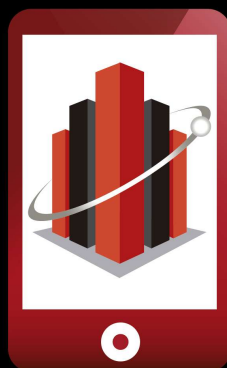


Manual de Emprendimiento CLINICA EMPRESA

Centro Presencial y Virtual de Transferencia en Innovación de Negocios.



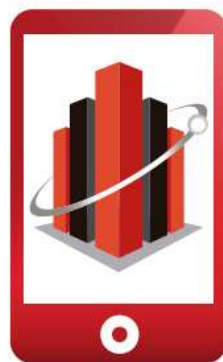
**CLINICA
EMPRESA**



Manual de Emprendimiento

CLINICA EMPRESA

Centro Presencial y Virtual de Transferencia en Innovación de Negocios.



CLÍNICA
EMPRESA



Editado y diagramado por
Hernán Larrondo R.
hlarrondo@gmail.com
Marcelo Contreras L.
fibracreativa@gmail.com

© 2014. Clínica Empresa
www.clinicaempresa.cl

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	1
INTRODUCCIÓN	2
CURSOS	
GESTIÓN Y MARKETING	3
PSICOLOGÍA EN LA EMPRESA	4
SALUD OCUPACIONAL	5
PREVENCIÓN DE RIESGOS	6
ENTRENAMIENTO COACH	7
MANUAL PRÁCTICO DEL EMPRESARIO: DERECHO SOCIETARIO CHILENO Y CONTRATACIÓN EN GENERAL	8
ANEXOS	
1. TUTORIAL PARA SISTEMA DE SOPORTE DE CONSULTAS PARA ADMINISTRADORES	9
2. TUTORIAL PARA REDACTAR CONTENIDO DESDE EL SITIO CLÍNICA EMPRESA	10
3. MANUAL DE USUARIO RED SOCIAL DE EMPRENDEDORES	11



PRESENTACIÓN

Centro Presencial y Virtual de Transferencia en Innovación de Negocios es un proyecto del Fondo de la Innovación para la Competitividad (FIC), cofinanciado por el Gobierno Regional de Coquimbo y la Universidad Pedro de Valdivia.

El proyecto entre sus objetivos buscaba revertir la tendencia de la escasa vinculación de las universidades con el sector productivo y la escasez de capital humano para la innovación.

Este desafío es parte de la misión institucional de nuestra casa de estudios, principalmente en la construcción de nuevos conocimientos y la innovación en los distintos ámbitos.

Este manual es un compendio de actividades realizadas durante los cursos y seminarios realizados por los profesionales de la Clínica y, a la vez, un texto de consulta que les permita a nuevos emprendedores tener una orientación acerca de materias propias de toda apuesta empresarial.

Quiero destacar a los profesionales de Clínica Empresa por su trabajo:

Jorge Fredes Saleme
Dariam Rojas Díaz
Alejandra Muñoz Álvarez
Jorge Leiva Penna
Gonzalo Henríquez Encamilla
Andy Peralta Sarmiento
Daniela Díaz Ramírez
Jorge Medina Sandoval
Alex Díaz Araos
José Martínez Oyarce
Patricio Novoa Neira
Jaime Muñoz Zambrano
Guillermo Molina Palavecino
Shirley Adaros Miranda

Muchas gracias a todos.

La Universidad Pedro de Valdivia es una institución privada, sin fines de lucro, autónoma, pluralista, laica y, en materia de formación profesional, multidisciplinaria.



Fernando Díaz Molina
Vicerrector sede La Serena

INTRODUCCIÓN

Al considerar que hoy en día las empresas de menor tamaño presentan diversos problemas, que no le permiten innovar en la gestión de sus negocios y por ende ser más competitivos en los exigentes mercados actuales, surge el desafío de formar Clínica Empresa.

La Clínica es un Centro de Transferencia en Innovación de Negocios para la incorporación de nuevos modelos de gestión en las empresas de la Región de Coquimbo con el fin de impactar directamente en su productividad y competitividad.

Es por esta razón que los beneficiarios directos del programa son la mipymes ubicadas principalmente en los centros urbanos de la región y en los sectores productivos de: Minería, Agricultura, Turismo y Pesca.

En estas empresas la innovación, principalmente, se hace en tecnologías duras como: infraestructura, maquinarias y equipos de computación, siendo casi nula la innovación en procesos de gestión.

Optamos por el nombre de fantasía de Clínica Empresa ya que los empresarios tienen aquí (tanto en nuestras oficinas, box de atención, talleres, cursos y seminarios mediante nuestra plataforma virtual) un lugar para consultar su problemática del día a día. A través del trabajo de nuestros profesionales, los empresarios de la región obtienen prácticas para solucionar sus problemas cotidianos.

El proyecto partió el 1 de noviembre del 2012 y significó la creación de cinco unidades: Informática, Gestión y Marketing, Calidad de Vida, Legal y Entrenamiento Coach. Ha atendido a más de 300 empresarios, de los cuales alrededor del 30% accedieron vía web y/o videoconferencia.

Las grandes empresas tienen un equipo de profesionales pero las pequeñas no pueden costearlo, por eso Clínica Empresa es su soporte de gestión e innovación.



Jorge Fredes Saleme
Jefe de Proyecto

Unidad Gestión Marketing.

Cumple la función de materializar los requerimientos emanados de la unidad de gestión en cuanto a diseño, mercados, promoción, y distribución, entre otros.

Unidad Calidad de Vida.

Cuenta con profesionales que prestan servicios en los aspectos sicolaborales, asistencia social y prevención de riesgos.

Unidad Legal.

Ofrece asesorías a los empresarios en las materias legales de la empresa.

Unidad de Entrenamiento Coach.

Apoya a los beneficiarios en materias como: emprendimiento, trabajo en equipo, innovación y redes, entre otros.

Unidad Informática.

El proyecto creó una plataforma virtual empresarial para comunicarse con los empresarios. A través de esta el beneficiario puede acceder a información clave que le permite tomar decisiones que impactan positivamente el desempeño de la empresa. En este contexto se incluye la página web: www.clinicaempresa.cl y la Redup.





GESTIÓN Y MARKETING

Jorge Leiva Penna

GESTIÓN Y MARKETING

LA PLANIFICACIÓN

Muchas veces se tiende a realizar las cosas sin planificar: porque existe "impaciencia", porque "pensar" parece una actividad "improductiva" que no produce resultados y porque generalmente ocurre que lo "urgente" desplaza lo "importante".

Todo negocio, como sabemos, está siempre expuesto a ciertos riesgos. Hay cambios imprevistos en el mercado, aumento en las tasas de interés, baja en la demanda, se instala un competidor cercano, aparece de un sustituto del producto, etc. Todos estos riesgos pueden ocasionar la quiebra o el cierre de la empresa.

La planificación no tiene que ver solamente con los aspectos productivos.

También puede faltar dinero por no planificar financieramente y encontrarse con un "descubierto" en el banco. La falta de planificación también puede generar fallas en el diseño del producto o falta de stock justo cuando aumentan las ventas.

Como empresario, es necesario reducir la vulnerabilidad de la empresa para poder hacer frente a los imprevistos cuando estos se presenten. Caso contrario, cualquier cambio externo puede obligar a cerrar el negocio.

¿Por qué planificar?

La planificación tiene, entre otros, los siguientes beneficios:

Ayuda a definir hacia donde quiere ir y cuál es la meta.

Señala un camino lógico a seguir para llegar a ella.

Mantiene informado de cómo se progresa respecto

Todos de alguna forma u otra planificamos. Muchas veces lo hacemos mentalmente.

Consultamos el reloj para ver si estamos llegando tarde a nuestro trabajo o si alcanzamos a tomar el transporte que nos lleve a un lugar determinado. Podemos tener cierta idea de los objetivos que nos planteamos a corto o mediano plazo. En algún momento nos proponemos crecer en lo económico y tener cierta seguridad. También tenemos alguna idea de las inversiones que necesitaríamos hacer para que nuestra pequeña empresa funcione mejor. Del mismo modo desarrollamos alguna estrategia de comercialización, aunque la misma haya sido elaborada intuitivamente.

del plan trazado.

Deja ver los errores primero en el papel, antes de que aparezcan en la realidad.

Permite realizar rápidos ajustes si se presentan dificultades en el curso del trabajo.

No se debe pensar en la planificación como un proceso rígido, que se hace de una vez y para siempre.

Muchas oportunidades de negocios terminan en fracasos o no se llegan a concretar cuando no se

logra establecer el enlace indispensable entre la innovación o el descubrimiento de una idea interesante con los objetivos esperados y los recursos indispensables. La planificación es la forma de articular estos aspectos para minimizar el riesgo de una frustración.

CONCEPTO DE MARKETING

El concepto de marketing ha evolucionado mucho desde su antiguo significado como sinónimo de ventas, distribución, publicidad o investigación de mercado.

Las naciones y las empresas en desarrollo están prestando cada vez más atención a esta disciplina, dada su necesidad de salir a competir con eficiencia en los difíciles mercados actuales.

" Marketing es la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos por medio de un proceso de intercambio".



Philip Kotler



Existen distintas interpretaciones respecto de la amplitud del contenido del marketing.

- a) Marketing como sinónimo de publicidad, promoción y acción de ventas.
- b) Marketing como un conjunto de métodos o sistemas de investigación de mercados.
- c) Marketing como un sistema de conducción.

Este último concepto es el que está orientado a la totalidad de la empresa y sus integrantes a satisfacer necesidades y deseos de los consumidores, que constituyen oportunidades económicas para ella. Sólo descubriendo las motivaciones y deseos de los compradores, la empresa podrá alcanzar sus propios objetivos de crecimiento y rentabilidad en cualquiera de las áreas de la misma.

Desarrollo del Marketing

En términos generales, la evolución se basa en la manera de considerar la actividad de marketing.

Marketing como distribución

Esta forma se manifiesta en situaciones de mercados donde la demanda es superior a la oferta. Esta concepción se apoya en el área de "ventas" (más que marketing) y tiene como finalidad organizar la salida de los productos terminados

Ventas

Este enfoque pone el acento en el marketing operativo y comenzó su difusión en las economías de Occidente a partir de los años 50, cuando las empresas comprendieron que el problema principal no era fabricar más productos sino venderlos.

Marketing activo

Es cuando el marketing se preocupa por la satisfacción de las necesidades del cliente a través

del producto o servicio y de todo lo que esté asociado a su creación, su entrega, su consumo y la satisfacción que el mismo produce, teniendo como objetivo la "repetición de la compra".

Con el surgimiento de nuevas formas de distribución, en particular minimercados, hipermercados o shoppings, los mercados comienzan a expandirse geográficamente y aumentan las necesidades de comunicación, promoción, fuerza de ventas, publicidad, etc.

Las causas que originan esta última etapa donde comienza la aplicación de estrategias competitivas, es con la aparición y evolución de los siguientes factores:

Aceleración del desarrollo tecnológico. Saturación de la oferta y de los mercados. Creciente globalización de los mercados. Todos estos factores intensifican la competencia y debilitan posiciones tomadas anteriormente.

Nuevo concepto del marketing

El objetivo más importante del marketing es conocer y entender tan bien al cliente, que el producto o servicio pueda ser desarrollado y ajustado a sus necesidades de manera tal que se venda solo.

Las ventas, en cambio, comprenden solamente las acciones impulsadas por la empresa con el objeto de lograr la salida de sus productos, y obtener el dinero producto de la transacción. No se preocupa de las necesidades particulares del consumidor.

Ya en 1.975 decía Peter Drucker: "hay que fabricar lo que se vende y no intentar vender lo que se fabrica".

Philip Kotler dice que Marketing "es la actividad

humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos por medio de un proceso de intercambio".

Más allá de las definiciones, lo importante es comprender que el concepto moderno del marketing se debe orientar hacia el consumidor, no es sinónimo de ventas y debe ser dinámico, con amplia participación de todos los integrantes de la empresa para adaptarse a la realidad de los mercados.

En consecuencia, el marketing debe tener en cuenta:

- Lo que quiere el cliente.
- Cuándo lo quiere.
- Dónde lo quiere.
- Cómo quiere comprarlo.

- Quién realmente quiere comprarlo.
- Cuánto quiere comprar y cuánto está dispuesto a pagar por él.
- Por qué puede querer comprarlo.
- Qué estrategia utilizaremos para que finalmente se decida a comprarlo.

MARKETING ESTRATÉGICO Y MARKETING OPERATIVO

Es común que las empresas se ocupen solamente de los aspectos del Marketing Operativo (producto, precios, comunicación, distribución y ventas), subestimando la magnitud del análisis del Marketing Estratégico.

El Marketing Estratégico: consiste en una gestión de análisis permanente de las necesidades del



mercado, que desemboca en el desarrollo de productos y servicios rentables, destinados a grupos de compradores específicos. Busca diferenciarse de los competidores inmediatos, asegurándole al productor una ventaja competitiva sustentable.

La función del marketing estratégico consiste en seguir la evolución del mercado al que vendemos e identifica los segmentos actuales o potenciales, analizando las necesidades de los consumidores y orientando la empresa hacia oportunidades atractivas, que se adaptan a sus recursos y que ofrecen un potencial de crecimiento y rentabilidad. La gestión estratégica se sitúa en el mediano y largo plazo, ya que se propone pensar la misión de la empresa, definir sus objetivos, elaborar una estrategia de desarrollo y mantener un equilibrio en la cartera de productos o servicios.

El Marketing Operativo: Debe traducir en acciones concretas los resultados que surgen del análisis estratégico anterior. Estas acciones tienen que ver con decisiones sobre la distribución, el precio, la venta y la comunicación, cuyo objetivo es hacer conocer y valorizar las cualidades que distinguen a sus productos y servicios, dirigiéndose al público objetivo elegido. Su horizonte de acción se sitúa en el corto y mediano plazo.

PLAN DE MARKETING

El Plan de Marketing es una herramienta que sirve de base para los otros planes de la empresa (por ejemplo, el plan de producción o el financiero); asigna responsabilidades, permite revisiones y controles periódicos para resolver los problemas con anticipación.

En un escenario cada vez más competitivo hay menos espacio para el error y la falta de previsión. Por ello el Plan de Marketing se convierte en un poderoso instrumento de gestión para la empresa.

Qué comprende un Plan de Marketing

El Plan de Marketing es, un documento de trabajo donde se pueden definir los escenarios en que se va a desarrollar un negocio y los objetivos específicos.

Se utiliza para identificar oportunidades, definir cursos de acción y determinar los programas operativos.

Diseño

Hay distintas formas de estructurar un plan, pero básicamente tiene la siguiente secuencia.

Sumario ejecutivo. Es el resumen de los aspectos fundamentales del plan. Comprende los principales objetivos, estrategias, recursos que serán necesarios y los resultados esperados. Se realiza al final de la elaboración del plan.

Diagnóstico

Análisis de situación

Aquí se describe el entorno económico de la empresa y el marco donde se desarrollarán las estrategias. Se compone de las partes siguientes:

Escenario

Son las grandes tendencias de tipo político-económico, tecnológico, legal o sociocultural, que afectan a todo el medio en el que la empresa desarrolla sus actividades.

Competencia

Se analizan los competidores directos e indirectos de la empresa.

La empresa

Aquí se examinan los aspectos vinculados con la compañía como por ejemplo: los productos o servicios, los proveedores, experiencia y conocimientos del negocio, etc.

Análisis de mercado

Comprende el análisis específico del sector en que se desarrollarán las estrategias y operaciones y, dentro de ese marco, el segmento concreto de mercado que será atendido.

Análisis Estratégico Comprende una multiplicidad de estudios de información cuyo objeto es optimizar la formulación de la estrategia empresarial.

Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas (FODA)

Una herramienta propia del análisis estratégico es el análisis F.O.D.A., que consiste en evaluar al micro y macro ambiente de la compañía.

U.E.N (Unidades estratégicas de negocios)

La principal herramienta en la planificación estratégica es el análisis de la cartera del negocio, mediante el cual la dirección evalúa e identifica los negocios claves que forman la compañía.

Los Objetivos

La definición de los objetivos es una de las tareas más complejas del plan, porque constituyen los resultados que se pretenden lograr.

Las Estrategias

Aquí se definen los caminos a través de los cuales la empresa alcanzará los objetivos propuestos.

Marketing Operativo

Consiste en el desarrollo de todas las variables del Marketing Mix, marca, producto, envase, distribución, precio, comunicación y promoción.

Presupuesto

Es la expresión cuantitativa del plan de marketing y de los programas de acción.

Control

Se describen los distintos mecanismos de

verificación que se deben implementar para medir los resultados.

LA MISIÓN

Concepto

La misión de una empresa es el marco conceptual que define cuál es y cual debería ser el negocio y establece las grandes líneas estratégicas que marcan el rumbo del negocio.

Toda misión empresarial debe apoyarse en una "promesa" simbólica que atrae la voluntad del consumidor y que representa su "esperanza" de satisfacer una necesidad o un deseo.

Ninguna compañía podría crecer a partir de una misión que la sitúe en el negocio equivocado, porque la llevaría al fracaso.

Las tres cuestiones básicas que sirven para definir la misión de una empresa son:

¿Qué necesidades o deseos estamos satisfaciendo? (demanda)

¿Con qué productos o servicios daremos mayor satisfacción a nuestros clientes? (oferta)

¿Cuál ventaja competitiva que nos diferencia de la competencia? (habilidad distintiva) (¿porqué nos eligen a nosotros?)

Estas preguntas que parecen sencillas de responder, no lo son tanto, principalmente la tercera, que está sujeta a cambios permanentes.

Definir claramente la misión es el paso más importante para la formulación del plan de marketing. Hay que darle forma operativa, discutirla, analizarla y llegar a un consenso.

Ejemplo:

Vivero de flores y plantas: "La meta es proveer una



amplia variedad de productos de vivero al por mayor y por menor para paisajistas profesionales y dueños de casas distinguidas, con servicio de entrega domiciliaria".

DIAGNÓSTICO

Existe un conjunto de hipótesis que resultarán fundamentales para la toma de decisiones de marketing. Estas hipótesis tienen como finalidad despejar la incertidumbre con la que operan las empresas.

El propósito es recabar la mayor cantidad posible de información para construir lo que se denominan "escenarios" y que tratan sobre el desarrollo de eventos futuros, aportando al plan de marketing en su etapa estratégica, una herramienta de trabajo valiosa para operar en situaciones de riesgo e incertidumbre.

