Los alumnos deben formar duplas de trabajo
2. Los alumnos que deberán investigar en internet, con el propósito de buscar 5 ejemplos de empresas que sean clasificadas como "Micro Empresa", 5 ejemplos de empresas que sean clasificadas como "Pequeña Empresa", 5 ejemplos de empresas que sean clasificadas como "Mediana Empresa" y 5 ejemplos de empresas que sean clasificadas como "Gran Empresa".

MICRO EMPRESA

1.

2.

3.

4.

5.

PEQUEÑA EMPRESA

1.

2.

3.

4.

5.

MEDIANA EMPRESA

1.

2.

3.

4.

5.

GRAN EMPRESA

1.

2.

3.

4.

5.

Actividad 6.4 - Determinado las Empresas Públicas, Mixtas y Privadas

Instrucciones:

1. Los alumnos deben formar duplas de trabajo
2. Los alumnos que deberán investigar en internet, con el propósito de buscar 5 ejemplos de empresas que sean clasificadas como "Privadas", 5 ejemplos de empresas que sean clasificadas como "Públicas" y 5 ejemplos de empresas que sean clasificadas como "Mixtas".

EMPRESAS PRIVADAS

1.

2.

3.

4.

5.

EMPRESAS MIXTAS

1.

2.

3.

4.

5.

EMPRESAS PÚBLICAS

1.

2.

3.

4.

5.

Sesión N° 7: Criterios para Clasificar una Empresa: Fin Económico y Sector Económico

Actividad 7.2 - Determinando el Tamaño de una Empresa

Instrucciones:

1. Los alumnos deben formar duplas de trabajo
2. Los alumnos que deberán investigar en internet, con el propósito de buscar 5 ejemplos de empresas que sean clasificadas como pertenecientes a "Sector Primario", 5 ejemplos de empresas que sean clasificadas como pertenecientes a "Sector Secundario", 5 ejemplos de empresas que sean clasificadas como pertenecientes a "Sector Terciario" y 5 ejemplos de empresas que sean clasificadas como pertenecientes a "Sector Cuaternario".

EMPRESAS SECTOR PRIMARIO	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
EMPRESAS SECTOR SECUNDARIO	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

EMPRESAS SECTOR TERCIARIO	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
EMPRESAS SECTOR CUATERNARIO	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Actividad 7.4 - Determinando las Empresas Con Fines de Lucro y Sin Fines de Lucro

Instrucciones:

1. Los alumnos deben formar duplas de trabajo
2. Los alumnos que deberán investigar en internet, con el propósito de buscar 5 ejemplos de empresas "Con Fines de Lucro" y 5 ejemplos de empresas "Sin Fines de Lucro".

EMPRESAS CON FINES DE LUCRO	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
EMPRESAS SIN FINES DE LUCRO	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Sesión N° 8: EMPRESA DESDE EL PUNTO DE VISTA JURÍDICO Y TERRITORIALIDAD

Actividad 8.4 - Determinando las Empresas Nacionales, Internacionales y Multinacionales

Instrucciones:

1. Los alumnos deben formar duplas de trabajo
2. Los alumnos que deberán investigar en internet, con el propósito de buscar 5 ejemplos de empresas “Nacionales”, 5 ejemplos de empresas “Internacionales” y 5 ejemplos de empresas “Multinacionales”.

EMPRESAS INTERNACIONALES	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
EMPRESAS NACIONALES	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

EMPRESAS MULTINACIONALES

1.

2.

3.

4.

5.

Sesión N° 9: ENTORNO DE LA EMPRESA - ANÁLISIS FODA

Actividad 9.2 - “Asociación de Desarrolladores de Videojuegos”

Instrucciones:

1.- El docente y los alumnos, leerán en conjunto este documento:

Santiago Siri es fundador de la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos y de varias empresas tecnológicas. En esta conferencia brinda su visión sobre los mecanismos que hacen que un país se ponga al frente de la innovación.

En menos de 14 minutos, Santiago Siri profundiza sobre el fracaso, el esfuerzo, la perseverancia, la ambición, la confianza y la colaboración. Un llamado a la reflexión para empresarios de todos los sectores.

A continuación se presenta una síntesis de los principales puntos de la conferencia de Santiago Siri:

- Ni bien terminó el colegio, desarrolló un juego de fútbol que vendió en la Argentina, Rusia y otras partes del mundo, pero no recuperó la inversión inicial. Capitalizó la experiencia para seguir aprendiendo: “Aprendí que el fracaso no es que te vaya mal económicamente o tener un bajón en un momento de la vida, el verdadero fracaso es no poder levantarte”.
- Hace diez años, Siri se reunía en Burger King con una docena de “peludos” que creían que era factible desarrollar una industria del videojuego en nuestro país y fundaron la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos de la Argentina. Hoy, son 60 empresas que emplean a más de 10.000 personas. Es una de las industrias creativas de mayor desarrollo local en los últimos cinco años.
- Viajando por el mundo a conferencias de su sector, descubrió que los estadounidenses y los japoneses no tenían ninguna “salsa secreta” para hacer videojuegos: “Simplemente se esforzaban y creían que podían hacer proyectos colosales, y los terminaban haciendo. No había ninguna fórmula secreta. Era esfuerzo y perseverancia”.
- Otra cosa que notó en sus viajes fue el rol importante que ocupaban los innovadores en Estados Unidos. Las tapas de las revistas más prestigiosas mostraban a Steve Jobs, Bill Gates, Mark Zuckerberg y otros grandes cerebros tecnológicos. En la Argentina solo ve avisos de computadoras con ofertas. “Hay un abismo entre una mentalidad consumidora y una creadora”.
- Para ejemplificar, Siri habla de Japón. Hace cincuenta años, una de las tecnologías con mayor potencial era el transistor. Unos ingenieros en lo que en ese momento era un país pobre, comenzaron a experimentar con esta tecnología. “Entre varias otras cosas, hicieron la radio portátil, una innovación que cambió por completo la experiencia de escuchar radio en todo el mundo. El transistor modificó a Japón. Ese país con una guerra encima, dos bombas atómicas, y dependiente de potencias extranjeras, en tres o cuatro décadas se transformó en el país que es hoy”.
- Internet es una tecnología con una capacidad de transformación mil veces mayor que la de los transistores. Se pregunta Siri: “¿Qué estamos haciendo los argentinos con esa oportunidad?” Y responde que, por ahora, hay empresas imitadoras de innovaciones del exterior y empresas que exportan mano de obra barata. “Ambos modelos son válidos y necesarios, pero no suficientes para lograr un crecimiento extraordinario. Hay que inventar los arcos y flecha de la modernidad”.

Actividad 9.3 - “Empresa Salmones Export”

Instrucciones de la actividad:

1. Leer detalladamente el caso y determinar 5 fortalezas, 5 amenazas, 5 debilidades y 5 oportunidades.
2. Cada grupo deberá entregar al final de esta actividad, un documento donde estén indicados las 5 fortalezas, 5 amenazas, 5 debilidades y 5 oportunidades.
3. Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre Integrante	RUT

Caso Salmones Export:

Fragmento 1: (Fuente: Pérez, 2003)

Hace 20 años la salmonicultura daba sus primeros pasos. Actualmente Chile es el segundo productor mundial, con retornos proyectados de 1.200 millones de dólares para este año. Pero dos hechos están amenazando el éxito de la industria pesquera: el uso de una sustancia prohibida de efectos cancerígenos y el desprecio de las medidas medioambientales.

El salmón se ha convertido en el cuarto sector exportador nacional. Sólo en mayo de 2013, el salmón enviado a Estados Unidos alcanzó los 213 millones de dólares, mientras el cobre se empujaba en los 165 millones. “El salmón chileno desplazó al cobre como el primer producto de exportación a Estados Unidos, en un hecho histórico en la tradicional estructura de comercio exterior del país”, decía Rodrigo Infante Varas, de la Asociación de la Industria del Salmón.

Los productores chilenos se han asociado en SOTA (Salmon of the Americas), con los de Estados Unidos y Canadá, para penetrar en el mercado norteamericano. La salmonicultura se ha convertido en un “sector estratégico” que mueve la economía de la X Región (Los Lagos) mientras se expande, aceleradamente, por la XI (Aysén) y XII (Magallanes) regiones. Es la principal fuente de empleos y el mayor rubro de exportaciones: este año, la industria del salmón aportará un 80% de las exportaciones de la X Región, y significó un 5,5% -el 2012-, de todo lo que Chile exporta. Solo en la X Región, da empleo directo e indirecto a más de 50.000 personas, y unas 200 empresas locales giran en torno a la actividad. Los salmoneras pretenden duplicar sus retornos hacia el 2020, con miras a trastornarse -el 2018/2019-, en el primer productor mundial. Proyectan ganancias por sobre los 2.250 millones de dólares en el periodo (2013-2020).

Actualmente, Chile controla el 35% del mercado mundial, mientras Noruega concentra el 37%. En 1992, las exportaciones chilenas alcanzaban los 265 millones de dólares. El 2002 eran 973 millones, de dólares. Un incremento del 267%. En el mismo periodo las toneladas aumentaron de 50.000 a 331.000: un 562%. Se mantienen los mercados: Japón. Estados Unidos y la Unión Europea son los mayores compradores.

Pero la “exitosa” industria no está exenta de gravísimos problemas. En Rotterdam (Holanda), se retuvo 4 contenedores debido al hallazgo de leucomalaquita, sustancia prohibida de efectos cancerígenos, lo que puede perjudicar enormemente las proyecciones del sector. Autoridades han calificado el hecho como “aislado”, pero es la cuarta vez que se produce una situación similar. Incluso se teme “una alerta rápida” o “alerta sanitaria” en países europeos.

El desprecio de las medidas medioambientales y laborales de la industria salmonera y el gobierno ha sido documentado por la prensa, grupos ecologistas e investigadores. Son decidoras las palabras de Sergio Mújica, director del Servicio Nacional de Pesca (Sernapesca): “aunque cueste entenderlo, las alertas sanitarias forman parte de las reglas del juego del intercambio comercial”.

El “verde malaquita” está prohibido en Chile desde 1997, pero se sigue usando en la industria salmonera. En noviembre de 2002 y marzo de 2003, Inglaterra inició una “alerta rápida” al detectar la sustancia en embarques chilenos.

Fragmento 5: Salmones Export. (Cataldo, 2004)

Salmones Export es una empresa dedicada a la reproducción, cultivo y procesamiento del salmón fresco, congelado y ahumado. Su historia se remonta a los comienzos de la actividad acuicultora del país y, con el paso del tiempo, ha llegado a convertirse en la cuarta compañía productora de salmón a nivel nacional y séptima en el escenario mundial. Desde sus inicios se ha caracterizado por ser una empresa ágil, orientada a la satisfacción de un mercado muy competitivo y exigente como es la industria del salmón. Se trata de una empresa innovadora y flexible, no sólo en los aspectos tecnológicos, sino también en las relaciones laborales. Con una alta orientación a la calidad, basada en normas nacionales e internacionales como las HACPP, ISO-9001, entre otras. La Gerencia de RRHH y la Gerencia de planta de proceso han establecido un gran desafío al Depto. De Prevención de Riesgos en la empresa para el presente año, que es la implementación y certificación de las Normas OHSAS 18001. Estas normas buscan a través de una gestión sistemática y estructurada, asegurar el mejoramiento de la salud y seguridad en el lugar de trabajo.

Salmones Export es una empresa que basa su desarrollo en la aplicación eficiente de los recursos económicos, tecnológicos y humanos, combinando para ello políticas de administración modernas con el objetivo de entregar a sus clientes un producto de óptima calidad.