La formulación de hipótesis sobre la evolución del negocio permite:

Explorar posibilidades y establecer simulaciones del tipo: "¿qué pasaría con este negocio si pasara tal cosa o tal otra?".

Crear un marco de referencias globales sobre los cuales construir el plan de marketing. Definir la viabilidad de los objetivos estratégicos, así como la probabilidad de éxito de alcanzarlos.

ANÁLISIS DE SITUACIÓN

Séneca decía hace más de 2.000 años: "Es más importante saber hacia dónde van los eventos que saber de dónde vienen".

Sin embargo, los fundamentos de lo que se puede considerar hoy como "escenarios posibles" corresponden a la teoría militar, y tienen su origen

en Moltke y von Clausewitz. Los puntos principales de la teoría militar aplicados a la estrategia de negocios, son:

Atacar al enemigo cuando éste es más débil;

Aumentar las fortalezas propias;

Tener siempre presente el objetivo a largo plazo (batalla o campaña).

El concepto principal que sirve para el diseño de escenarios consiste en agrupar los sucesos externos e internos de una empresa y en imaginar los posibles resultados de estos agrupamientos en el futuro.

Las técnicas de escenarios se diferencian de los pronósticos convencionales que simplemente proyectan las tendencias del pasado hacia el futuro (por ejemplo, pronóstico de ventas).

La construcción de escenarios permite encontrar un proceso que busca entender lo que puede ocurrir en el futuro y desarrollar las estrategias más convenientes.

Hay que partir de información disponible y ordenarla en forma coherente para llegar a describir un futuro con fundamento y lógica. Los datos e informaciones se deben analizar con seriedad y objetividad.

Básicamente se pueden construir dos escenarios extremos, uno pesimista y otro optimista. ¿Qué es lo mejor y qué es lo peor que puede ocurrir en cada caso?.

Cuando se completan los dos conjuntos de hipótesis extremas; se pueden balancear para llegar a una posibilidad intermedia, que es la que generalmente tiene una mayor probabilidad de

sucedier.

A partir de estas hipótesis de trabajo, es necesario preguntar:

¿Cómo nos puede afectar en caso de confirmarse en la realidad?

¿Qué amenazas u oportunidades surgen de cada posibilidad?

¿Cómo podemos prepararnos para aprovechar las oportunidades?

¿Cómo podemos evitar las amenazas?

De las respuestas van a surgir las estrategias que nos permitan tener definidas con anticipación las diversas líneas de trabajo para cumplir con nuestros objetivos en cada situación que deba enfrentar la empresa.

Los distintos escenarios que se pueden analizar son, entre otros:

Económico

Se refiere a todas aquellas variables que miden de alguna forma, la marcha de la economía.

- Evolución del Producto Bruto Interno.
- Tasa de inflación.
- Política monetaria (tasas de interés, créditos, etc.)
- Presión Impositiva.
- Ingreso nacional disponible.
- Tasa de desempleo.
- Comercio Exterior.
- Evolución comparada entre los distintos sectores de la economía.
- Tarifas de Servicios Públicos.

El ambiente económico consiste en una serie de factores que afectan el poder de compra y los patrones de gastos de la población.

Tecnológico

El escenario tecnológico es un poco más complicado de definir.

Está referido principalmente a los cambios que pueden esperarse para el período que se está considerando; en términos de desarrollos de nuevas tecnologías industriales, comerciales o de servicios, así como también la potencial aparición de nuevos productos o nuevos materiales.

- Disponibilidad tecnológica.
- Tecnología requerida (atraso tecnológico).
- Madurez y volatilidad.
- Patentes y derechos.
- Flexibilidad.
- Complejidad.
- Tasa de cambio.
- Tecnologías sustitutivas.
- Especialización tecnológica.

Político - Laboral

Comprende todas la variables que dependen directamente del accionar de las instituciones gubernamentales y de las corporaciones gremiales, incluidas, claro está, las agrupaciones empresarias, regionales, obreras, religiosas, militares, étnicas y de todo tipo que influyen sobre el sistema. Variables típicas de este escenario, son las huelgas parciales o generales, los compromisos sectoriales, la aprobación o desaprobación de determinadas leyes, los atentados terroristas, etc. Implica:

- Costos laborales.
- Legislación laboral
- Disponibilidad de mano de obra calificada.
- Disponibilidad y costos de capacitación.
- Normas de Seguridad.
- Grado de sindicalización.
- Grupos de presión y compromisos



sectoriales.

Político - Legal

Las estrategias de marketing dependen en gran medida de los acontecimientos en el ámbito político.

Este ambiente está integrado por leyes, decretos, resoluciones que responden a determinadas políticas de gobierno.

Los grupos de presión, influyen y limitan las actividades de diversas organizaciones e individuos en la sociedad. La protección del medio ambiente es una preocupación creciente y a partir de allí surgieron los grupos y partidos ecologistas.

Se fomentan también los usos alternativos de energía no contaminante (solar, eólica, hidráulica, etc.) frente al petróleo, gas, carbón que en algún momento se agotarán.

El escenario político - legal comprende:

Partidos, ideologías.

- Gobierno (P. Ejecutivo, Legislativo), oposición.
- Reglamentación sobre la competencia.
- Leyes de protección ecológica (medio ambiente).
- Leyes de protección de los recursos naturales.
- Convenios internacionales.
- Incentivos de promoción industrial.
- Proteccionismo.
- Protección al consumidor.
- Transferencia internacional de fondos.
- Legislación de comercio exterior.
- Legislación de mercado de cambios.
- Legislación de propiedad extranjera.

Demográfico.

La demografía es el estudio de las poblaciones humanas en cuanto a su tamaño, densidad, ubicación, edad, sexo, raza, ocupación y otros aspectos estadísticos.

Es necesario conocer los siguientes aspectos:

- Crecimiento de la población (país, región, provincia, ciudad).
- Migraciones internas.
- Migraciones externas.
- Distribución por edad.
- Distribución por sexo.
- Densidad poblacional.
- Proporción de población urbana/rural.
- Estructura familiar.

Socio - Cultural.

El ambiente cultural incluye a grupos de personas con sistemas de valores compartidos que se basan en las experiencias o situaciones de la vida común que afectan las preferencias y comportamientos básicos de la sociedad.

- Estilos de vida.
- Educación.
- Desarrollos ocupacionales.
- Transformación de necesidades.
- Moda.
- Porcentaje de población por nivel socio-económico.
- Medios de comunicación. Líderes de opinión.
- Impacto ecológico.
- Hábitos de consumo.

La competencia

Cada empresa enfrenta una amplia gama de

competidores. El concepto de marketing establece que para lograr el éxito, una empresa debe satisfacer las necesidades y los deseos de los consumidores mejor que como la hacen sus competidores.

Según Michael Porter, en cualquier sector, las empresas de distinta naturaleza y tamaño enfrentan los siguientes tipos de competidores:

a) Acción de los competidores existentes
Son los que venden productos y servicios similares a los de la empresa.

b) Acción de los competidores potenciales (amenaza de nuevos ingresos. Las empresas potencialmente competidoras pueden detectarse según tengan ciertas ventajas o facilidades competitivas, para entrar en el mercado.

c) Amenazas de posibles productos o servicios sustitutos. Se entiende por productos sustitutos aquellos que cumplen la misma función para el mismo grupo de compradores, aunque se originen en una tecnología diferente. Este tipo de amenazas se agrava en sectores de rápido cambio tecnológico o de fácil cambio de la relación calidad - precio.

d) La fuerza negociadora de clientes o compradores
Los compradores mantienen un determinado poder de negociación frente a los fabricantes, pudiendo influir en decisiones de precios, funciones del producto, condiciones de pago, etc.

e) El poder de negociación de proveedores.
El poder de los proveedores ante las empresas clientes radica en el hecho de que puede resultarles posible aumentar los precios de sus productos, reducir la calidad, limitar la cantidad vendida, etc.

La Empresa

Los aspectos que son necesarios tener en cuenta para el análisis de la empresa, en función de la importancia crítica para el estudio, comprende:

- Identidad, cultura, valores, estilos de conducción.
- Conocimiento del negocio y factores críticos de éxito.
- Resultados globales, por negocio, por producto, en términos económicos y financieros. Capital, recursos, endeudamiento, crédito, etc.
- Imagen (conocimiento de la marca, valoración, lealtad, satisfacción del cliente).
- Productos y servicios.
- Participación en el mercado, clasificado por producto y por segmento.
- Líneas de productos.
- Nuevos productos.
- Motivación y capacitación de los Recursos Humanos.

Es necesario, en definitiva, contar con un diagnóstico de la empresa, para tener un conocimiento profundo y detallado de la realidad actual, como instancia previa a cualquier decisión que implique un cambio.



PSICOLOGÍA EN LA EMPRESA

Andy Peralta Sarmiento

PSICOLOGÍA EN LA EMPRESA

LA MISIÓN

Toda organización tiene su misión propia y específica. Esta debe constar de una declaración formal y escrita, para que sirva de recordatorio periódico que indique a los empleados hacia dónde y cómo conducir los negocios.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA MISIÓN?

- Define una identidad corporativa clara y determinada.
- Da la oportunidad de que le empresa conozca cuáles son sus potenciales clientes.
- Aporta estabilidad y coherencia en las operaciones realizadas.
- Nos indica el ámbito en el que la empresa desarrolla su actuación.

LA VISIÓN

Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización.

Es el proyecto de lo que se quiere ser dentro de cierto plazo y el camino futuro que se pretende seguir hasta lograrlo.

La visión sólo se alcanza cuando todos en la organización trabajan en conjunto de manera integrada y coherente para que esto ocurra efectivamente.

LA IMPORTANCIA DE LA VISIÓN

Es fuente de inspiración, representa la esencia que guía la iniciativa, de esta se extraen fuerzas en los momentos difíciles y ayuda a trabajar por un motivo y en la misma dirección a todos los que se comprometen en el negocio.

Toda empresa debería contar con una misión, una visión y definir sus valores organizacionales. Pero, ¿qué significa esto?

La Misión es la razón de ser la empresa, el motivo por el cual existe. La misión incluye los objetivos esenciales del negocio y se enfoca generalmente hacia fuera de la empresa, es decir, hacia la intención de las demandas de la sociedad, del mercado o del cliente. La misión responde a tres preguntas básicas:

¿Quiénes somos?

¿Qué hacemos?

¿Por qué o para qué hacemos lo que hacemos?

Además deber ser: Objetiva y concreta, Clara, Posible y Motivadora.

¿CÓMO SE REALIZA LA VISIÓN?

Al responder preguntas como:

- ¿Cómo será el proyecto cuando haya alcanzado su madurez en unos años?
- ¿Cuáles serán los principales productos y servicios que ofrezca?
- ¿Quiénes trabajarán en la empresa?
- ¿Cuáles serán los valores, actitudes y claves de la empresa?
- ¿Cómo hablarán de la empresa los clientes, los trabajadores y la gente en general que tenga relación con ella?

VENTAJAS DE ESTABLECER UNA VISIÓN

Fomenta el entusiasmo y el compromiso de todas las partes que integran la organización. Incentiva a que desde el director general hasta el último trabajador que se ha incorporado a la empresa realicen acciones conforme a lo que indica la visión.

VALORES

Los valores y creencias centrales se deben enfocar en los empleados, los clientes, los proveedores, la sociedad en general y los socios involucrados directa o indirectamente en el negocio. Son los principios básicos que se deben observar en el actuar dentro de la organización para el logro de la misión. Indican la forma correcta de actuar para conseguir objetivos sin infringir leyes ni leyes de convivencia humana u otras normas sociales.

Los empresarios deben desarrollar virtudes como la templanza, prudencia, justicia y fortaleza para ser transmisores de un verdadero liderazgo.

Otros valores pueden ser: la puntualidad, el compromiso, el respeto y la responsabilidad con el medio ambiente, entre otros.

CARACTERÍSTICAS DE LOS VALORES:

- Son necesarios para producir cambios a favor del progreso.
- Son posibles en la medida en que se crea en ellos.
- No son ni pueden ser un simple enunciado, deben ser llevados a la práctica.

LA IMPORTANCIA DE LOS VALORES EN UNA EMPRESA

- Son grandes fuerzas impulsoras del cómo hacer el trabajo.
- Permiten posicionar una cultura empresarial.
- Marcan patrones para la toma de decisiones.
- Promueven un cambio de pensamiento.
- Se logra una baja rotación de empleados.



- Se evitan conflictos entre el personal.
- Con ellos los integrantes de la empresas se adaptan más fácilmente.
- Se logra el éxito en los procesos de mejora continua.

EL ORGANIGRAMA

¿QUÉ ES UN ORGANIGRAMA?

Un organigrama es una representación gráfica con elementos geométricos que representa la estructura organizacional de una empresa. En ellos se visualizan las múltiples relaciones e interacciones que tienen las diferentes áreas de la organización.

Esta herramienta tiene como fin mostrar las relaciones jerárquicas y competenciales de la organización. Tiene la particularidad de ser sencillo, entendible y sobre todo flexible.

ASPECTOS QUE REFLEJA EL ORGANIGRAMA.

- Relaciones funcionales existentes.
- Relaciones jerárquicas.
- Canales de comunicación a seguir desde cualquier puesto.
- Procesos que se pueden establecer al promover.
- Participantes de los procesos de selección de personal.
- Los responsables a la hora de realizar una evaluación de desempeño del personal.

OBJETIVOS

Para la dirección: Facilitar el conocimiento de las áreas y canales donde se desarrollan relaciones con las otras unidades que integra la organización.
Para el personal: Permitir a los trabajadores en general conocer la ubicación de puestos o funciones

dentro de la organización según su jerarquía.
Para el público: Tener una visión global de la estructura y posible funcionamiento de la organización.

LIMITACIONES

Representa la estructura formal u oficial. Es la única tomada en cuenta por los altos mandos de la organización.

Es complejo representar la comunicación que existe entre las distintas áreas que componen la organización.

Es necesario actualizarla con frecuencia. No refleja las relaciones humanas y se interpreta como una barrera de la organización pues los niveles jerárquicos más bajos se sentirán menoscabados en sus relaciones personales.

Tres grandes tipos de organigrama: Piramidal alto, achatado y extendido.

Piramidal alto: Innumerables niveles jerárquicos. Conlleva problemas de comunicación por sus barreras. Rigidez normativa y lentitud en toma de decisiones.

Extendido: Similar al piramidal alto pero con mucho más puestos y departamentos. Problemas de comunicación, roles, rigidez y lentitud.

Genera rivalidad entre personas de puestos similares para obtener una promoción.

Achatado: Muy pocos niveles jerárquicos, busca la promoción horizontal basada en el perfeccionamiento de las competencias personales y profesionales en el mismo puesto de trabajo.

Se utiliza en organizaciones que se organizan en base a equipos de trabajo.

GRÁFICO 1:
ORGANIGRAMA PIRAMIDAL ALTO

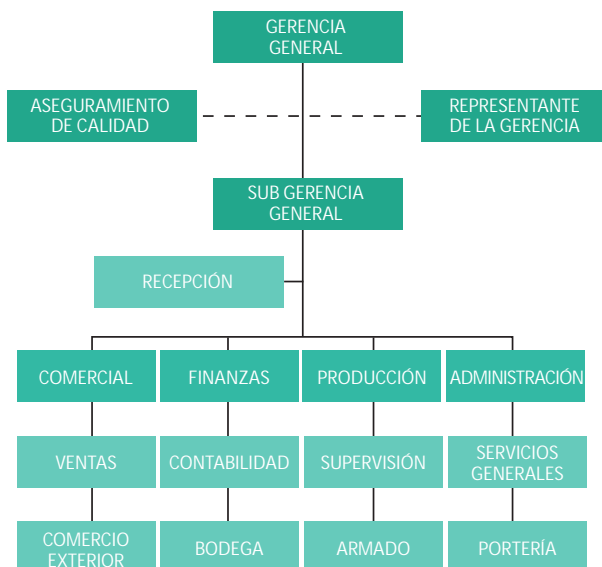


GRÁFICO 2:
ORGANIGRAMA EXTENDIDO

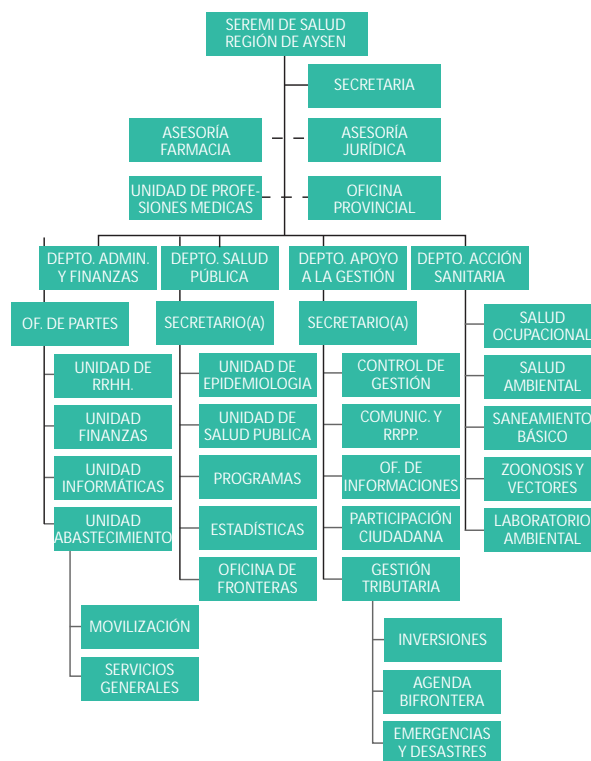
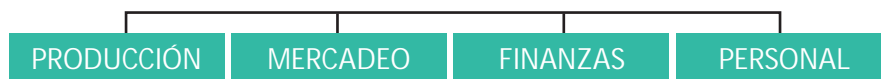


GRÁFICO 3:
ORGANIGRAMA ACHATADO



PERFIL DE CARGO

Es una recopilación de requisitos y cualificaciones personales, exigidos para el cumplimiento satisfactorio de las tareas de un empleado dentro de una institución (nivel de estudios, experiencia, aptitudes, etc.)

El perfil del cargo nace de un análisis del puesto vacante, definiendo las tareas, funciones, objetivos y metas que se deben alcanzar en dicho puesto. Des esta manera se puede precisar los atributos que debe tener aquella persona para obtener el empleo.

Para encontrar a la persona adecuada para el trabajo se debe desarrollar un proceso de selección comparando el perfil de cada uno de los candidatos con el requerido.

¿Qué implica la construcción de un perfil de cargo?