La empresa en sus inicios se orientaba al proceso de diferentes productos del mar, produciendo alimentos en conserva como: locos, almejas, algas, centollas, lapa, merluza, etc. Posteriormente en el año 1988 y producto de las crisis estacionales y las restricciones de captura de estas especies se reorientó la producción hacia la especie salmón. Durante los años 1999 y 2001 se han adquirido diversos Centros de cultivo de diferentes empresas, lo que permite la posibilidad de contar con el ciclo completo del salmón.

A fines del 2002 inauguró una nueva planta de productos ahumados con una inversión US\$ 4,5 millones. Según ejecutivos de la empresa, esta planta es la más moderna en su tipo que existe a nivel mundial. Las instalaciones poseen capacidad para producir 1.500 tons. de producto terminado, pudiendo

aumentar a 3.000 tons., dando así un salto de importancia en la elaboración del producto salmón con un valor agregado. Un aumento en la producción se podrá observar a partir del segundo semestre de este año, debido al trabajo que se encuentran realizando para lograr la apertura de nuevos mercados y no concentrarse sólo en Japón, principal destino de los envíos de productos ahumados de la empresa.

El recurso humano para esta empresa es fundamental, por ello se están generando programas de apoyo a la vivienda, programas de recuperación escolar y otros tipos de incentivos tendientes a colaborar con el progreso de las familias. La empresa ha firmado convenios con universidades y centros de capacitación para apoyar esta tarea. Esta labor ha sido larga, pero ha rendido sus frutos. Lo prueba la baja tasa de migración laboral de la empresa y ello hace que otras empresas salmoneras miren a Salmones Export como referente a la hora de elaborar políticas laborales. Mucha gente de otras salmoneras desea venirse para acá y esa es una muy buena repuesta. Esta forma de relacionarse con los trabajadores y sus familias mejora el rendimiento laboral y por ende la producción, logrando una suerte de identificación de los trabajadores con su empresa. Esta mejora de la productividad se ha traspasado a los empleados mediante beneficios y mejoras salariales para ellos.

Fortalezas	Debilidades
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

Oportunidades	Amenazas
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

Actividad 9.4 - “Empresa Salmones Export” – Justificación FODA

Instrucciones de la actividad:

1. A partir de 5 fortalezas, 5 amenazas, 5 debilidades y 5 oportunidades, justificar y analizar cada una de los factores determinados
2. Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre Integrante	RUT

Caso Salmones Export:

Justificación Fortalezas	Justificación Debilidades
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

Justificación Oportunidades	Justificación Amenazas
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

Sesión N° 10: ANÁLISIS FODA – ESTRATEGIAS FO – FA – DO - DA

Actividad 10.2 - “Estrategia FO – FA – DO - DA”

De acuerdo al caso analizado en Actividad N° 9.2, caso que está enmarcado en la Conferencia de la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos una de las industrias creativas de mayor desarrollo actualmente, se plantea las siguientes estrategias sobre la base de su análisis FODA:

- Estrategia 1: Conseguir uno o varios subsidios o líneas de crédito para incorporar gente comercial y financiera a la empresa;
- Estrategia 2: Reconvertir el negocio y desarrollar videojuegos a medida de empresas, medios de comunicación y organizaciones;
- Estrategia 3: Seguir haciendo algunos juegos dirigidos al público final (gratis o de muy bajo precio), de modo tal de innovar y afianzar la marca en redes sociales.

De esta forma estaría aprovechando las oportunidades que el mercado ofrece, sobre la base de sus fortalezas, neutralizando sus debilidades y teniendo en vista los riesgos que el contexto les impone.

En base al caso analizado y bajo modalidad lluvia de ideas, se invita a los alumnos a determinar: 3 estrategias FO – 3 estrategias FA – 3 estrategias DO – 3 estrategias DA:

		Fortalezas	Debilidades
Oportunidades		Estrategias FO	Estrategias DO
	1.		1.
	2.		2.
Amenazas	3.		3.
		Estrategias FA	Estrategias DA
	1.		1.
	2.		2.
	3.		3.

Actividad 10.3 - “Estrategia FO – FA – DO - DA”

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

De acuerdo al caso analizado Salmones Export:

En base al caso analizado determinar: 3 estrategias FO – 3 estrategias FA – 3 estrategias DO – 3 estrategias DA:

	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Estrategias FO 1.	Estrategias DO 1.
	2.	2.
	3.	3.
Amenazas	Estrategias FA 1.	Estrategias DA 1.
	2.	2.
	3.	3.

Sesión N° 11: ANÁLISIS PESTA - MACRO Y MICRO ENTORNO

Actividad 11.3 - “Caso La Polar”

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Cada grupo analizará el Caso La Polar, utilizando la metodología PESTA.
2. El enunciado del caso es el siguiente: “Caso La Polar se convierte en la estafa más grande jamás antes cometida en Chile: 5 millones de personas - sumando a clientes y familias - abusadas por empresarios del retail. Presidente de los consumidores: En Chile los delitos de cuello y corbata quedan impunes”.
3. En base a este enunciado cada grupo investigará (en internet), los factores del macro entorno nacional asociados a este caso, indicando el efecto que este factor en el desarrollo del Caso La Polar:

Factores Políticos (al menos 5 factores)	Factor Investigado	Efecto que este factor produce en caso La Polar

Factores Económicos (al menos 5 factores)	Factor Investigado	Efecto que este factor produce en caso La Polar

Factores Sociales (al menos 5 factores)	Factor Investigado	Efecto que este factor produce en caso La Polar

Factores Tecnológicos (al menos 5 factores)	Factor Investigado	Efecto que este factor produce en caso La Polar

Factores Ambientales (al menos 5 factores)	Factor Investigado	Efecto que este factor produce en caso La Polar

Sesión N° 13: ÁREAS FUNCIONAL RECURSOS HUMANOS

Actividad 13.2 - “Proyecto Creación de Empresa – Etapa I.a”

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Cada grupo creará una empresa ficticia, esta empresa podrá producir un bien, un servicio o una mezcla de ambos, el producto deberá ser innovador y con una necesidad justificada por parte del mercado.

Producto a crear	Innovación asociada	Justificación de que es necesario en el mercado

Actividad 13.4 - "Proyecto Creación de Empresa – Etapa I.b"

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Determinación de Cargos Requeridos y Labores de los mismos

Cargos Requeridos	Labores – Tareas Asociadas

Sesión N° 14: ÁREAS FUNCIONAL FINANZAS

Actividad 14.2 - “Proyecto Creación de Empresa – Etapa II.a”

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Cada grupo determinará su inversión Inicial y Fuentes de Financiamiento propios.

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Infraestructura													
MP													
Publicidad													
Otros													

Actividad 14.4 - "Proyecto Creación de Empresa – Etapa II.b"

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Determinación de Financiamiento de Terceros

	Fuentes de Financiamiento	Detalle Inversión de Financiar Terceros	Justificación de Decisión
Proveedores			
Leasing			
Factoring			
Crédito Hipotecario			

Sesión N° 15: ÁREAS FUNCIONAL COMERCIALIZACIÓN

Actividad 15.2 - "Proyecto Creación de Empresa – Etapa III.a"

Indicar nombre de integrantes del grupo:

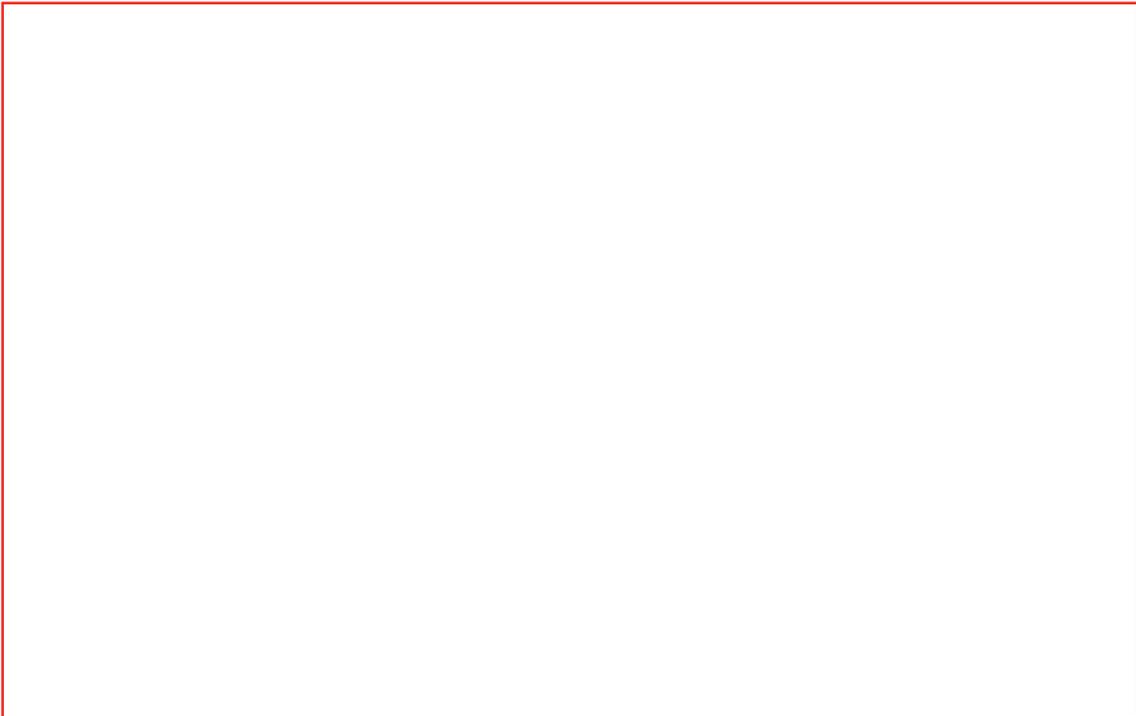
Nombre	RUT

1. Desarrollar la marca de la empresa, indicando sentido del Nombre y Colores

2. Desarrollar el logotipo de la marca de la empresa.



3. Identificar cliente potencial



4. Determinar precio de venta de producto estrella



Actividad 15.4 - "Proyecto Creación de Empresa – Etapa III.b"

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Cada grupo continuará con el desarrollo de la empresa ficticia trabajada en actividades previas.
2. Definición de la estrategia promocional que se utilizará (ofertas conjuntas, muestras gratuitas, regalos, programas de fidelización o cupones de descuento), utilizar la menos 2 estrategias.

Estrategia Promocional a utilizar	Explicación de metodología de implementación

2. Desarrollo de maqueta de página web.

Maqueta Página Web



3. Propuesta aviso publicitario

Aviso Publicitario



Sesión N° 16: ÁREAS FUNCIONAL OPERACIONES

Actividad 16.2 - "Proyecto Creación de Empresa – Etapa IV.a"

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Determinar las etapas del proceso productivo primario de la empresa