Un análisis del cargo. Esto es recoger información acerca del trabajo, de la organización, de los atributos necesarios para desarrollarse en el cargo y de la transformación de esa información en un producto útil y necesario para planificar, reclutar, evaluar, seleccionar, orientar y capacitar a un nuevo trabajador.

¿Cómo se construyen los perfiles de cargo?

Nacen del análisis y descripción del cargo, debe ser construido con precisión y debe incluir una selección de competencias que sean claves para el desempeño del titular del puesto. El listado y definición del perfil debe ser revisado periódicamente para adaptarlo a las nuevas tareas.

Tipos de perfiles de cargo

Perfil profesional: Es el perfil de las posibles profesiones que podrían ejercer determinadas funciones. Por ejemplo para Gerente General: Egresados en Administración de empresas con especialización en ventas.

Perfil ocupacional: El profesional deberá estar capacitado en... y podrá...

Perfil actitudinal: Consiste en determinar las capacidades éticas, creativas y emocionales de la persona.

Beneficios de la construcción de un perfil de cargo.

- Son perdurables en el tiempo y no dependen de las personas que ejecutan las funciones.
- Favorece los procesos de reclutamiento y Selección de Persona, puesto que se identifican las capacidades fundamentales para obtener rendimientos superiores en el ejercicio de las funciones.
- Facilita los procesos de evaluación de desempeño ya que establece criterios claros sobre los que enfocar la atención.
- Contribuye al ordenamiento de recursos humanos como departamento encargado de la gestión de personas.

TRABAJO EN EQUIPO

El trabajo en equipo es un método de acción desarrollado recientemente en las empresas con el fin de lograr mayor eficacia y eficiencia, mediante la sinergia del personal, es decir que la productividad o competitividad de la organización ya no se logra con las máquinas o materiales sino con la manera en que trabajan las personas.

La diferencia es totalmente favorable y que resultan claves la participación, la organización y la disciplina para la consecución de objetivos comunes.

El grupo es un pilar para el equipo, el trabajo es el sentido del equipo y el trabajo en equipo, es el RETO para todos.

Requisitos

- Tener un objetivo en común conocerlo y estar de acuerdo con el grupo.
- Cooperación
- Comunicación
- Involucramiento
- Compañerismo
- Espíritu de Equipo

Obstáculos

- Cada persona tiene objetivos propios y no están de acuerdo con los del grupo.
- Egoísmo
- Rumores y chismes
- Desinterés
- Antagonismo
- Individualismo

“Las personas dependientes necesitan de otras para conseguir lo que quieren. Las personas independientes consiguen lo que quieren gracias a sus propios esfuerzos. Las personas interdependientes combinan sus esfuerzos con los esfuerzos de los otros.”
El grupo es un pilar para el equipo, el trabajo es el sentido del equipo y el trabajo en equipo, es el reto para todos.



Stephen Covey

Beneficios

- Toda planificación comienza con la realización de un diagnóstico de la realidad
- Organiza la acción en bien de los intereses comunitarios y colectivos
- Evita exclusiones en el proceso de búsqueda de soluciones a los problemas.
- Busca el compromiso en el proceso de mejora de sus propias condiciones
- Focaliza la acción y evita la dispersión de esfuerzos provocando la articulación de actores
- Facilita la toma de decisiones consciente y objetivos



SALUD OCUPACIONAL

Daniela Díaz Ramírez

SALUD OCUPACIONAL

Es importante recordar que una alimentación debe ser siempre equilibrada, saludable, higiénica, adecuada, variada y económica.

Estrés, hábitos alimentarios y emociones

A diario estamos sufriendo cuadros de estrés, en cualquier momento; el tener una fecha límite en el trabajo o porque tratamos de realizar todas las diligencias temprano en la mañana, todos estamos expuestos al estrés, y cómo cada uno de nosotros maneja el mismo es ya una elección personal.

Los hábitos alimentarios emocionales tienen que ver con formas en que mucha gente maneja sus sentimientos negativos como la depresión, ansiedad, soledad, estrés y aburrimiento.

Muchas veces consumimos alimentos no saludables o cantidades no saludables de comida para así esconder pensamientos y sentimientos negativos. Saber qué es lo que nos hace comer en momentos de estrés es la clave para prevenir los hábitos alimentarios relacionados con los sentimientos, resulta importante poder reconocer dichos hábitos y saber cómo manejarlos.

¿Qué es el estrés?

El estrés es un término general para cualquier estímulo, ya sea psicológico o fisiológico, que requiere una respuesta o adaptación. El cuerpo humano está ante la presión todos los días y aún más, requiere una cierta cantidad de estrés para prosperar. Existen ambas formas de estrés, la buena y la mala, pero demasiado estrés de cualquier tipo puede ser dañino para el cuerpo. El estrés es una respuesta natural y necesaria del organismo que tiene como fin la supervivencia ante la presencia de algún peligro, sin embargo, este mecanismo de defensa se convierte en una fuente latente de diversas patologías al activarse de manera excesiva

Como emprendedor, probablemente no prestes atención a tendencias como la alimentación saludable. Pero es bueno revisar algunos antecedentes que permitan aumentar tu energía y disminuir los riesgos de enfermedades cardíacas y crónicas como la diabetes, así como mejorar su bienestar en general.

y durante tiempos prolongados.

Los principales signos de estrés que se pueden presentar son falta de sueño o interrupciones en el sueño, dolores de cabeza, de estómago, aumento o pérdida de peso, tensión muscular y calambres, cansancio, nerviosidad o ansiedad, problemas con la memoria y concentración, aumento de la irritabilidad, reacciones por encima de lo normal, problemas reproductivos y dolores en el pecho.

Las respuestas al estrés van a variar en cada persona, ya que cada uno reacciona al estrés en su propia manera. Existen maneras positivas y negativas de manejar el estrés. Algunas de las respuestas positivas, es elegir una actividad que se disfruta o un deporte, o el unirse a un grupo de apoyo para manejar el estrés, mientras que respuestas negativas se consideran el uso abusivo de sustancias o medicamentos, comer de más o comer debido a las emociones, anulando algunas de las tres comidas principales, o no comer para nada. Pueden ser dañinas para su salud, tanto física como mentalmente.

El estrés puede ser ocasionado por diversos orígenes, en donde podemos encontrar el ambiente laboral inadecuado, es decir, un mal clima laboral, donde las relaciones interpersonales no sean positivas ni nutritivas entre sí, la sobrecarga de trabajo, donde el tiempo ni las energías son suficientes para la demanda existente. También las responsabilidades y decisiones importantes, frente a las cuales se espera tener consecuencias positivas y de lo contrario producen niveles de ansiedad y la estimulación lenta y monótona, que no fomenta la creatividad y el desarrollo intelectual.

Podemos encontrar diversos síntomas asociados al estrés y van a tener repercusión en diversos ámbitos:

En el comportamiento; consumo excesivo de alcohol y tabaco, apetito deficiente o excesivo, evitar a los demás y es incapaz de disfrutar con la compañía de otras personas.

En las emociones; irritabilidad, ira y predisposición a estallar por cualquier cosa, dificultad para tomar decisiones, concentración mental y memoria deficientes, se siente sobrecargado e incapaz de sobrellevar tal carga, angustia permanente, ganas de llorar, ningún sentido del humor.

En lo físico; cansancio constante, insomnio, calambres, dolor muscular y otros dolores, incluidos el dolor de espalda y de cabeza, problemas en la piel, hipertensión, palpitaciones u otras sensaciones físicas, problemas respiratorios, incluidos el asma, respiración poco profunda e hiperventilación, indigestión, acidez de estómago, úlceras, diarrea nerviosa o estreñimiento.

¿Qué es el hábito alimentario guiado por las emociones?

Se refiere básicamente al consumo de alimentos en respuesta a las emociones, especialmente a las



emociones negativas, en vez de sentir hambre realmente. Algunos de los signos más comunes de los hábitos alimenticios relacionados con las emociones es el obsesionarse por las comidas, usar la comida como premio, divertirse comiendo, comer impulsivamente, y consumo fuera de control. También se consideran dentro de los signos el no poder parar de comer/continuar comiendo a pesar de sentirse satisfecho, esconder las evidencias de que está comiendo/comer en privado, sentimientos de culpa o remordimiento después de comer, desconexión de las señales psicológicas de hambre y saciedad, fluctuaciones del peso, no poder reconocer la razón por la que come, comer más rápido que lo normal.

Salud y Actividad Física

Los cambios sociales, laborales y en estilos de vida experimentados por la Sociedad Chilena han ido ocasionando, en las últimas décadas, un fuerte incremento de la obesidad en la población infantil, y por ende, en los adultos, pues han supuesto una modificación en los hábitos alimentarios y han contribuido al incremento del sedentarismo.

La alimentación saludable en conjunto con la actividad física previenen, además de la obesidad, la aparición de enfermedades asociadas a la misma (DM, ECV, etc.), contribuyendo, por otra parte, a un buen rendimiento escolar/laboral.

La Actividad Física (AF) corresponde a una conducta que consiste en cualquier movimiento producido por una contracción muscular que aumente en forma importante el gasto de energía adicional al que nuestro organismo necesita para mantener las funciones vitales (respiración, circulación de la sangre, etc.). Por tanto actividad física es andar, transportar un objeto, jugar al fútbol, bailar, limpiar la casa, etc.

Cuando la actividad física se planifica, se organiza y se repite con el objetivo de mantener o mejorar la forma física le llamamos Ejercicio Físico. Si, además este ejercicio físico se realiza dentro de unas reglas que conjugan actividades físicas con otras características de la persona, se llama Deporte.

Actividad Física Saludable, es la práctica de algún ejercicio o actividad física que hace transpirar o aumentar la frecuencia respiratoria, con una frecuencia de a lo menos 5 días a la semana y durante al menos 30 minutos.

La actividad física abarca el ejercicio, también otras actividades que entrañan movimiento corporal y se realizan como parte de los momentos de juego, del trabajo, de formas de transporte activas, de las tareas domésticas y de actividades recreativas. La persona físicamente activa, es aquella persona que cumple con los criterios de la definición actividad física saludable.

La persona sedentaria, es aquella persona que no realiza ejercicio de 5 veces a la semana con una duración mínima de 20 minutos por vez o menos de 3 veces por semana con una duración mínima de 30 minutos.

Beneficios para la salud

Debe adaptarse a cada edad y persona, podemos considerar que en una persona adulta la actividad física es beneficiosa para la salud si la intensidad moderada se realiza diariamente, o casi todos los días, con una duración mínima de 30 minutos. La duración aconsejada depende de la intensidad, si no se puede realizar actividad física de intensidad moderada, se puede realizar 60 minutos de intensidad suave. Los 30/60 minutos aconsejados pueden distribuirse en periodos de 10 a 15 minutos a lo largo del día. A mayor duración diaria, mayores serán los beneficios.

Para facilitar su realización, el mínimo diario puede integrarse en actividades cotidianas tales como caminar rápido a nuestro trabajo, subir escaleras, etc. Este mínimo de actividad física diaria es esencial. Los ejercicios y actividades de menor frecuencia, 2-3 veces por semana, pueden mejorar la forma física pero tienen efectos menos importantes para la salud.

Las actividades y ejercicios más intensos pueden ser igualmente beneficiosos aunque no siempre, por eso es importante consultar previamente con el médico antes de iniciar actividad.

¿Cómo medir la intensidad de la actividad física?

Primero que todo, ante una actividad física cualquiera, uno puede preguntarse: ¿Cómo me siento?, ¿Cuál es mi temperatura?, ¿Cómo se encuentra mi respiración?, ¿A qué ritmo late mi corazón?

Para una actividad con intensidad muy suave no hay ningún cambio en relación con el estado de reposo, la respiración es normal, como por ejemplo practicar paseos, limpieza fácil, etc.

Para una actividad con intensidad suave, al inicio

se presenta una sensación de calor, hay un ligero aumento del ritmo de la respiración y del ritmo de los latidos del corazón. Ejemplos de esto son paseos suaves, jardinería, estiramientos, etc.

Para una actividad con intensidad moderada, aumenta la sensación de calor y se inicia una ligera sudoración, el ritmo de la respiración y de los latidos del corazón se incrementa pero aún nos permite hablar ejemplo de esto son paseos rápidos, recorridos en bicicleta, bailes, natación, etc.

Para una actividad con intensidad vigorosa, la sensación de calor es bastante fuerte, la respiración se ve dificultada y falta el aliento, el ritmo de los latidos del corazón es elevado, algunos ejemplos son; Footing, baile rápido, deportes (natación, baloncesto, balonmano, etc.) a un nivel avanzado, etc.

Para una actividad con esfuerzo máximo, la sensación de calor es muy fuerte, existe sudoración abundante, el ritmo de los latidos del corazón es muy elevado y falta el aliento, por ejemplos: "Esprintar", deportes a un nivel alto, etc.

La actividad física es esencial para el mantenimiento y mejora de salud y prevención de las

Gasto energético en 1 hora de actividad física					
Actividad	50 kg	60 kg	70 kg	80 kg	90 kg
Ciclismo (ligero)	165	190	214	240	260
Baile (social)	223	255	285	315	350
Aquaerobics	235	290	310	360	400
Caminata	240	280	315	350	385
Natación	255	290	326	361	395
Gimnasia aeróbica	260	300	340	370	410
Futbol	430	490	550	610	670
Basketball (compet)	480	545	610	670	740
Squash	480	545	610	680	745
Trote (9km/h)	520	590	660	735	806

enfermedades, para todas las personas y a cualquier edad. Contribuye a la prolongación de la vida y a mejorar su calidad, a través de beneficios fisiológicos, psicológicos y sociales, que han sido avalados por investigaciones científicas.

Beneficios Fisiológicos

La actividad física reduce el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares, tensión arterial alta, cáncer de colon y diabetes. Ayuda a controlar el sobrepeso, la obesidad y el porcentaje de grasa corporal, fortalece los huesos, aumentando la densidad ósea, fortalece los músculos y mejora la capacidad para hacer esfuerzos sin fatiga (forma física).

Beneficios Psicológicos

La actividad física mejora el estado de ánimo y disminuye el riesgo de padecer estrés, ansiedad y depresión; aumenta la autoestima y proporciona bienestar psicológico.

Beneficios Sociales

Fomenta la sociabilidad, aumenta la autonomía y la integración social. Estos beneficios son especialmente importantes en el caso de discapacidad física o psíquica.

Componentes de la Actividad Física

La actividad física tiene muchos componentes, los más relacionados con la salud son la resistencia cardiorrespiratoria, la flexibilidad, la fuerza, resistencia muscular y la coordinación es un componente importante en la infancia.

Resistencia Cardiorrespiratoria: Es la capacidad de nuestro organismo para realizar tareas que necesitan el movimiento de grandes grupos musculares durante periodos de tiempo prolongados. En esas circunstancias, nuestro corazón y nuestros pulmones necesitan adaptarse

para llevar la suficiente sangre oxigenada a los músculos y recuperarse del esfuerzo realizado. Se puede fortalecer la resistencia cardiorrespiratoria realizando carrera suave, natación, bicicleta, remo, andar a ritmo ligero, salto, etc. Cuando se practiquen actividades de resistencia cardiorrespiratoria hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

Progresar lentamente; si no se han realizado actividades de resistencia durante cierto tiempo hay que empezar con esfuerzos suaves e ir aumentando la duración lentamente. Es conveniente que la actividad física sea amena y fácil de realizar para que pueda garantizarse una práctica regular. Se han de elegir aquéllas que más gusten e ir alternando su práctica. Si se van a realizar actividades de mayor intensidad que las moderadas, es necesario consultar previamente con el médico.

Fuerza y Resistencia Muscular: Es la capacidad del músculo para generar tensión, y por tanto para vencer una fuerza opuesta. La resistencia muscular es la capacidad del músculo para mantener su contracción durante un periodo de tiempo prolongado.

Las actividades de fuerza y resistencia muscular se pueden practicar con el propio peso (saltar a la cuerda, trepar, correr, etc.), con el peso de un compañero (jugar a la carretilla, jugar a tirar de la cuerda, etc.) o con actividades como lanzar un balón, remar, realizar ejercicios de fuerza en un gimnasio, sostener o empujar algo, transportar objetos, etc.

Cuando se practiquen actividades de fuerza o resistencia muscular hay que tener en cuenta progresar lentamente; si no se han realizado actividades de fuerza durante cierto tiempo hay que empezar con esfuerzos suaves para evitar lesiones. Para realizar ejercicios de fuerza no son

imprescindibles las pesas. El transporte del propio peso corporal (trepar, saltar, correr, etc.) o de otros objetos no muy pesados entrena la fuerza suficientemente.

Cuando se practiquen actividades de fuerza o resistencia muscular hay que tener en cuenta que un trabajo de fuerza con excesiva carga puede ser perjudicial en la infancia, porque el cuerpo está en desarrollo y debe protegerse el cartílago de crecimiento. Si se tiene alguna duda, es recomendable el asesoramiento de un profesional experto (profesional de la actividad física, médico, técnico deportivo).

Flexibilidad: Es la capacidad que tienen las articulaciones de realizar movimientos con la mayor amplitud posible. La flexibilidad no genera movimiento, sino que lo posibilita. Algunas actividades físicas que mejoran la flexibilidad son: estirar suavemente los diferentes músculos, bailar, jugar a los bolos, a la goma elástica, pasar la aspiradora, practicar deportes (gimnasia, karate, etc), hacer ejercicios de estiramientos específicos dirigidos por un profesional, etc.

Cuando se practiquen actividades de flexibilidad hay que recordar:

Aumentar la amplitud de movimiento de forma progresiva. Se requiere cierto tiempo para apreciar el progreso.

Realizar frecuentemente estas actividades porque la flexibilidad se pierde si no se trabaja, ayuda a evitar lesiones y además disminuye con la edad.

Aunque en la infancia se es más flexible que en la edad adulta, conviene iniciar las actividades de flexibilidad en edades tempranas y mantenerlas a lo largo de la vida. Es importante incluirlas tanto al principio como al final de las sesiones de actividad

física, se debe evitar las sensaciones dolorosas, es conveniente realizar los estiramientos de forma lenta, sin rebotes ni sacudidas.

Coordinación: Es la capacidad para utilizar los sentidos, especialmente la visión y la audición, junto con el movimiento y las diferentes partes del cuerpo, para desarrollar movimientos con precisión y suavidad.

Las actividades de coordinación incluyen el equilibrio corporal, es decir, la habilidad para mantener una determinada postura oponiéndose a las fuerzas que pueden afectarla, especialmente a la gravedad (Ej. andar sobre una barra fija), el ritmo (Ej. moverse al son de una música). La percepción del cuerpo en el espacio y la coordinación espacial (Ej. Aprender a realizar una voltereta, aprender un paso de baile, etc.), la coordinación ojo-pie (Ej. Golpear o conducir un balón con el pie) y la coordinación ojo-mano (Ej. Golpear una bola con una raqueta, lanzar o recibir una pelota con la mano).

Las actividades de coordinación evitan caídas y accidentes, proporcionan una gran satisfacción en la infancia, son muy importantes para el desarrollo físico psíquico. El aprendizaje de estas destrezas es un proceso distinto para cada persona, algunas personas requieren más tiempo que otras.

Se pueden realizar en las tareas cotidianas como; caminar y pasear, subir y bajar escaleras, desplazarse en bicicleta, realizar tareas domésticas. Dentro de las actividades dirigidas están aquellas realizadas en el tiempo libre como; ir a clase de baile, gimnasia, natación, etc, entrenar en un equipo deportivo, participar en actividades en la naturaleza, ir a sesiones de rehabilitación.

Entre los juegos y actividades deportivas y recreativas están; jugar al fútbol en la playa, jugar



al voleibol en la playa, nadar en el mar o en la piscina, ir de excursión en bicicleta.

Motivos para realizar actividad física

- Pasarlo bien.
- Compartir experiencias con la familia.
- Contar con la ayuda de una persona entusiasta en la actividad física.
- Sentir que la actividad es una elección personal.
- Sentirse competente y en forma.
- Jugar con sus iguales.
- Experimentar una variedad de actividades y movimientos.

Desmotivaciones al realizar una actividad física

- Dar más importancia a ganar que a jugar.
- No progresar. No tener ayuda para mejorar las habilidades.
- Realizar lo mismo una y otra vez.
- Sentir presión por jugar.
- Lesionarse a menudo.
- Sentirse ridiculizado.
- La imposición externa de la actividad que se realiza.



Consejos para una alimentación saludable

Las frutas y verduras son alimentos que nos aportan diversas vitaminas y minerales, indispensables para el buen funcionamiento de nuestro organismo, por lo que se recomienda el consumo de 3 frutas de distintos colores, y dos platos de verduras al día.

El consumo de cereales como arroz, fideos, choclo, arvejas, avena y sémola, debe ser medido en una taza pequeña de 200 g aproximadamente.

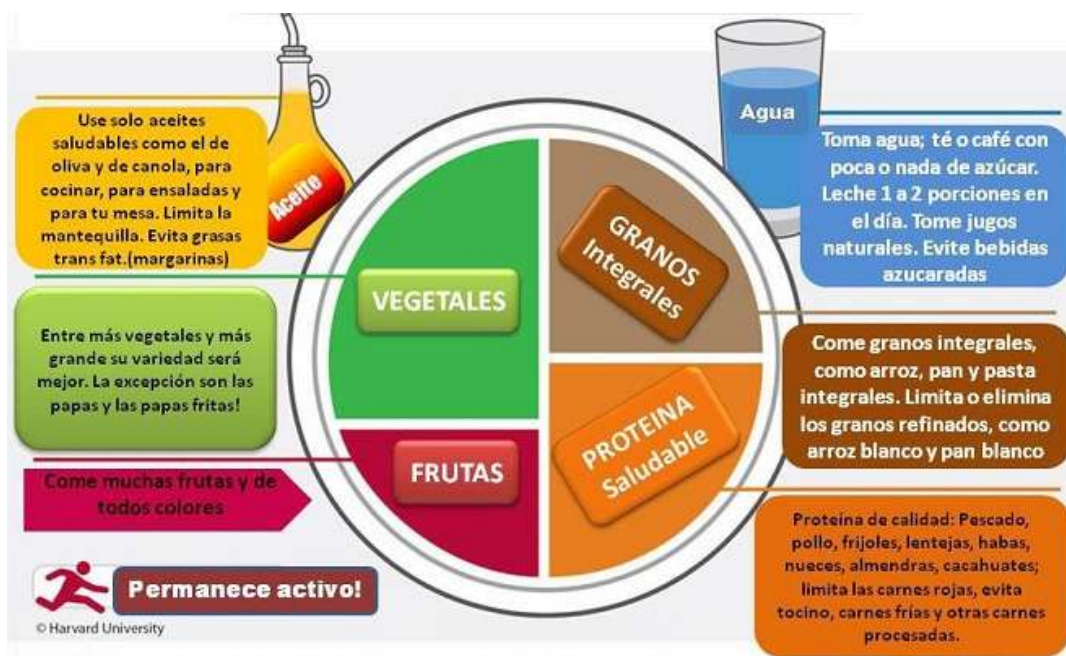
Las legumbres, nos ayudan a prevenir el cáncer, previenen enfermedades cardiovasculares, disminuyen el colesterol, favorecen la digestión, y tienen un gran aporte de vitaminas y minerales. Además las legumbres reemplazan la carne cuando éstas son preparadas con arroz, fideos, o mote. Es importante comerlas 2 veces por semana.

Respecto a los lípidos o grasas, se deben preferir siempre aquellos alimentos que aporten colesterol bueno como el pescado, dos veces por semana, y preferir el aceite crudo. En cuanto a las frituras se

recomienda comerlas lo más alejadas posibles, considerando su consumo 1 a 2 veces en el mes.

En el grupo de los lácteos encontramos la leche, yogurt, queso y quesillo, los cuales deben consumirse 2 veces al día. Para el adulto se recomienda que el consumo de leche o yogurt sea descremado. Se debe moderar el consumo de leche entera, queso amarillo, de cabra, mantecoso, yogurt batido, y helados de crema. Este grupo de alimentos nos aportan principalmente proteínas y carbohidratos. También encontramos otras proteínas de alto valor biológico como las carnes rojas, carnes blancas, y clara de huevo. El consumo de sal y azúcar se ven alterados en la mayoría de la población, por ello se recomienda cuidar el consumo exagerado tanto de sal como de azúcar. El azúcar es un carbohidrato simple, y es el que tiene más calorías que el resto. En aquellas personas que les complica el dejar el sabor dulce, se recomienda el consumo de sucralosa o stevia, siendo ambas una buena opción.

Respecto a la sal, se recomienda no agregar sal a



las comidas que ya la tienen, y se aconseja eliminar el salero de la mesa. No solamente se necesita de sal para mejorar el sabor de nuestras preparaciones, sino que también podemos optar por aliños como ajo, eneldo, laurel, y orégano.

La mayoría de las personas cuando tienen sensación de sed y necesita hidratarse, tiene la opción de comprar: agua o una bebida, siendo la bebida la que prevalece. Según las recomendaciones de una alimentación saludable, frente a la interrogante de ¿con qué me hidrato?, deberíamos preferir el consumo de agua, ya que se recomienda consumir entre 6 a 8 vasos de agua diarios, incluyendo líquidos como la leche, té, agua de hierbas, sopas, entre otros. Se debe tener cuidado en preferir bebidas, y jugos azucarados, o alcohol, ya que a través de éstos, estamos aportando calorías vacías, y azúcar extra a nuestro organismo.

Últimamente se ha hecho gran hincapié en la lectura del etiquetado nutricional, y considerar éste al momento de la elección entre un alimento y otro, en donde antes de ver calorías, se debe ver las porciones primero. Los alimentos enlatados tienen mayor cantidad de grasa, sodio, y azúcar.

¿Cómo podemos calcular el estado nutricional?

El estado nutricional lo podemos obtener mediante el cálculo del índice de Masa Corporal (IMC), que calcula el peso dividido por nuestra talla al cuadrado. Dependiendo del valor de nuestro IMC, vamos a considerar un estado nutricional tal como se muestra a continuación:

IMC de 18,5 a 24,9: Normal

IMC de 25 a 29,9: Sobrepeso

IMC mayor a 30: Obesidad

" Que tu alimento sea tu medicina y que tu medicina sea tu alimento".



Hipócrates

La circunferencia de cintura es un indicador de riesgo cardiovascular, por lo que su medición resulta fundamental. En mujeres se recomienda que sea menos de 83 cms. para que sea saludable, mientras que en hombres se recomienda menos de 102 cms.

Existe un grado de compromiso a nivel país por la promoción y prevención en salud, en donde se han implementado diversos programas en beneficio a una vida más saludable, entre ellos está: "Guía para una vida saludable", "¿Cómo mejorar nuestros hábitos de alimentación?", "Programa Nacional de Alimentación Complementaria", "6 claves para hacer una mejor compra" y "5 al día", entre otras.

Las Guías Alimentarias son mensajes comunicacionales actualizados y validados a nuestro contexto, contribuyendo a las metas que establece la OMS (2004), intentando contribuir a que las personas logren un equilibrio energético y un peso normal, limitando la ingesta energética proveniente de las grasas, azúcares libres y sal, aumentar el consumo de frutas y hortalizas, legumbres, cereales integrales y frutos secos.

Los estilos de vida de los chilenos, desde el 2005, en donde se publicaron las Guías Alimentarias por el Ministerio de Salud, han experimentado grandes cambios. Existen diversas fuentes de información como la televisión, internet, redes sociales, entre otros, que permiten que los consumidores estén más informados y más exigentes. Sin embargo, el marketing comercial de los alimentos se podría explicar como la causa del aumento en la ingesta de alimentos calóricos, refrescos azucarados y comidas fuera del hogar.

El equipo técnico del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de

Chile (INTA), confirmó que los nutrientes críticos establecidos en la nueva Ley de Composición Nutricional de Alimentos y su publicidad, publicada en el año 2012, son la energía, las grasas saturadas, los azúcares y el sodio.

Las Guías Alimentarias para la Población Chilena se basan en las recomendaciones nutricionales vigentes, pero también se centran en los alimentos para valorar la mantención de peso saludable y la salud óptima, por medio de una alimentación que asegure mantener un balance energético y una ingesta apropiada de nutrientes esenciales en cada etapa del ciclo vital.



Los mensajes de las Guías Alimentarias tienen énfasis en la ingesta de nutrientes críticos. Por ende, las Guías Alimentarias corresponde a un conjunto de mensajes educativos los que se adaptan a los conocimientos científicos sobre la alimentación y actividad física correspondientes a las necesidades de la población general, considerando su situación de salud y factores socioculturales que los afectan.

Es por esto que se definieron 11 mensajes en estas nuevas Guías Alimentarias según perfil epidemiológico.

A continuación se presentan los nuevos 11 mensajes presentes en estas Guías.

1.- Para tener un peso saludable, come sano y realiza actividad física diariamente.

Este mensaje recalca la importancia de mantener un peso saludable durante toda la vida, como factor protector de enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT), en donde el sobrepeso y la obesidad son las principales causas de estas enfermedades como la diabetes, hipertensión arterial, enfermedades cardiovasculares y algunos tipos de cáncer.

No basta con que la persona se alimente saludablemente, sino que también debe ir acompañado este hábito con el de realizar actividad física, siendo este complemento importante para mantener un buen estado de salud, ya que si la persona es sedentaria igual tendrá riesgo de presentar enfermedades crónicas no transmisibles. Lo mismo sucede con una persona que realiza actividad física y su alimentación incluye un exceso de calorías, grasas saturadas, azúcares o sodio, de igual manera va a presentar este tipo de enfermedades.

2.- Pasa menos tiempo frente al computador o a la

tele y camina a paso rápido, mínimo 30 minutos al día.

La actividad física que realice cada persona influirá sobre el exceso de energía que se deposite en las células, ocurriendo de forma progresiva en el tejido adiposo, en el músculo y en órganos vitales como el hígado, corazón y páncreas, comprometiendo sus funciones. Esta recomendación hace hincapié a los beneficios que tiene la caminata sobre la utilización de las grasas como en el fortalecimiento del sistema respiratorio, el aumento del tono muscular y la disminución del porcentaje de masa grasa. Se recomienda al menos 30 minutos diarios de caminata rápida en adultos y aumentar la actividad física a 60 o 90 minutos diarios en niños.

3.- Come alimentos con poca sal y saca el salero de la mesa.

El consumo recomendado de sal es de 5 g/día y se está consumiendo más del doble de esta cifra, especialmente debido al alto consumo de productos procesados que contiene sal o aditivos con sodio. El sodio es un nutriente esencial pero debe estar presente en pequeñas cantidades en nuestra alimentación. Por medio de este mensaje se intenta que la población seleccione y consuma alimentos con menos contenido de sal y así ir disminuyendo los riesgos de presentar Hipertensión Arterial o presión elevada asociándose esto a enfermedades cerebrovasculares y cardiopatías isquémicas. Es por esto, que es necesario leer las etiquetas de los alimentos y seleccionar los que tienen menor contenido de sodio (sal).

4.- Si quieres tener un peso saludable, evita el azúcar, dulces, bebidas y jugos azucarados.

Los azúcares agregados a los alimentos son considerados como un nutriente crítico ya que su exceso se asocia a obesidad, síndrome metabólico

e, indirectamente, a través de la obesidad se presenta la diabetes, enfermedades cardiovasculares y cáncer. Es necesario preferir el consumo de azúcares de los alimentos como frutas, verduras y lácteos. Las ingesta de azúcar en bebidas gaseosas y jugos azucarados son la principal causa de obesidad en niño.

5.- Cuida tu corazón evitando las frituras y alimentos con grasas como cecinas y mayonesa.

El consumo de grasas saturadas es el principal factor de riesgo de hipercolesterolemia y enfermedades cardiovasculares. Es por esto, que se debe reducir el consumo de frituras y disminuir el consumo de alimentos altos en grasas como carnes, cecinas y mayonesa.

6.- Come 5 veces verduras y frutas de distintos colores, cada día.

El bajo consumo de frutas y verduras es un factor de riesgo de presentar enfermedades cardiovasculares y cáncer. Esta recomendación se debe fortalecer ya que es importante el aporte de fibra, vitaminas, minerales y compuestos bioactivos de frutas y verduras, siendo beneficiosos para la salud y prevención de enfermedades crónicas no transmisibles.

7.- Para fortalecer tus huesos, consume 3 veces al día lácteos bajos en grasas y azúcar.

Debido a su importante aporte en calcio, es importante promover su consumo, privilegiando productos con menor contenido en grasa. Además, estos productos aportan proteínas de alto valor biológico y vitaminas del complejo B. Es necesario escoger lácteos bajos en azúcar y grasas.

8.- Para mantener sano tu corazón, come pescado al horno o a la plancha, 2 veces por semana. El pescado es un alimento que tiene un aporte

importante de proteínas de alto valor biológico, hierro, zinc, además de aportar ácidos grasos omega 3 importante para la prevención de enfermedades cardiovasculares y desarrollo del sistema nervioso. Se recomienda prepararlo al horno o cocido evitando las frituras.

9.- Consume legumbres al menos dos veces por semana, sin mezclarlas con cecinas.

Las legumbres presentan alto aporte de proteínas, fibra, vitaminas y minerales.

10.- Para mantenerte hidratado, toma 6 a 8 vasos de agua al día.

El agua es importante para la mantención de la temperatura corporal y el equilibrio hidroelectrolítico. La población ha preferido consumir el agua en bebidas y jugos azucarados agregando calorías a la alimentación, aumentando el riesgo de presentar sobrepeso y obesidad. 11.- Lee y compara las etiquetas de los alimentos y prefiere los que tengan menos grasas, azúcar y sal (sodio).

Los alimentos envasados presentan un etiquetado nutricional, el cual se caracteriza por tener la información nutricional de cada alimento. La mayoría de los alimentos procesados aportan muchas calorías y nutrientes críticos como son las grasas saturadas, azúcar y sodio. Es por esto, que se debe aprender a leer el etiquetado nutricional y comparar y seleccionar los alimentos que contiene un menor aporte de calorías y de estos nutrientes críticos.

Algunas de las recomendaciones básicas para mejorar la alimentación es:

- Beber un mínimo de 8 vasos de agua pura al día.



- Consumir alimentos frescos y preferiblemente de la estación.
- Consumir en un 50% las frutas y verduras crudas.
- Consumir alimentos variados.
- En lo posible elegir alimentos de origen vegetal.
- Aumentar el consumo de alimentos integrales o sin refinar.
- Evitar el consumo de alimentos procesados.
- Masticar bien los alimentos (el proceso digestivo comienza en la boca).
- Mantener un ambiente tranquilo al momento de tomar el alimento (evitar televisores, celulares y discusiones durante la comida).

Drogas y Nutrición: Otros factores de riesgo para la salud

A modo de introducción es bueno conocer la definición de conceptos relacionados con el abuso de sustancias.

La tolerancia, es cuando el organismo, se adapta a las cantidades que circulan por el cuerpo, para así

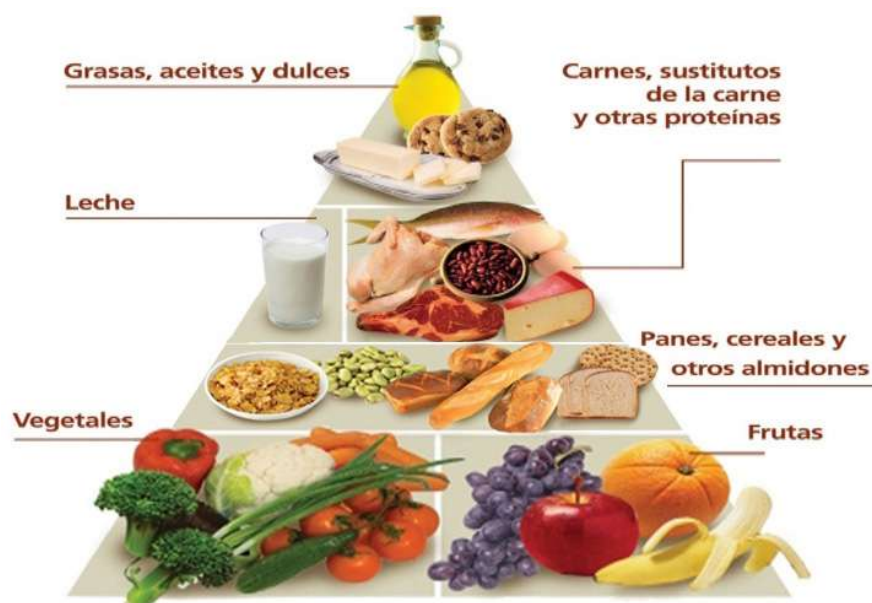
poder conseguir el efecto, hay que tomar una cantidad cada vez mayor. Por otra parte el síndrome de abstinencia, considera síntomas tanto físicos o psicológicos, desagradables cuando se interrumpe el consumo y que, de un modo u otro, fuerzan al individuo a volver a consumir para evitarlos. Finalmente la dependencia de una droga, es un diagnóstico psiquiátrico y puede presentarse y ser definida de forma muy diferente dependiendo de la sustancia y del tipo de persona.