2. Determinar las etapas del proceso de ventas de la empresa

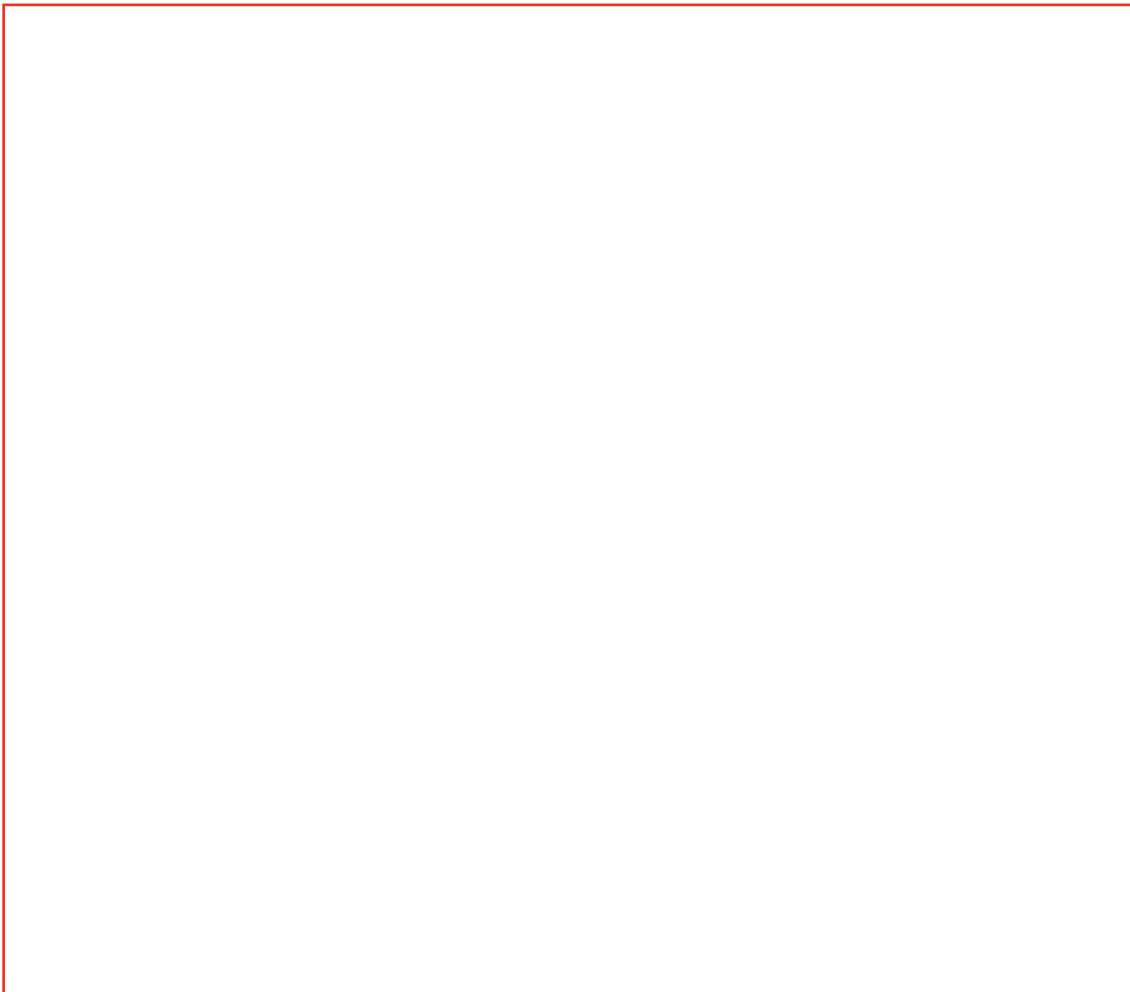


Actividad 16.4 - "Proyecto Creación de Empresa – Etapa IV.b"

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Desarrollar el diagrama de flujos del proceso primario definido en Actividad 16.2



2. Desarrollar el diagrama de flujos del proceso de ventas definido en Actividad 16.2



Sesión N° 17: PROCESO ADMINISTRATIVO - PLANEACIÓN

Actividad 17.2 - "Proyecto Creación de Empresa – Etapa V.a"

Indicar nombre de integrantes del grupo:

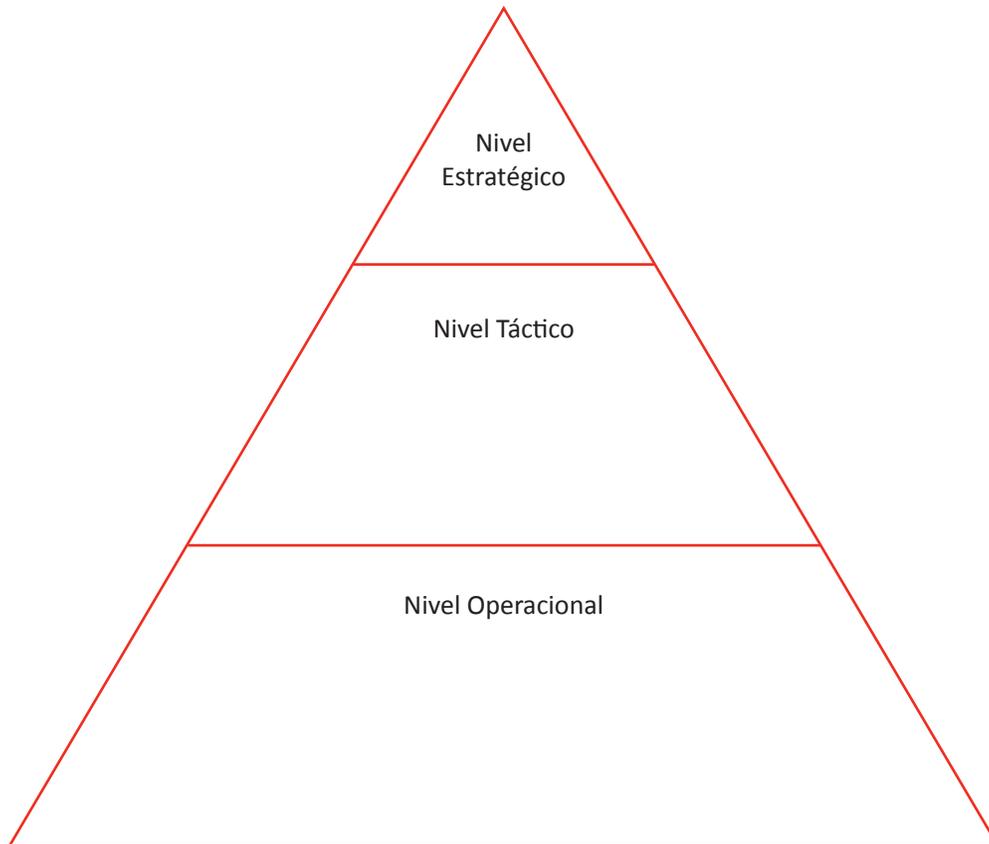
Nombre	RUT

1. Determinar la Misión de la empresa

2. Determinar la Visión de la empresa



3. Esquematizar como están compuestos los niveles organizacionales en la empresa que se está creando



Actividad 17.4 - "Proyecto Creación de Empresa – Etapa V.b"