¿Qué entendemos por drogas?

Se define como droga "Toda sustancia, que introducida en el organismo por cualquier vía de administración, produce alteración de algún modo en el sistema nervioso central y es susceptible de crear dependencia, ya sea psicológica, física o ambas".

Estas se clasifican en:

1. Depresoras del Sistema Nervioso Central: como el alcohol, tranquilizantes, hipnóticas, inhalantes, opiáceos
2. Estimulantes de la actividad del sistema nervioso



central: como anfetaminas, cocaína, nicotina, xantinas.

3. Sustancias psicodélicas: como alucinógenos (LSD, mescalina), derivados del cannabis (hachís, marihuana), drogas de síntesis (éxtasis, ketamina). Las principales vías de consumo de drogas son fumadas, por vía oral, aspirada, inhaladas e inyectadas.

La cannabis es una planta con cuya resina, hojas y flores, se elaboran las sustancias psicoactivas más conocidas y utilizadas.

Sus principales efectos son:

Efectos Psicológicos; de relajación, lentitud en el paso del tiempo, alteraciones sensoriales, incapacidad para expresarse, desinhibición, somnolencia, incapacidad de concentración.

Efectos Fisiológicos; como el aumento del apetito,

ojos brillantes y enrojecidos, sudoración, sequedad de la boca, taquicardia, y somnolencia. La cocaína, principalmente las hojas de coca, son sometidas a diversos procesos de elaboración química, dan lugar a distintos derivados como clorhidrato de cocaína, sulfato de cocaína, pasta base.

Sus principales efectos son:

Efectos Psicológicos; como euforia, excitación, aumento de la sociabilidad, hiperactividad, locuacidad, aceleración mental,

Efectos Fisiológicos; como disminución de la fatiga, inhibición del apetito, reducción del sueño, aumento de la presión arterial.

Las drogas de síntesis provocan diversos efectos:

Efectos Psicológicos; como euforia, desinhibición,



locuacidad, aumento del autoestima, agresividad.

Efectos Fisiológicos; como taquicardia, aumento de la presión arterial, sudoración, temblores, hipertermia, sequedad de la boca, contracción de la mandíbula, deshidratación.

Por otra parte las anfetaminas son psicoestimulantes producidos en laboratorio. Su uso debe ser indicado por un médico.

Sus efectos son:

Efectos Psicológicos; son agitación, aumento del autoestima, alerta y vigilancia, euforia, verborrea, agresividad.

Efectos Fisiológicos; como insomnio, sudoración, taquicardia, sequedad de la boca, incremento de la tensión.

Finalmente encontramos el grupo de los alucinógenos, que son drogas que al llegar al cerebro, provocan alteraciones en su funcionamiento neuroquímico que afectan la manera de percibir la realidad.

Sus efectos se clasifican en:

Efectos Psicológicos; alteración de la percepción, alucinaciones, euforia, verborrea, hipersensibilidad sensorial, confusión mental, hiperactividad.

Efectos Fisiológicos; taquicardia, hipotensión, descoordinación motora, hipertermia, dilatación de la pupila.

Consumo de Alcohol

Claramente que el consumo de alcohol trae consecuencias Negativas: tanto para la salud física y para la salud mental, así como para la persona

que consume alcohol, y también para terceros. También su consumo tiene repercusión en el desempeño social, académico o laboral, donde puede verse alterada la seguridad de la persona y terceros.

Cerca del 80% de la población Chilena, mayor de 15 años se declara bebedor de alcohol. En dónde un 60% declara un consumo mensual, y de los cuales el 64% son hombres, y el 50% son mujeres. Dentro de las principales consecuencias que puede ocasionar su consumo se encuentran traumatismo de cráneo, gastritis, impotencia y disminución del lívido, arritmias cardíacas, diarrea crónica. Además de daño hepático, y neuropatías periféricas. El metabolismo del alcohol está a cargo del hígado, lo que a la larga puede producir malnutrición.

Su excesivo consumo provoca una alteración en el estado nutricional, provocando alteración en el equilibrio de la glucosa, infiltración de grasa en el hígado, aumento col LDL (colesterol "malo"), inhibición de proteínas y reducción de absorción de ácido fólico. Además también produce disminución de la absorción de la vitamina B1, aumenta excreción urinaria Vitamina B6, reduce la absorción de zinc y altera la absorción de Calcio.

El consumo de alcohol está directamente relacionado el desarrollo de desnutrición u obesidad. No sólo se ven alterados funcionamientos en el organismo, sino que además puede provocar alteraciones de la memoria, alucinaciones, violencia en la familia, negligencia con los niños, accidentes de tránsito, sexo inseguro, desempleo, entre otras.

Consumo de tabaco

El tabaco es el gran responsable de modificar las preferencias alimentarias (gusto), produciendo alteración en la ingesta de energía y nutrientes. Entre más cigarrillos se fumen, mayores alteraciones. Es muy común asociar que los fumadores, tengan



un aumento en el consumo de café y alcohol.

El consumo de tabaco es considerado una enfermedad crónica, en donde existe una adicción a la Nicotina.

Los principales componentes del humo son: la nicotina, tóxicos carcinógenos, irritantes y mutágenos; provocando graves daños. Tiene la capacidad de inducir a Cáncer y resulta ser la principal causa de enfermedad, discapacidad y muerte en el mundo. Daña casi todos los órganos del cuerpo provocando enfermedades y alteraciones de la salud.

En Chile se consumen aproximadamente 1.150 Cigarrillos anuales por cada adulto, en donde el 70% de los escolares de 15 años ya poseen el hábito de fumar.

¿Cuáles son los riesgos del consumo de tabaco?

Existe un mayor riesgo de un evento cardíaco mortal, de 10 a 20 veces más probabilidades de presentar cáncer pulmonar, cáncer de boca, laringe, esófago, páncreas, riñón, vejiga, cuello uterino. De 2 a 3 veces más probabilidades de padecer úlcera péptica, 3 veces mayor riesgo de Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica (EPOC). Y en aquellas personas no fumadoras, pero con pareja fumadora, existe un 24% más de probabilidades de presentar un cáncer pulmonar.

Las principales consecuencias del consumo de tabaco es ocasionar efectos en la ingesta y absorción, síntesis y metabolismo de los ácidos grasos séricos, disminución de la ingesta de vitaminas y minerales, donde las deficiencias nutricionales a veces no se manifiestan hasta que se detectan con otros problemas de salud.



PREVENCIÓN DE RIESGOS

Jorge Medina Sandoval

PREVENCIÓN DE RIESGOS

Al levantarnos cada mañana tenemos que cuidarnos para que nuestras vidas continúen en forma satisfactoria, porque en ella están todas nuestros sueños personales y familiares y nosotros somos responsables de nuestras acciones y así evitamos accidentarnos. Nuestro entorno es riesgoso por la dinámica de la vida y desarrollo del quehacer de la actividad humana en los diferentes procesos de la economía.

La prevención de riesgos juega un rol primordial y esta definida como la técnica que permite el reconocimiento-evaluación y control de riesgos ambientales que pueden causar accidentes y/o enfermedades profesionales. Con este concepto bien definido realizaremos nuestro trabajo mucha precaución en beneficio de nuestra integridad física, como asimismo, de la empresa.

Un accidente tiene un profundo impacto en la persona que lo sufre porque afecta su salud mental y física, disminuyen sus ingresos, altera la convivencia familiar.

Mientras para la empresa hay un daño en su imagen corporativa, sufre sanciones y el ambiente deja de ser un lugar seguro y sano para laborar.

Definamos dos conceptos que son muy importantes:

Incidente: Acontecimiento no deseado que resulta o puede resultar en pérdidas.

Accidente: Acontecimiento o acto no deseado que interrumpe un proceso normal de trabajo causando lesiones personales y/o daños materiales.

"No Hay Accidente Sin Causa"

RECUERDE:

- Mire siempre por donde camina.

Objetivo: Analizar los conceptos básicos que intervienen en la ocurrencia de los accidentes del trabajo y métodos generales de control.

- Preocúpese del orden y limpieza del área.
- Colabore en: Limpieza y Señalización.
- Informe la existencia de cualquier irregularidad o riesgo en su área de trabajo. Por ejemplo pisos y pasillos.

Ley de Causalidad

Siempre habrá una causa que da origen a un Accidente-Incidente lo que indudablemente se traduce en pérdidas.

Condiciones Inseguras:

- Fallas en disposición.
- Distribución del trabajo o equipos.
- Diseños inadecuados.
- Planificación y control operacional.
- Desgaste por uso.
- Mantención preventiva.
- Métodos o procedimientos inadecuados.
- Normalización de las operaciones.

Acciones Inseguras:

- No usar elementos de protección personal (ej. Cinturón de seguridad).
- Actuar en forma temeraria y/ o negligente (ej. Inclinarsse fuera de la baranda).
- No respetar procedimientos de trabajo seguros. (Ej. Usar escala en ángulo fuera de norma)
- Improvisar superficies de trabajo. (Ej. Usar cajas, tambores)

La salud y seguridad en el trabajo

Desde los tiempos de la Revolución Industrial hasta fecha se ha ido lentamente creando procesos en que la Ingeniería en Prevención de Riesgos es primordial para la protección de los trabajadores. Se han confeccionado procedimientos, matrices de riesgos, dictados charlas y cursos con la finalidad de crear una Cultura Preventiva, pero hoy en día se concluye que el Autocuidado es el mejor aporte para que el trabajador sea su propia seguridad.

Factores de Riesgo:

- Carga de trabajo.
- Condiciones de seguridad.
- Organización del trabajo
- Contaminación química y biológica.
- Factores ambientales.

Superficies de Trabajo.

Medidas: Siempre debemos observar por donde caminamos diariamente y ase evitamos caídas que después tenemos que lamentar.

Manejo de Materiales: Es todo movimiento de materiales que se realiza dentro de una operación

o trabajo. Puede ser manual o mecanizado pero su principal riesgo es el SOBRESFUERZO.

Riesgos:

- Lesiones a la columna.
- Hernias discales.
- Golpes en extremidades.
- Heridas en las manos

Medidas:

- Llevar la carga apegada al cuerpo y mirar siempre adelante.
- No torcer la espalda.
- Verificar el peso, volumen, aristas.
- Doblar las rodillas al levantarla.
- Siempre empujar nunca tirar.
- La carga no debe obstruir la visión del operador.
- Estibar ordenadamente la carga.
- Cargarlos de acuerdo a la capacidad del operador.
- Efectuarles mantención preventiva.

Equipos Motorizados.



Medidas:

- No permitir pasajeros.
- Operar solo personal entrenado y autorizado.
- Respetar normas de conducir.

Riesgos Electricos. Efectos del Golpe Electrico:

- Paro cardiorrespiratorio.
- Lanza a la personas lejos.
- Muerte.

Medidas:

- Opere equipos conectados.
- No recargue circuitos.
- Informe cualquier defecto.
- Equipos siempre conectados a tierra.
- No intervenga tableros sin autorización.

Como Evitar Incendios

Medidas de control: Lugar de trabajo limpio y ordenado. No almacenar líquidos inflamables en lugares de trabajo. Utilizar envases adecuados. No sobrecargar instalaciones eléctricas. No fumar en lugares restringidos.

Observar indicaciones de: "NO TRABAJAR CON LLAMA ABIERTA". Si no puede controlar el fuego, abandone rápidamente el lugar. ¡LOS EXTINTORES SOLO SIRVEN PARA APAGAR FUEGOS INICIALES! DÉ LA ALARMA DE INMEDIATO

Fundamentos de Higiene Industrial

Evitar que los trabajadores adquieran enfermedades ocupacionales mediante el reconocimiento, evaluación y control del ambiente laboral.

¿Qué es una enfermedad profesional?

Es aquella causada de una manera directa por el ejercicio de una profesión u oficio (efecto lento y progresivo).

Adquirir una enfermedad profesional por exposicion del trabajador a:

- Tipo de agente o sustancia toxica dañina.
- Concentracion o cantidad de esa sustancia en el ambiente mayor a lo permitido.
- Tiempo de exposicion o contacto.
- Susceptibilidad individual.

Riesgos Ambientales:

- Riesgos quimicos: vapores, nieblas, gases, polvos y humos.
- Riesgos fisicos: agente ruido, sordera, calor, agotamiento(calambres), radiaciones.

Efecto: quemaduras, daño a la vista, heridas, etc.

- Riesgos biologicos: virus, encefalitis viral, hidrofobia, tifus, bacterias, disenteria, tetano, hongos, micosis, tiña, parasitos, triquinosis, sarna, sustancias, alergias, rritaciones, alergenicass.

¿Cómo podemos contaminarnos?

Por ingestion, absorcion cutánea e inhalación.

El control en el trabajador se efectúa mediante:

- Exámenes: Pre - ocupacionales.
- Seguimiento ocupacional.
- Instrucciones sobre riesgos.
- Protección personal.

Limites Permisibles. Son sus concentraciones La concentración de una sustancia en el ambiente de trabajo, por debajo de la cual existe una razonable seguridad de que un trabajador adulto y sano podrá desempeñar sus labores indefinidamente, cumpliendo una jornada de ocho horas diarias- 48 horas semanales, durante toda su vida de trabajo.

El Control Ambiental es Indispensable y estas son Algunas de las Medidas a Tomar:

- Sustitucion del contaminante.
- Hacer un cambio de proceso.

- Tener buena mantencion-orden y limpieza refleja la calidad del trabajo realizado.
- Separar o segregacion del contaminante
- Encerramiento
- Humectacion
- Ventilacion / extraccion.

La comunicación es vital en la prevencion de riesgos laborales

Comunicarnos permanentemente durante nuestras actividades nos permite conocernos mejor y desempeñar nuestra labor en descubrir nuestras propias competencias para reconocer y poner en práctica las medidas de control de los lugares de mayor riesgo y en conjunto aplicarlas porque sabemos que son muy importante para nosotros mismos en cuanto a cuidar nuestra integridad física y la imagen de la empresa donde laboramos. Mantenernos ocupados en nuestro desempeño profesional con excelencia refleja quienes somos , por lo tanto ,este valor incrementa nuestro negocio porque nuestros usuarios solicitaran nuestros servicios o productos debido a que la primera impresión es favorable por las confianzas que se despiertan para negociar.

PREVENIR ES NUESTRA CLAVE.





ENTRENAMIENTO COACH

Dariam Rojas Díaz
José Martínez Oyarce
Patricio Novoa Neira
Jaime Muñoz Zambrano

COACHING

Uno de los descubrimientos históricos más recientes es que la acción humana tiene una estructura recurrente universal, observable en todas las épocas de la civilización humana, en todas las culturas y lenguas, y en todos los ámbitos del quehacer social.

El Ciclo Básico de Acción* capta esta estructura universal de la acción y ofrece la posibilidad de diseñar acción efectiva con niveles de rigor, exhibibilidad y eficiencia muy superiores a lo posible anteriormente. Dos seres humanos sólo pueden generar una nueva acción haciendo una petición o una oferta: no hay otra forma de iniciar una nueva actividad.

La estructura del Ciclo Básico de Acción* consta de dos roles:

- 1. El Cliente*
- 2. El Proveedor*

Y de cuatro actos:

- a. La Petición o la Oferta*
- b. El Acuerdo*
- c. La Declaración de Cumplimiento*
- d. La Declaración de Satisfacción*

Este nuevo mundo requiere que nos coordinemos y cultivemos relaciones de confianza con personas y empresas, dentro de la misma organización, de otras regiones y latitudes; desempeñemos diferentes roles desplegando identidades valoradas; nos coordinemos comprometidamente con otros trabajando en equipos de excelencia y generemos ofertas con experiencias de valor para nuestros clientes.

Hoy en día los escenarios y las actividades del ser humano ya no se desarrollan de manera controlada y con una pauta predecible como en épocas anteriores, por lo que la racionalidad y la planificación han dejado de ser aptitudes o características esperables y efectivas e instalando la necesidad de un sujeto flexible que sea capaz de adaptarse a las nuevas demandas y desafíos que se le plantean de manera permanente en el mundo de hoy

(Flores y Varela, 1994)



* Basic Action Workflow: copyright @Business Design Associates, Inc. All rights reserved worldwide.

Toda acción exitosa, de forma consciente o inconsciente, describe esta estructura, viceversa, toda acción infructuosa falla en completar adecuadamente uno o más de estos actos.

Representamos estas relaciones con una forma gráfica que denominamos "loop". Este muestra cuatro fases asociadas con la ejecución de cada uno de los cuatro actos; esto es, respectivamente: preparación, negociación, ejecución y evaluación.

LAS CUATRO FASES DEL CICLO BÁSICO DE TRABAJO

1) Preparación

En esta fase ocurre la preparación de un Pedido del Cliente al Proveedor, o una Oferta del Proveedor al Cliente. Aquí tienen lugar las conversaciones que dan forma a un Pedido o una Oferta que se hace cargo de la preocupación del Cliente en un dominio particular. Al final de esta fase ocurre un acto lingüístico que llamamos el Pedido o la Oferta, según sea el caso, que iniciará un Ciclo Básico de la Acción.

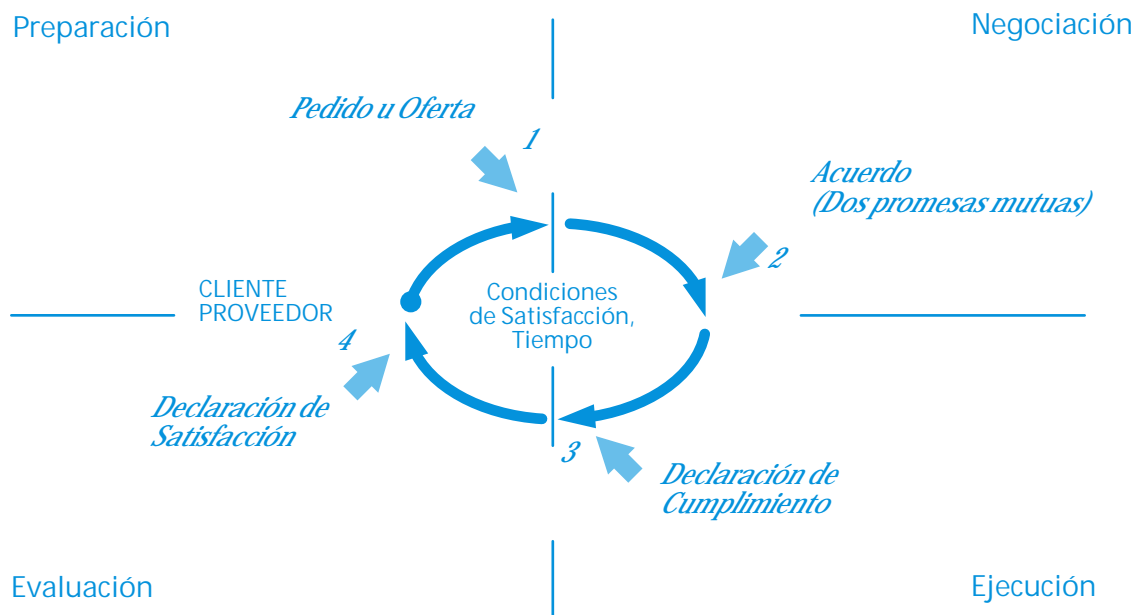
2) Negociación

Una vez que el Pedido o la Oferta han sido hechos por el Cliente o el Proveedor respectivamente, ocurren conversaciones en las que ambos acuerdan las condiciones con que este Pedido u Oferta serán realizados para dar satisfacción a ambos actores.

Esta fase finaliza al hacer el Proveedor o el Cliente un acto declarativo de aceptación del Pedido u Oferta en cuestión, haciendo el Proveedor una promesa de completar, en un tiempo acordado mutuamente, las Condiciones de Satisfacción que ha aceptado el Cliente.

3) Ejecución

En la fase de Ejecución del Pedido u Oferta (en ambos casos el Proveedor es el responsable de esta fase), ocurren las conversaciones que el Proveedor requiere tener para la realización del Pedido u Oferta a satisfacción del Cliente. Al terminar esta fase, el Proveedor declara que ha completado su promesa y hace el pedido al Cliente de evaluar si el Pedido ha sido completado a su satisfacción.



4) Evaluación

En la fase de Evaluación, el Cliente evalúa si el Pedido que hizo, o la Oferta que aceptó, han sido completado según las condiciones que fueron negociadas. En el momento del acuerdo (acto 2), lo cual incluye el tiempo en que serían completadas. Según esta evaluación, el Cliente hace, al final de esta fase, una declaración (explícita o implícita) sobre su satisfacción, o no, por el cumplimiento de las condiciones acordadas.

DISTINCIONES

Escuchar*

Escuchar no significa captar información de alguien que habla a través de palabras hacia una mente que las decodifica. Esta interpretación no ayuda

para producir los juicios necesarios acerca del mundo de nuestro cliente.

Proponemos entender “escuchar” como “familiarizarnos con el mundo de otro”. Esto significa, construir interpretaciones acerca del observador que nuestro cliente es. Al escuchar estamos interpretando el tipo de persona que hace los juicios, y no sólo lo que dice. El foco está en la historia del que habla, más que en las palabras que salen de su boca.

Al hablar acerca de escuchar, distinguimos simplemente oír las palabras de alguien, “captar el mensaje”, de un escuchar más activo en el cual ponemos atención a lo que la persona no está diciendo, interpretando lo que está diciendo, preguntándonos cuáles son las preocupaciones



* Ver documento “Nuevos Principios para un Mundo en Permanente Cambio”.

más profundas que tiene relativas a esta conversación, y de qué manera estas preocupaciones son relevantes para nosotros y el tipo de oferta que podemos hacer.

Un ejemplo que ilustra esta distinción es la manera en que comúnmente la gente habla de lo que hace y de cual es su rol; usualmente nos encontramos en las organizaciones con gente que tiene problemas de coordinación con otras áreas de la empresa, y a los cuales responsabiliza por sus malos resultados. Si nosotros escucháramos estas explicaciones como información, como las palabras que salen de su boca, entraríamos en el juego de descubrir quién tiene la razón y quién está incumpliendo sus compromisos, conversación eterna que no produce acción. Si escuchamos el trasfondo de estas conversaciones, podemos interpretar desde que mundo está cada rol haciendo sus evaluaciones y desde que estado de ánimo las hace. Ninguno tiene la razón, es un problema de coordinación de interpretaciones. Escuchar de esta manera nos permite diseñar conversaciones para producir interpretaciones comunes de los problemas y para transformar los estados de ánimo subyacentes.

Estados de ánimo*

Usamos este término para referirnos a la manera en que las experiencias pasadas e interpretaciones acerca del futuro predisponen a las personas a ciertas acciones. Los estados de ánimo fijan un contexto automático para una situación que "colorea" nuestras interpretaciones de lo que es posible y de como deberíamos actuar. El estado de ánimo es un juicio automático del futuro que no tenemos articulado pero que nos predispone hacia el futuro. Así, por ejemplo, un miembro del equipo que esté resentido por críticas pasadas a su trabajo no trabajará bien con otros. De igual

"Hoy, las personas, equipos, organizaciones y empresas requieren y tienen el desafío de entrenarse en nuevas habilidades críticas para entregar servicios de calidad y ser competitivos en un mundo plural y diverso, con relaciones cada vez más inmediatas y remotas, donde la incertidumbre y lo global es parte de nuestra vida laboral, empresarial, social y familiar. Para enfrentar con éxito este nuevo escenario es necesario cultivar relaciones colaborativas, estimular la confianza y fortalecer la apertura a la asociación entre diversos actores."

manera, alguien que esté resignado para conseguir las metas de un proyecto ambicioso no estará preparado para innovar y poner el esfuerzo requerido.

A modo de ejemplo, un estado de ánimo dominante que observamos en las grandes organizaciones es la resignación a resolver los problemas que afectan a la gente. Es común escuchar quejas de las dificultades que encuentra la gente para desempeñarse exitosamente ("con este equipo de cómputo no puedo trabajar", "si tuviera más recursos...", "en este banco nunca pasa nada, prometen y no cumplen", etc.), mezclado con una falta de apropiación al responsabilizar a otros de sus dificultades ("lo que pasa es que servicio a clientes no cumple", "es que el cliente no me manda los documentos a tiempo", etc.). Este estado ánimo predispone a la gente a la queja más que a tomar acción y resolución para solucionar sus dificultades y cumplir sus compromisos.

Usualmente es difícil observar o caracterizar el

* Ver "Creando Organizaciones para el Futuro", F. Flores, capítulo VII.

estado de ánimo de una persona. Comúnmente en ese tipo de conversaciones tendemos a hacer reportes de su disposición emocional. Una táctica útil para articular el estado de ánimo de una persona es hacerse la pregunta “¿Qué juicios tiene esta persona sobre el éxito (o fracaso) futuro de este proyecto (o de su carrera en general, o de la situación de la compañía)?”

Herramientas de coordinación

Uno de los propósitos principales de los proyectos de RPN es la introducción de prácticas que resuelven problemas de la operación actual del negocio. Lo que hay detrás de la introducción de prácticas es la búsqueda del cambio de hábitos de trabajo y de la manera en que la gente ve su rol y el trabajo mismo. Una de las maneras más efectivas de hacer esto es a través de la repetición sistemática de prácticas que modifican los hábitos a cambiar. Un ejemplo útil para comprender esto, es cuando una persona por alguna enfermedad debe modificar sus hábitos alimenticios. En la nueva dieta no puede comer pan o cualquier cosa que tenga harina blanca de trigo, al mismo tiempo no puede consumir ningún tipo de alcohol, debe comer al menos 4 veces al día como lo hacían nuestros abuelos y debe tomar mucha agua especialmente por la noche. Para llevar a cabo exitosamente esta dieta hace falta disciplina, pero especialmente hábitos nuevos. Si los hábitos viejos eran comer a cualquier hora, disfrutar del pan caliente con mantequilla, comer siempre con una copa de vino tinto o de oporto, entonces la nueva dieta requerirá una repetición continua, acompañado de un observador externo que le permita ver y medir los cambios de hábito. La desventaja – y al mismo tiempo la ventaja - de los hábitos es que la persona que los tiene no ve que los tiene, le son transparentes, eso hace que sea necesario la búsqueda de alguien que ayude a observar la evolución de estos.

Aquí las herramientas juegan un rol crucial. Las herramientas son mecanismos para repetir de manera sistemática alguna labor. Una herramienta puede ser un tipo de reporte, un software sofisticado o bien un programa en excel. Un ejemplo de esto es el tablero de situación elaborado por la DPN para Banca Empresarial; este software soporta las conversaciones de compromisos de colocación de crédito y produce el hábito de hacer promesas de venta en la práctica de juntas semanales de avance. Una herramienta como un teléfono celular produce – por la repetición – el hábito de estar comunicado y disponible, al igual que el beeper. Por otro lado, una herramienta como un reporte automático – a través de una luz de color rojo – en el tablero del carro que avisa los niveles bajos de gasolina, produce el hábito de llenar el tanque de gas con cierta periodicidad.

Un tipo especial de herramienta serán lo que llamaremos Herramientas de Soporte a la Coordinación o Herramientas de Coordinación. Estas herramientas son software que permiten el manejo de las conversaciones y los compromisos electrónicamente como un workflow. Es decir cada conversación tiene las cuatro etapas de un proceso de negocio: preparación, negociación, ejecución y evaluación. Algunos ejemplos de estas herramientas son: On track, Metro y Express (estas son con las que cuenta BDA, es posible que haya otras en el mercado sobre las cuales no tenemos conocimiento).

Juicios / Afirmaciones*

Usamos estos términos para distinguir interpretaciones, opiniones, conclusiones y generalizaciones que la gente tiene de comentarios sobre acciones directamente observables. Esta es una distinción especialmente importante para el aprendizaje y la evaluación del desempeño de las

* Ver Documento “Afirmaciones y Declaraciones”.

personas. Es común que alguien haga una caracterización generalizada acerca de otra persona, como “eres totalmente irresponsable”, en lugar de una evaluación limitada relevante apoyada con evidencia, como “frecuentemente llegas tarde a las juntas — ¡has llegado tarde a ocho de las últimas diez!”. Cuando los miembros de un equipo son cuidadosos al hacer críticas limitadas, relevantes y fundadas de esta manera, algo del temor a la crítica se disipa, y es más fácil para las personas ver qué acciones pueden tomar para mejorar su desempeño.

Usualmente, las personas tienden a confundir los juicios con las afirmaciones. Las afirmaciones son señalamientos acerca de hechos y por ello, pueden ser probados como verdaderos o falsos. La afirmación “son las 5 de la tarde”, puede ser verificada mirando un reloj y constatando si en realidad esa es la hora. Los juicios, por otra parte, no son aseveraciones de hechos, sino

interpretaciones basadas en estándares y limitadas a cierto ámbito o dominio. Al coordinar acciones y establecer el trabajo en equipo, es esencial que los miembros del equipo expresen sus juicios unos a otros para producir claridad en los estándares que compartirán y las expectativas que el equipo en su conjunto tendrá.

Prácticas*

Las prácticas son las acciones recurrentes con que operan las personas en su espacio. Por ejemplo, la práctica de hacer juntas o escribir reportes. Las prácticas conviven en coherencia con otras prácticas dentro de un espacio. Por ejemplo, la práctica de hacer juntas y reportes son coherentes en el espacio de las oficinas. Estas prácticas no harían sentido en otro espacio como el de los músicos, como tampoco hace sentido la práctica del solfeo en una oficina. En las prácticas se aparece el mundo de las personas; el mundo del oficinista es distinto al



* Ver Documento “Elementos para el Diseño de una Transformación de Negocio”.

mundo del músico.

Usamos este término para referirnos al hecho de que el hacernos competentes en algún nuevo campo o el entender a alguien de una historia cultural o profesional diferente, no es simplemente cuestión de adquirir conocimiento o información.

Convertirse en un profesionalista financiero, por ejemplo, significa aprender más que conocimientos especializados, también significa aprender como usar herramientas como hojas de cálculo, a llevar ciertos tipos de análisis financieros, a involucrarse en cierto tipo de conversaciones con inversionistas e instituciones bancarias y a llevar acabo las actividades cotidianas de un profesionalista financiero. De igual manera, postulamos que la manera en que la gente ve el mundo no sólo consiste en sus creencias abstractas, sino también en sus hábitos, herramientas y maneras de hacer las cosas en las que están inmersas todo el tiempo. El poner el foco en las prácticas puede hacernos

menos arrogantes y más optimistas para el aprendizaje. Además, podemos darnos cuenta que el aprendizaje no sólo ocurre por leer algunos libros, y que no hay misterios para hacernos más competentes.

Preocupaciones*

Este término lo usamos para referirnos a las motivaciones más profundas y los compromisos que la gente tiene que no son manifestados explícitamente en la mayoría de las conversaciones. Las preocupaciones son narrativas que tiene la gente normalmente no bien articuladas acerca de las amenazas y oportunidades respecto del futuro, a partir de sus experiencias del pasado. Una preocupación no se satisface con una acción específica; por ejemplo, la preocupación por la salud de mis hijos no se satisface llevándolo una vez al médico cuando está enfermo. Una preocupación gatilla necesidades y deseos. En el



* Ver Documento "Ámbitos Permanentes de Intereses Humanos".

caso de la salud, puede ser un determinado tipo de alimentación, ropa abrigada, etc..

En el caso de los clientes del banco, un ejemplo es la calidad del servicio en sucursales. Si les preguntamos que desean o necesitan, nos responderán cosas del tipo: más rapidez en la fila, menos formatos, etc.. Si solo escuchamos sus necesidades, lo que haremos es eficientar cada vez más las sucursales. Sin embargo, si escuchamos las preocupaciones que están en el trasfondo, podremos ver que los estilos de vida están cambiando y que la preocupación central es por el tiempo y la capacidad de ser flexibles para administrar sus recursos financieros (inversiones, crédito, etc.). Lo que podríamos concluir es que la gente no quiere ir a las sucursales, y en ese contexto

hace sentido una oferta del tipo “sucursal virtual por internet” (atendemos las 24 horas del día 365 días al año), o ejecutivos disponibles las 24 horas para el cliente (con localizadores, celular, etc.).

La capacidad de escuchar preocupaciones nos abre la posibilidad de hacer ofertas no estándares en el mercado. Un ejemplo de esto, es el caso de IXE banca; una de sus ofertas es servicio a domicilio para transacciones bancarias. Antes de que IXE hiciera esta oferta nadie había hecho el pedido de servicio a domicilio, sin embargo ha tenido éxito y la gente lo solicita. Lo que aquí ocurre es que ésta oferta se hace cargo de la preocupación por la seguridad en ciudad de México y por la efectividad en el uso del tiempo.



MANUAL PRÁCTICO DEL EMPRESARIO: DERECHO SOCIETARIO CHILENO Y CONTRATACIÓN EN GENERAL

PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS

Los derechos y obligaciones en nuestro derecho, deben tener como fundamento o base una persona. Para los principios y deberes jurídicos clásicos, desde el derecho romano, "toda ley se ha establecido por causa de las personas".

Persona, por tanto, desde un punto de vista jurídico, es todo ser capaz de tener derechos y obligaciones.

En éste contexto, es indispensable tener presente que los hombres no son los únicos sujetos de derecho. Nuestro ordenamiento señala la categoría de personas a colectividades de individuos o conjuntos de bienes organizados para alcanzar ciertos fines. Son las denominadas personas jurídicas o morales. Se originan cuando un fin social, destinado a satisfacer necesidades más o menos permanentes, no puede alcanzarse por un individuo. Se hace necesario entonces el concurso de diversas personas, que forman entes de cierta complejidad, ya sea reuniéndose solamente individuos o destinando un patrimonio para conseguir el fin social perseguido. A estos entes se les reconoce una individualidad distinta de las personas que los integran.

Así las cosas, previo a cualquier estudio, fue necesario realizar ésta distinción a analizarla en detalles.

PERSONAS JURÍDICAS Y CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES

Es indispensable que todo empresario tenga presente la forma de operar con su empresa. En

Nuestro objetivo es que los emprendedores adquieran los conocimientos necesarios o consolidar los ya adquiridos, con vistas a otorgar una estructura societaria a su "empresa" u "organización empresarial", capacitándolos para ofrecer soluciones a la problemática diaria de los mismos.

Como segundo aspecto a tratar, se realizó un breve análisis a los contratos más utilizados por los pequeños empresarios como son algunos aspectos del contrato de compraventa de bienes muebles e inmuebles; arriendo de predios urbanos y aspectos básicos del contrato de trabajo.

Se contempló una orientación a empresarios, interesados en conocer las distintas formas bajo las que puede operar su empresa, eligiendo la forma social más acorde a sus necesidades, así como los diferentes pasos a seguir para su constitución y posterior funcionamiento.

éste contexto, resulta indispensable conocer y distinguir los tipos de personas jurídicas que contempla nuestra legislación y la diferencia entre una y otras.

Así las cosas, existen diversas formas de conformar una persona jurídica distinta a los socios que la contemplan para efectos de participar en los negocios y en la vida jurídico-comercial. Por ello, el empresario podrá conformar una o varias Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL) o en su defecto una sociedad, pudiendo ser ésta de carácter civil o comercial. En relación a éstas últimas, se pueden subclasificar en Sociedad Anónima, abierta o cerrada; Sociedad de Responsabilidad Limitada; Sociedad por acciones y Sociedad de hecho.

Resulta trascendente que cada empresario sepa cómo constituir, modificar y disolver una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada o su sociedad, independiente del tipo que se constituya.

Por ello, las formalidades – generalmente – se sustentan en la redacción de escritura pública de constitución, redacción de extracto, publicación en el Diario Oficial e Inscripción en el Registro de Comercio del respectivo domicilio de la sociedad. Todas las formalidades expuestas son requisitos de carácter copulativo, esto es, deben realizarse en su totalidad para la conformación de una persona jurídica de derecho privado.

Respecto a la redacción de la escritura pública – y como es conocido – será recomendable la realización de ésta mediante un abogado, quién pueda asesorar debidamente los diversos tópicos a considerar. Dentro de éstos, será trascendental contar con un nombre para la sociedad o EIRL y un nombre de Fantasía; antecedentes de los socios, esto es, nombre completo, estado civil, domicilio, profesión, número de cédula nacional de identidad; domicilio de la sociedad; capital y forma de aportarlo por cada socio; forma de repartición de utilidades y pérdidas y, por último, forma de disolución de la sociedad.

Luego de lo anterior, se suele realizar un extracto y su correspondiente publicación, para – posteriormente – inscribir en el Registro de Comercio del domicilio señalado para la sociedad.