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Definir Planes a Corto Plazo, indicado estándar de logro y mecanismo de siguiendo del cumplimiento del plan

Planes a Corto Plazo	Estándar de Logro	Mecanismo de siguiendo objetivo de cumplimiento del plan

2. Definir Planes a Mediano Plazo, indicado estándar de logro y mecanismo de siguiendo del cumplimiento del plan

Planes a Mediano Plazo	Estándar de Logro	Mecanismo de siguiendo objetivo de cumplimiento del plan

3. Definir Planes a Largo Plazo, indicado estándar de logro y mecanismo de siguiendo del cumplimiento del plan

Planes a Largo Plazo	Estándar de Logro	Mecanismo de siguiendo objetivo de cumplimiento del plan

Actividad 18.4 - “Proyecto Creación de Empresa – Etapa V.d – Condicionantes de Carta Gantt”

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Aplicar la estrategia asociada a Proceso Administrativo – Carta Gantt, puntualmente identificación de las condicionantes Fin-Fin, Inicio-Inicio y Fin-Inicio de las actividades constituyentes de este proyecto de creación de empresa y asignación de holguras tiempos correspondientes, ya sean de retraso o urgencia

Definición de Actividad	Tiempo Asociado	Condicionante F-I F-F I-I	Holguras

Sesión N° 19: PROCESO ADMINISTRATIVO – ORGANIZACIÓN

Actividad 19.2 - “Proyecto Creación de Empresa – Etapa VI.a”

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Definición de comunicación organizacional y principios organizacionales que caracterizarán a la empresa que están creando

Comunicación Organizacional

2. Definición de al menos 5 principios organizacionales que caracterizarán a la empresa que están creando

Principios Organizacionales	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Actividad 19.4 - "Proyecto Creación de Empresa – Etapa VI.b - Organigrama"

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Desarrollo del organigrama de la empresa que están creando



Sesión N° 20: PROCESO ADMINISTRATIVO – DIRECCIÓN

Actividad 20.2 - “Proyecto Creación de Empresa – Etapa VII.a”

Indicar nombre de integrantes del grupo:

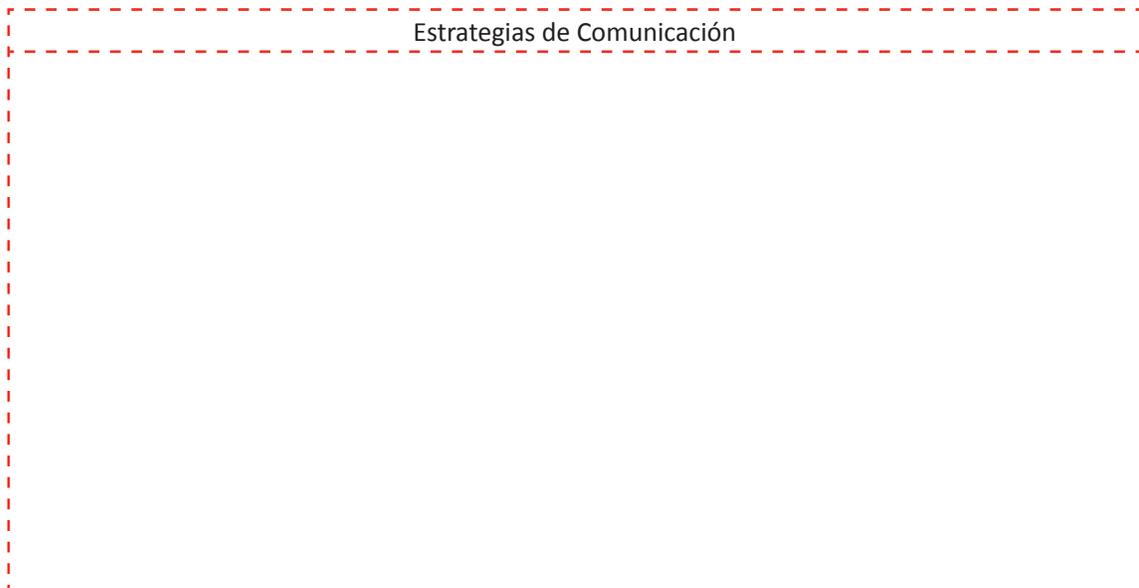
Nombre	RUT

1. Definición de estrategias de motivación que se utilizarán en la empresa que están creando

Estrategias de Motivación

2. Definición de estrategias de comunicación que se utilizarán en la empresa que están creando

Estrategias de Comunicación



3. Definición de estilo de liderazgo que se utilizarán en la empresa que están creando

Estilo de Liderazgo



Actividad 20.4 - "Proyecto Creación de Empresa – Etapa VII.b"

Indicar nombre de integrantes del grupo:

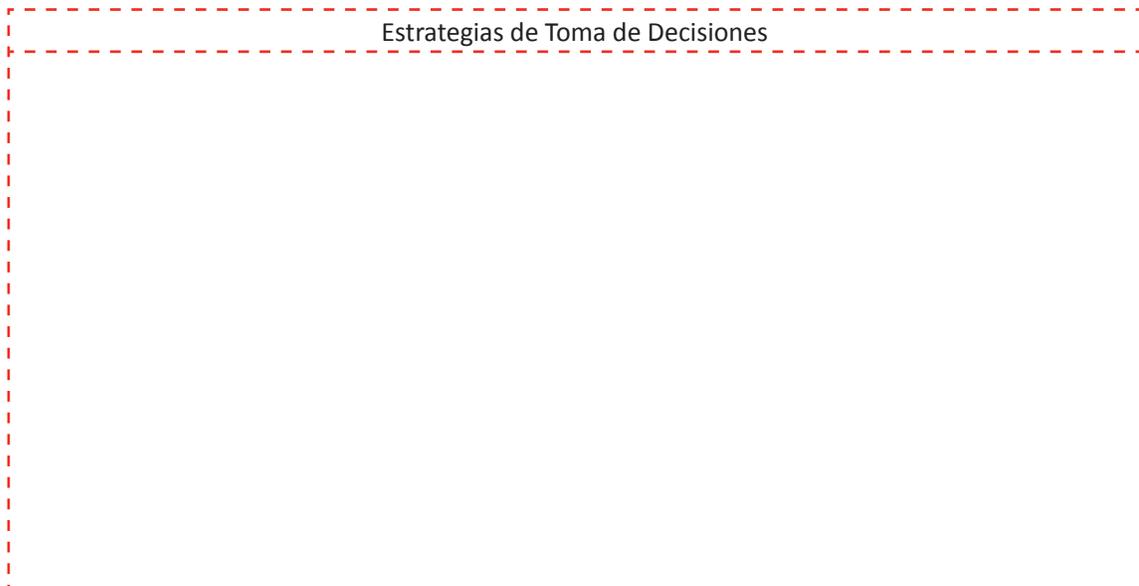
Nombre	RUT

1. Definición de estrategias de Trabajo en Equipo que se utilizarán en la empresa que están creando

Estrategias de Trabajo en Equipo

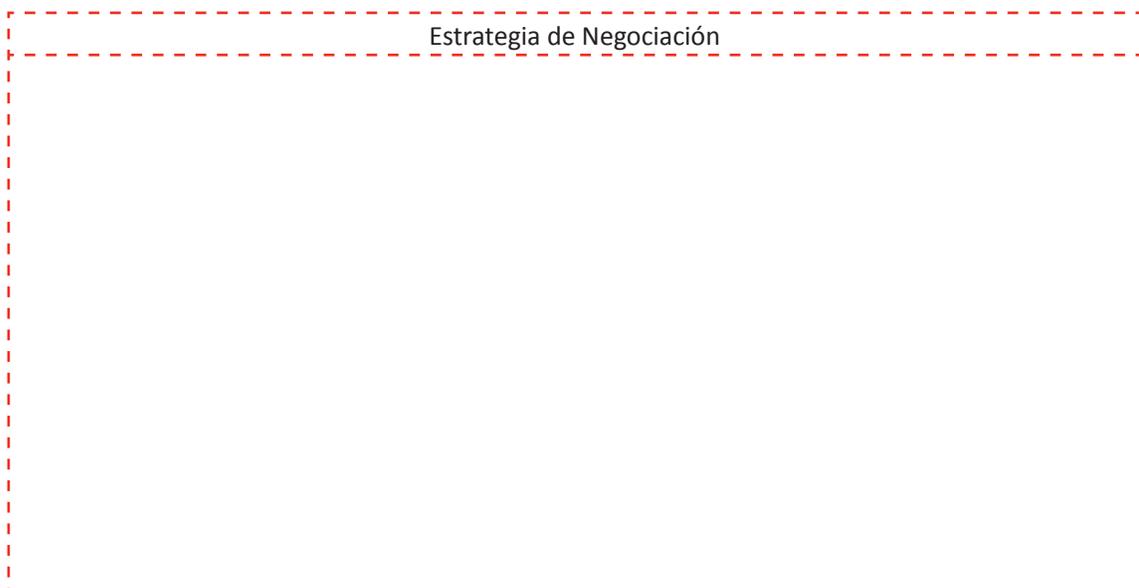
2. Definición de estrategias de Toma de Decisiones que se utilizarán en la empresa que están creando

Estrategias de Toma de Decisiones



3. Definición de estrategia de Negociación que se utilizarán en la empresa que están creando

Estrategia de Negociación



Sesión N° 21: PROCESO ADMINISTRATIVO – CONTROL

Actividad 21.2 - “Proyecto Creación de Empresa – Etapa VIII.a”

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Definición de Indicadores de Control que se utilizarán en la empresa que están creando

Indicadores de Control

Actividad 21.4 - "Proyecto Creación de Empresa – Etapa VIII.b"

Indicar nombre de integrantes del grupo:

Nombre	RUT

1. Definición de Principios de Control que se utilizarán en la empresa que están creando

Principios de Control

Sesión N° 23: PROCESO ADMINISTRATIVO – CONTROL

Actividad 23.1. - “Desarrollo Informe Final Proyecto Creación de Empresa”

Indicaciones:

3. Los estudiantes trabajarán en el desarrollo de su Informe Final, este informe será un ejemplar por cada grupo de trabajo.
4. Se trabajará en Sala con Computadores.

PAUTA DE ELABORACIÓN “INFORME CREACIÓN DE EMPRESA”

A) CONDICIONES GENERALES:

- Respetar los principios de redacción de informes, en cuanto a sintaxis, formato, diagramación, presentación.
- Extensión mínima de 20 carillas tamaño carta.
- Ejemplares: un original anillado.

B) PLAN

- Portada.
- Hojas de agradecimiento y/o dedicatorias (optativos).
- Índice.
- Introducción: Antecedentes personales y objetivos previamente planteados.