Para efectos de lo anterior, pudimos analizar y revisar en clases una escritura de constitución de sociedad, vimos cada uno de los aspectos relevantes de la conformación de la persona jurídica. Posteriormente, visualizamos el extracto, su publicación en el Diario Oficial y pudimos revisar y estudiar una correspondiente inscripción en el Registro de Comercio respectivo..



ASPECTOS BÁSICOS DE CONTRATACIÓN

En éste apartado empezamos el estudio analizando qué es un contrato y las implicancias de éstos. Al respecto, se analizó que el contrato es un acuerdo entre las partes, el que debe ser cumplido. Para ello, estudiamos diversas formas de constitución de un contrato y sus implicancias.

Luego nos centramos en algunos contratos de relevancia y de gran utilidad práctica.

Analizamos el contrato de compraventa, el cual se define por nuestro Código Civil como “La compraventa es un contrato en que una de las partes se obliga a dar una cosa y la otra a pagarla en dinero. Aquélla se dice vender y ésta comprar. El dinero que el comprador da por la cosa vendida, se llama precio.”

El contrato de compraventa se suele clasificar – generalmente – en dos, esto es, contrato de compraventa de bienes muebles y compraventa de bienes inmuebles. Previo a esto, fue necesario distinguir qué cosas suelen entenderse por bienes muebles e inmuebles. En éste contexto, se estudió que el contrato de compraventa de bienes muebles es de los contratos denominados consensual, es decir, son aquellos contratos que suelen perfeccionarse con el mero consentimiento de las partes, en éste caso, acuerdo que recae en la cosa a vender y el precio de la misma. Así, vimos que escriturar un contrato de compraventa de bienes muebles no es necesaria, y sólo constituye un medio probatorio en la eventualidad de que las partes incumplan – parcial, total o tardíamente – la obligación planteada.

Por otro lado, se analizó la compraventa de bienes inmuebles, contrato que se realiza mediante la suscripción de escritura pública, catalogándose éste

como aquellos actos jurídicos denominados solemnidad. Así también, se analizó que para efectos de lograr ser dueños de un inmueble no sólo basta con la escritura pública de compraventa, sino que además será necesario realizar la tradición de ésta, es decir, efectuar la correspondiente inscripción en el Registro de Propiedad del correspondiente Conservador de Bienes Raíces competente a la ubicación del inmueble.

Así, se analizó en clases una escritura pública y una inscripción de dominio en el Conservador de Bienes Raíces de Coquimbo.

Por otra parte, se efectuó el estudio del contrato de promesa, el que se suele conceptualizar – sucintamente – en nuestro Código Civil “La promesa de celebrar un contrato no produce obligación alguna; salvo que concurren las circunstancias siguientes: 1ª Que la promesa conste por escrito; 2ª Que el contrato prometido no sea de aquellos que las leyes declaran ineficaces; 3ª Que la promesa contenga un plazo o condición que fije la época de la celebración del contrato; 4ª Que en ella se especifique de tal manera el contrato prometido, que sólo falten para que sea perfecto, la tradición de la cosa, o las solemnidades que las leyes prescriban.

Concurriendo estas circunstancias habrá lugar a lo prevenido en el artículo precedente”

A mayor abundamiento, se estudio, conceptualizó y analizó todos los aspectos de éste contrato, en especial, la promesa de celebrar el contrato de compraventa.

Por lo demás, se realizó un estudio del contrato de arrendamiento, el que suele definirse según nuestro Código Civil como “El arrendamiento es un contrato en que las dos partes se obligan recíprocamente,

la una a conceder el goce de una cosa, o a ejecutar una obra o prestar un servicio, y la otra a pagar por este goce, obra o servicio un precio determinado.”

Por lo demás, se analizó las diversas formas de arrendamiento, esto es, de bienes muebles; de predios urbanos y de predios rústicos.

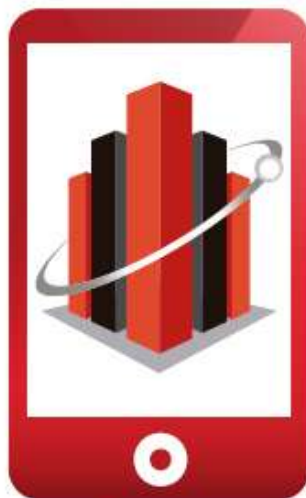




ANEXOS

ANEXO 1

TUTORIAL PARA SISTEMA DE SOPORTE DE CONSULTAS PARA ADMINISTRADORES



CLÍNICA
EMPRESA

comprometidos con tu negocio

INTRODUCCIÓN

El presente manual tiene por objetivo el entregar la información necesaria para que un usuario registrado y con atributos de administrador o pueda contestar las Consultas realizadas por los usuarios en la plataforma web de Clínica Empresa.

El presente documento esta desarrollado como una guía paso a paso de las diferentes acciones que deben realizar el usuario como el administrador a cargo de dar respuesta a las consultas.



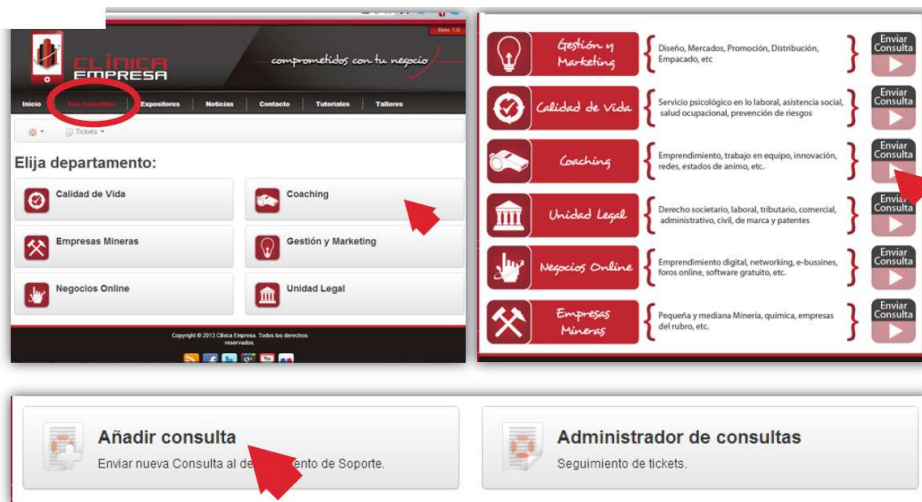
PASOS PREVIOS PARA QUE UN USUARIO PUEDA GENERAR UNA CONSULTA EN LA PLATAFORMA:
REGISTRO Y ACCESO A ÁREAS DE CONSULTA.

ACCESO POR PARTE DEL USUARIO AL MENÚ "TUS CONSULTAS" Y SELECCIÓN DE ÁREA A CONSULTAR.

El usuario debe estar registrado y haber iniciado una sesión para poder realizar una consulta a las áreas de asesoría



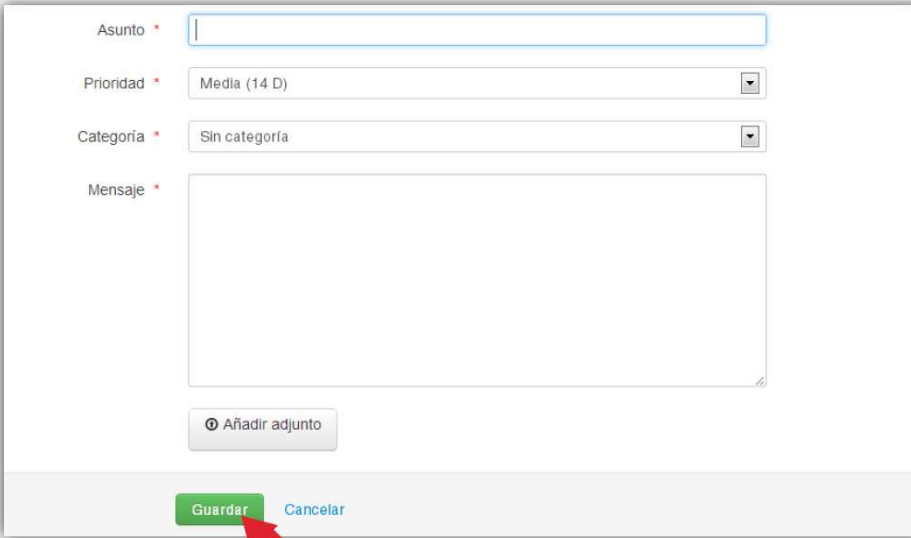
El usuario accede a la sección del menú "tus consultas" o al acceso directo en la parte inferior del inicio y selecciona el área a consultar



¿CÓMO EL USUARIO DEBE RELLENAR EL FORMULARIO DE CONSULTAS?

FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA: ENVIÓ DE CORREOS DE CONFIRMACIÓN DE CONSULTA AL USUARIO Y CORREO DE CONSULTA PARA RESPONDER AL ADMINISTRADOR A CARGO DEL ÁREA

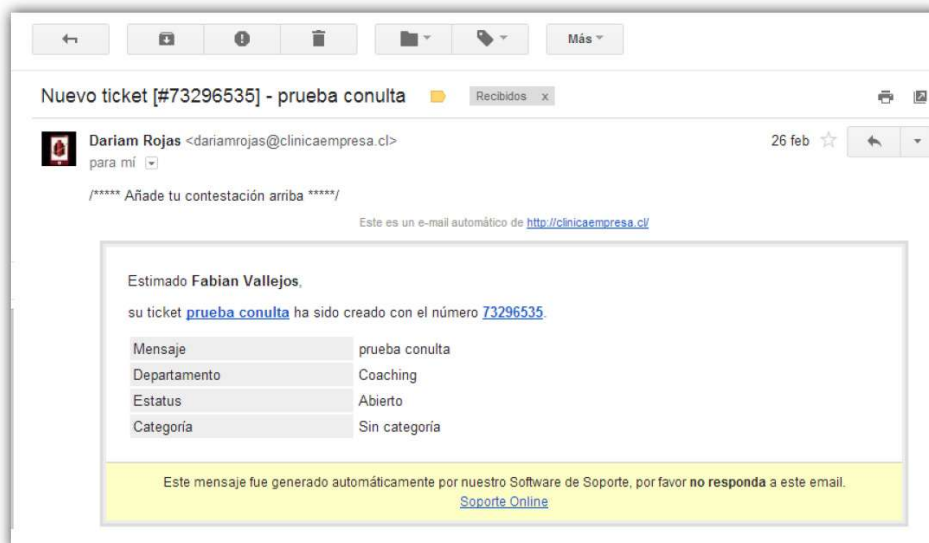
El usuario deberá rellenar el formulario que muestra la siguiente captura, en el área "mensaje" redacta su consulta y finalmente la envía presionando "guardar"



The screenshot shows a web form with the following fields and controls:

- Asunto ***: A text input field.
- Prioridad ***: A dropdown menu with "Media (14 D)" selected.
- Categoría ***: A dropdown menu with "Sin categoría" selected.
- Mensaje ***: A large text area for entering the consultation details.
- Añadir adjunto**: A button with a paperclip icon for adding attachments.
- Guardar**: A green button to save the form, with a red arrow pointing to it.
- Cancelar**: A blue button to cancel the form.

Despues del paso anterior el sistema enviará 2 correos, uno al usuario conrmando su consulta y otro al administrador del área correspondiente

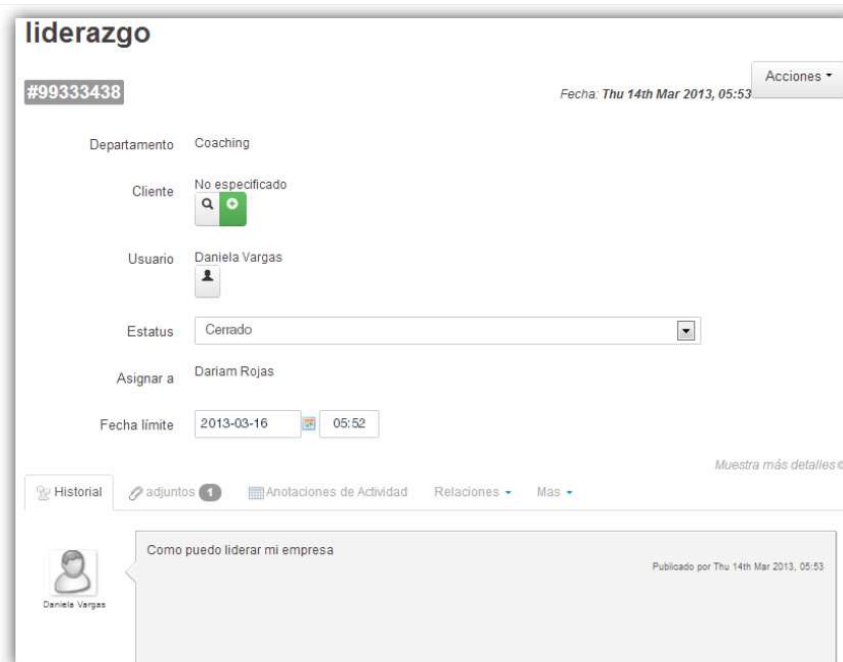


FORMA DE CÓMO EL ADMINISTRADOR ENCARGADO DEL ÁREA PUEDE DAR RESPUESTA A LA CONSULTA
SI EL ADMINISTRADOR ENCARGADO DEL ÁREA YA INGRESO A LA PLATAFORMA CON SU NOMBRE DE USUARIO Y REGISTRO, PODRÁ ACCEDER A TRAVÉS DEL CORREO DE LA SIGUIENTE FORMA

El administrador puede ingresar a ver el ticket de consulta desde el contenido del correo que le fue enviado por el sistema, haciendo click en el código del ticket como muestra la imagen



Si el administrador tiene su sesión iniciada en la página, la consulta se verá automáticamente



MENSAJE DE SESIÓN NO INICIADA.

SELECCIÓN DEL ÁREA EN EL MENÚ "TICKETS" PASO PREVIO PARA RESPONDER LA CONSULTA.

Si aparece este mensaje, es porque al momento de hacer click en el código no se encontraba con su sesión iniciada dentro del sitio, o no es su área de soporte

Calidad de Vida

⚠ Atención: Para poder acceder a funciones adicionales debe iniciar sesión en el sistema.

Nombre de usuario: Contraseña:

Esta pantalla aparecerá al momento de iniciar su sesión y deberá seleccionar su Área de apoyo haciendo click en el menú "tickets" como muestra la imagen

Tickets 1

0 Tickets

0 Tickets Vencidos

0 Tickets de Hoy

Elija el área de apoyo:

- Calidad de Vida
- Coaching
- Empresas Mineras
- Gestión y Marketing
- Negocios Online 1
- Unidad Legal

Calidad de Vida

Gestión y Marketing

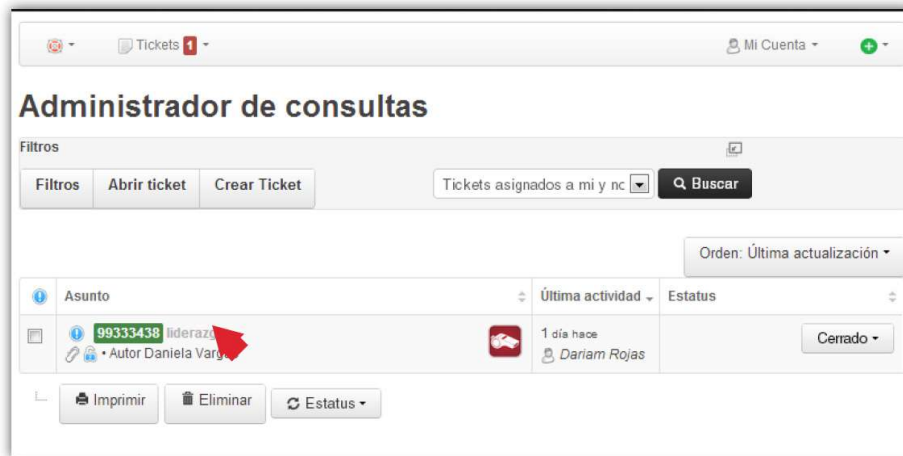
Empresas Mineras

Unidad Legal

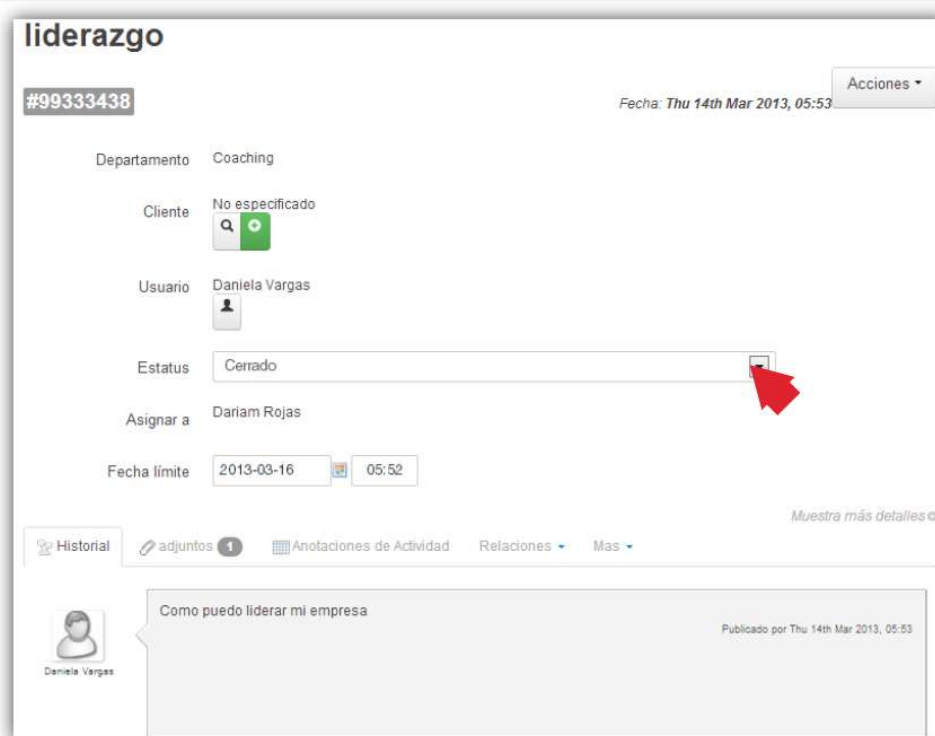
LISTA DE CONSULTAS.

RESPONDER CONSULTA POR PARTE DEL ADMINISTRADOR DEL ÁREA.