I. DESARROLLO:

- Empresa:
 - > Trámites creación de empresa
 - > Justificación constitución jurídica.
- Análisis de Macro – Micro Entorno
 - > Análisis macro y Micro entorno detallado de acuerdo a realidad nacional.
- Áreas Funcionales
 - > Finanzas: justificación alternativa de financiamiento.
 - > Operaciones: explicación general del proceso operacional que se aplicará.
 - > Comercialización: definición del producto o servicio – estrategia de comercialización (marca – etiqueta – envase- merchandising) – estrategia de promoción y publicidad.
- Proceso Administrativo
 - > Planificación Estratégica (misión – visión) – Planificación Táctica y Operacional.
 - > Organización y Área Funcional RR.HH.: Organigrama – Definición de Cargos, responsabilidades, integrantes y dinámica de funcionamiento de la empresa.
 - > Dirección: Definir estructura de liderazgo – Asignar estrategia administrativa moderna que se aplicará en la empresa
 - > Control: Mecanismo de control administrativos a utilizar.

IV. Conclusiones:

- Presenta una revisión concisa de los hallazgos fundamentales del trabajo.

PATRONES DE FORMA

INTRODUCCIÓN:

Se denomina “Patrones de Forma” a una serie de normas acerca de la composición dactilográfica, cuya finalidad es unificar y ordenar la presentación de los escritos.

I. TAMAÑO DE LETRA:

Arial 11

II. LAS INTERLINEAS:

Los escritos deben ser impresos por un solo lado y a una interlinea.

Entre los párrafos debe haber una distancia de dos (2) interlineas y de subtítulo a texto, tres (3) interlineas.

III. LOS MÁRGENES:

Se usa hoja tamaño carta, marginada según se indica:

SUPERIOR	4 Cm.
INFERIOR	3 Cm.
IZQUIERDO	4 Cm.
DERECHO	3 Cm.

IV. IV.-SANGRÍA:

Corresponde a la indicación de un nuevo párrafo (punto aparte). Por ello, el reglón siguiente ha de iniciarse separando cuatro (4) espacios del margen izquierdo (primera letra al quinto espacio).

V. V.-TÍTULOS Y SUBTÍTULOS:

El título de cada parte del escrito irá al centro de una hoja, con letra mayúscula. En la hoja siguiente empezará el texto del capítulo con su primer subtítulo. Al concluir un subtítulo puede iniciarse el siguiente en la misma página.

El subtítulo se escribe normalmente (mayúscula y minúscula), pero subrayado. Se separa del inicio del texto con tres interlineas.

Todo título o subtítulo debe llevar la numeración o las letras que identifiquen su ubicación dentro de la estructura lógica del texto.

VI. NUMERACIÓN DE PÁGINAS:

Se cuenta como número uno la página de portada, pero el número se escribe sólo desde la página que contiene el Índice. El referido número va ubicado en el margen inferior derecho de cada hoja, sin agregados de ninguna especie.

VII. BIBLIOGRAFÍA:

Todas las fuentes utilizadas para la elaboración del escrito se ordenan alfabéticamente considerando el primer apellido del autor. Además, debe considerarse: el título completo de la fuente, su entidad editora, lugar de aparición (ciudad y/o país), año de edición y volumen, parte o tomo (si corresponde). Si la fuente no posee autor (es) claramente definible (s), considérese como tal (es) a la Institución que se responsabiliza de ese texto. Su disposición sigue al modelo que se indica:

1. CEPAL: Informe Anual, Comisión Económica. Santiago, Chile, 2011, Volumen 1.
2. SEASSURE,F: Curso de Lingüística General, Gredos, Madrid, 2010.

VIII. LA PORTADA:

Dado su carácter de presentación oficial del escrito, esta primera página debe contener los datos más relevantes de la naturaleza del texto.

- a) EXTREMO SUPERIOR : Membrete oficial de la institución (Inacap).
- b) CENTRO : Título del Informe (nombre creado por su autor).
- c) CUADRO INFERIOR DERECHO: Nombre completo de los alumnos (ordenado alfabéticamente) – Nombre Asignatura – Nombre Profesor.
- d) EXTREMO INFERIOR AL CENTRO: Lugar y año (Santiago, Chile 2016.)

Todo lo señalado va escrito con mayúscula o letra imprenta, según el tipo de impresión usado.

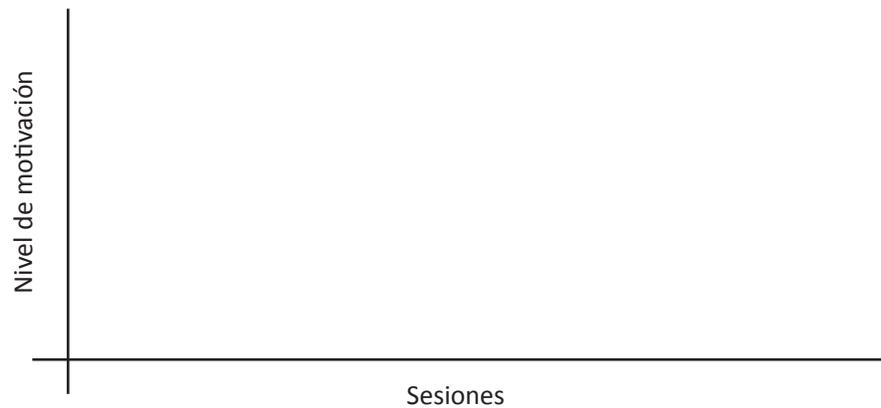
Sesión n° 24: Presentación de reporte de avances y/o retrasos del programa.

Hoja de Actividad de Cierre

Completar cada uno de los ítems planteados:

1. ¿Qué es lo más importante de lo visto en las sesiones? Justifique.

2. Hacer un gráfico de la motivación que he tenido durante este módulo.



3. ¿Qué fue lo que mejor aprendí de esta parte del curso? ¿Qué factores influyeron en ello?