Al seleccionar su área de apoyo aparecerá la lista de las consultas, para visualizarlas deberá hacer click en el nombre de su área como muestra la imagen



Ahora se visualizará la consulta y podrá responder o cerrar el ticket en caso que La consulta esté resuelta



Finalmente el sistema envía un correo al usuario informando que su consulta fue Respondida o cerrada

Estimado **Fabian Vallejos**,

el ticket [nueva prueba](#) con el número [87225971](#) ha sido actualizado por **Dariam Rojas**.

Mensaje	
Departamento	Coaching
Estatus	Cerrado < Cambiado de Abierto
Categoría	Sin categoría

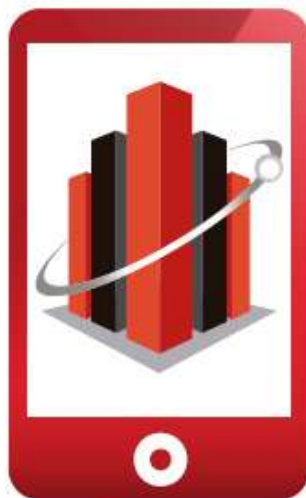
Mensajes anteriores:

	Fabian Vallejos
	2013-02-26 04:36:08
	nueva prueba

Este mensaje fue generado automáticamente por nuestro Software de Soporte, por favor **no responda** a este email.
[Soporte Online](#)

ANEXO 2

TUTORIAL PARA REDACTAR CONTENIDO DESDE EL SITIO CLÍNICA EMPRESA



**CLÍNICA
EMPRESA**

comprometidos con tu negocio

INTRODUCCIÓN

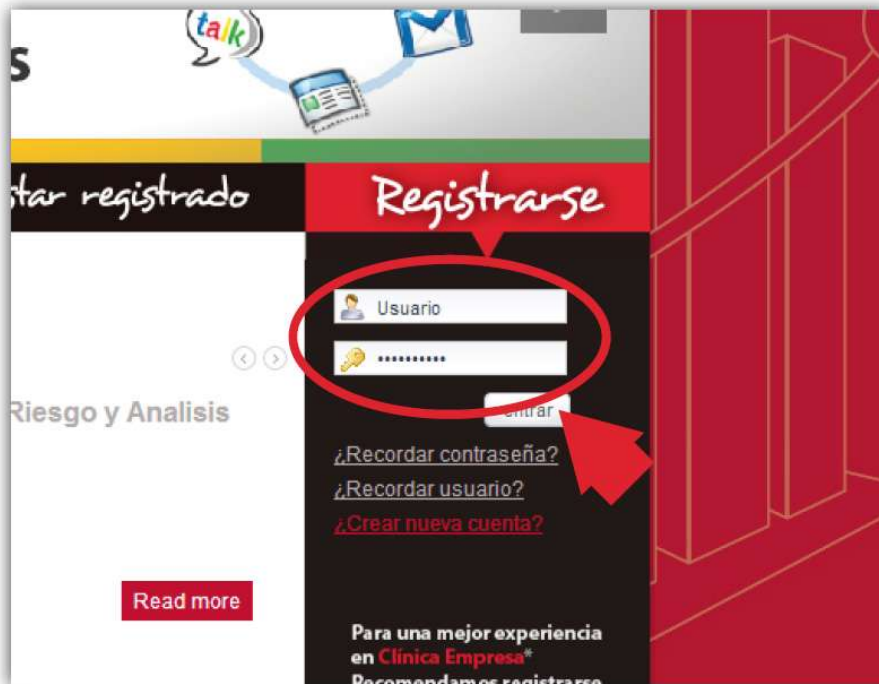
El presente manual tiene por objetivo el entregar la información necesaria para que un usuario registrado y con atributos de administrador pueda crear, editar y publicar artículos dentro de la plataforma web de Clínica Empresa.

El presente documento esta desarrollado como una guía paso a paso de las diferentes acciones que debe realizar un administrador para poder acceder a la plataforma y poder crear artículos y publicarlos, así como también editarlos si es necesario o despublicarlos, además se explica como agregar imágenes, videos e hipervínculos al articulo.

INICIAR SESIÓN DE USUARIO

MENÚ DE EDICIÓN

Iniciar sesión con sus datos entregados por la administración (usuario y contraseña)



Una vez iniciada la sesión, en la barra de menú aparecerá un nuevo elemento llamado "Edición" y deberá hacer click en él



INGRESO DE DATOS PARA CREACIÓN DE ARTICULO

CÓMO COLOCAR UNA FECHA DE PUBLICACIÓN, DESPUBLICACIÓN, INGRESO DE METADATOS Y PALABRAS CLAVE NECESARIOS PARA BUSCADORES COMO GOOGLE, YAHOO, ENTRE OTROS

Una vez dentro de la edición, deberá completar los datos necesarios para la publicación de un artículo, como muestra la imagen a continuación

The screenshot shows the 'Editor' interface for creating an article. It includes a title field with the instruction 'Escribir Nombre del Artículo', an alias field with 'No escribir nada (se genera sólo)', and a rich text editor. Below the editor are buttons for 'Guardar' and 'Cancelar'. The 'Publicación' section contains dropdown menus for 'Categoría' (set to '- Clinica Empresa'), 'Estatus' (set to 'Publicado'), and 'Destacado' (set to 'Ninguno'). Red annotations point to these fields with instructions: 'Elegir categoría que pertenece el artículo', 'Mantener igual', and 'Mantener igual'. A 'Palabras: 0' counter is also visible.

Continuación del paso anterior

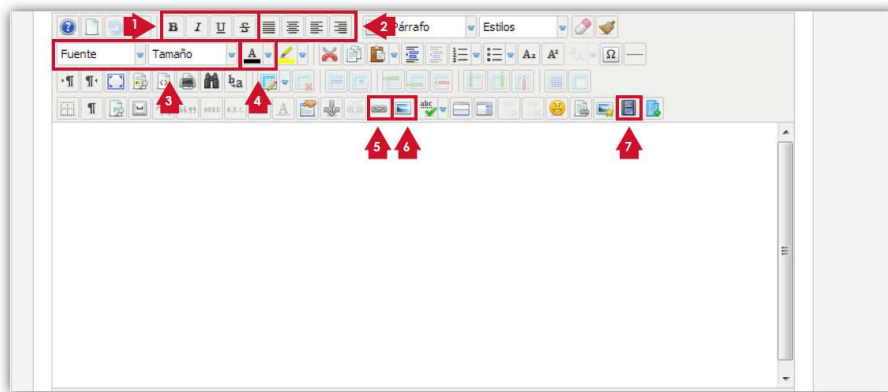
The screenshot shows the 'Iniciar publicación' and 'Finalizar publicación' sections. The 'Iniciar publicación' section has a text box for the publication date with the instruction 'Puede asignar una fecha para cuando quiera que se publique el artículo, si en la fecha actual deje en blanco'. The 'Finalizar publicación' section has a text box for the depublication date with the instruction 'Puede asignar fecha de despublicación sólo en el caso que el artículo sea temporal'. Below these are 'Acceso' (set to 'Publico') and 'Ordenar' (set to 'Nuevos artículos por defecto en la primera posición en la categoría. El orden se puede cambiar en la administración del sitio.') dropdowns, both with 'Mantener igual' annotations. The 'Idioma' section is set to 'Todas' with a 'Mantener igual' annotation. The 'Metadatos' section includes a 'Meta-descripción' field with the instruction 'Descripción del artículo para los buscadores' and a 'Palabras clave' field with the instruction 'Escribir palabras destacadas del artículo, separadas por coma, para los buscadores'.

¿CÓMO EDITAR EL TEXTO DEL ARTICULO?

¿CÓMO SUBIR UNA IMAGEN E INSERTARLA AL ARTICULO (DISPOSICIÓN Y TAMAÑO DE LA IMAGEN)?

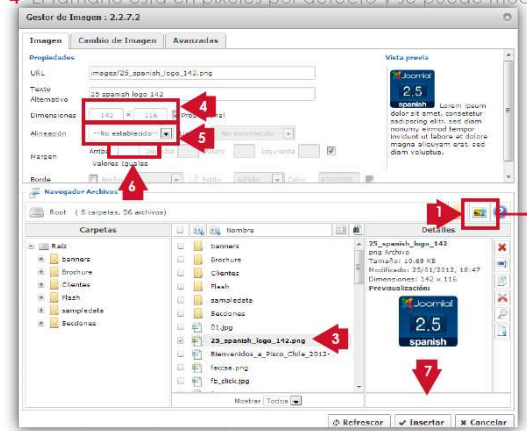
Herramientas para editar texto

- 1- Estilo de Texto
- 2- Alinear Texto
- 3- Tamaño y Fuente del Texto
- 4- Color del Texto
- 5- Insertar Hipervínculo (Paso 07)
- 6- Insertar Imagen (Paso 05)
- 8- Insertar Videos y archivos Flash (Paso 06)

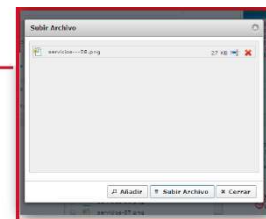


Subir una imagen

- 1- Botón para subir imagen
- 2- Ventana de Subida (añadir imagen, buscarla en el computador y dar click a subir archivo)
- 3- seleccionar la imagen subida y se rellenan los datos para modificarlos
- 4- El tamaño esta en pixeles por defecto y se puede modificara gusto



- 5- Modificar la alineación dentro del texto
- 6- Dar margen para separar del texto
- 7- Finalizar dando click en insertar

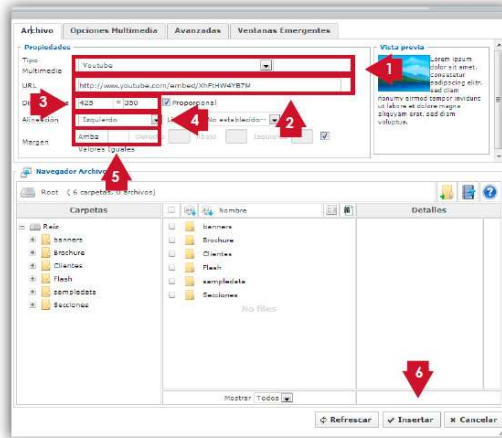


¿CÓMO INSERTAR UN VIDEO AL ARTICULO?

¿CÓMO AGREGAR UN HIPERVÍNCULO O LINK AL ARTICULO?

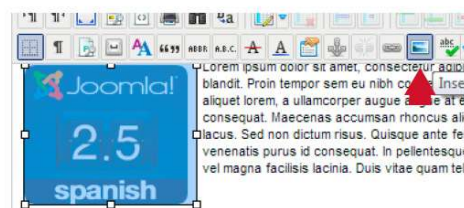
Subir un video

- 1- Elegir el tipo de archivo
- 2- Pegar dirección del archivo (link de youtube, vimeo, etc.)
- 3- Modificar Tamaño de la misma forma que con las imágenes
- 4- Alinear de la misma forma que las imágenes
- 5- Definir margen de la misma forma que con las imágenes
- 6- Click en insertar



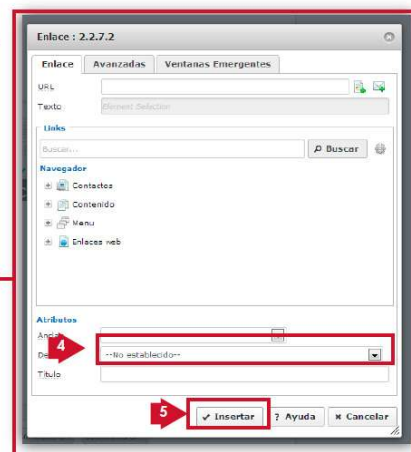
Nota

Para editar las imágenes y videos, solo debes seleccionarla y volver a apretar el botón de insertar imagen/videos



Agregar hipervínculo

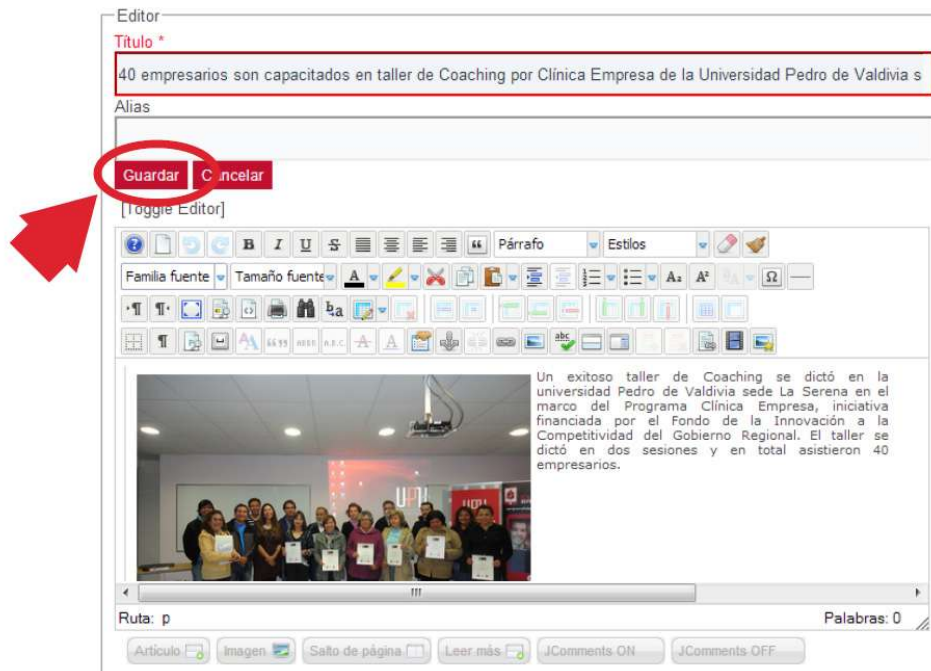
- 1- Seleccionar la imagen o el texto a vincular
- 2- Presionar el Botón de Hipervínculo
- 3- Pegar el Link del Hipervínculo
- 4- Seleccionar acción al hacer click (abrir en la misma venta o abrir en ventana nueva del navegador)
- 5- Insertar



GUARDAR EL ARTICULO CREADO

VISUALIZACIÓN DEL ARTICULO CREADO

Guardando el artículo



Visualización del artículo





**CLINICA
EMPRESA**

ANEXO 3

MANUAL DE USUARIO RED SOCIAL DE EMPRENDEDORES



Red Up es una plataforma online que permite a los emprendedores fomentar el crecimiento de su capital social y red de contactos. Además, permite a los usuarios intercambiar ideas, opciones y conseguir apoyo para sus proyectos

Redup red social para emprendedores

PASO 1

Nombre *

Apellido *

Dirección

Ciudad

Comuna

Teléfono 1 *

Teléfono 2 (opcional)

eMail *

Clave *

Confirmar Clave *

Registrar

Registrarse con LinkedIn

Imagen de perfil *

Subir archivo

Subir al servidor

Si no tiene una cuenta regístrese como nuevo usuario. El ingreso de datos nos permite conocer sus intereses, saber en qué rubro le interesa crear un emprendimiento y cuáles son las áreas en las que necesita más apoyo. Por medio del llenado de su perfil los otros usuarios podrán saber lo que busca y así contactarse con usted.

Redup red social para emprendedores

PASO 2

Selecciona tu rubro - Seleccionar - Marketing / Publicidad

¿Tienes un emprendimiento? Si

¿Cuál es tu fortaleza? Marketing / Publicidad

Registrar

¿Qué es lo que más necesitas?



En la pantalla de inicio podrá encontrar el botón "crear nueva idea", haciendo click ahí podrá ingresar detalles de su emprendimiento o idea de negocio. Con esta información otros usuarios podrán ver las características de su emprendimiento y sumarse a su equipo de trabajo por medio de una solicitud que visualizará en su perfil. Cada miembro le ofrecerá una ayuda en particular y usted debe elegir a quien crea más idóneo para formar su equipo, el cual no debe exceder las 5 personas. Una vez elegido el equipo pinche el botón "comenzar" y llegará a la mesa de trabajo.

Aun no tienes amigos



hola Miradadres Limitada

¿Qué estás pensando?

Edita mensajes solo al muro, revisalos.

Publicar

Publicar en Inedit



Ideas interesantes

Idea: 1
FERIA DE ALIMENTACION
SALUDABLE AMBULANTE

Idea: 2
WIFI Angel

Idea: 3
Carni de sopas

Ideas

Nombre de tu idea

Rubro - Seleccionar -

¿Tu idea tiene avances?

- Seleccionar -

¿Deseas asesoria?

- Seleccionar -

Haz una completa descripción de tu idea a proyecto y cuéntanos en qué necesitas apoyo

¿Qué puedes ofrecer a otros miembros de la red que desean apoyarte?

Si quieres que los profesionales de Red Up te apoyen, danos tu telefono e indicanos la fecha en que podemos contactarte

Celular *

Tel Fijo

Día que podemos llamarte y hora *

Ej. 2014-06-01

Ej. 23:22

Entrar

Contactos sugeridos

- Christopher Perli
- Darshi Rojas
- Jeline ylanueva
- Raul Solis
- Fepola Rojas
- Ana Llanccaman Saez



En su mesa de trabajo podrá asignar a cada miembro un “espacio” y una función específica dentro del proyecto, para ello hay X iconos que simbolizan un área dentro del emprendimiento. En este espacio el usuario asignado podrá ir adjuntando documentos que den cuenta de su avance en la función a la tarea asignada. Usted, como líder de proyecto podrá ir editando el avance general del proyecto.



hola Miradatres Limitada

¿Qué estás pensando?

Estos mensajes van al muro, revisalos.

Publicar

Publicar en linkedin

Ideas interesantes

Idea: 1
Idea de Prueba

Idea: 2
FERIA DE ALIMENTACIÓN
SALUDABLE AMBULANTE

Idea: 3
WiFi Angel

Contactos sugeridos

- Christopher Petit
- Darlam Rojas
- Jaime villanueva
- Raul Solis
- Fabiola Rojas
- Ana Lancaman Sáez

Sala de Reuniones

¡Felicitaciones! Ya tienes tu idea en línea y tu equipo de trabajo en Red Up.



SOLICITAR
ASESOR

Información Importante

Sobre cada signo más (+) de los iconos, puedes designar funciones dentro de tu idea o proyecto y también al encargado de tu equipo. El responsable designado podrá ir adjuntando documentos que den cuenta del avance del proyecto, como por ejemplo diseños, presupuestos, presentaciones, etc.. Tú serás el encargado de nombrar las funciones y al usuario que se hará cargo, los que sólo podrán subir o bajar documentos de su respectiva área. En el círculo central podrás ir editando el estado de avance de tu proyecto para que los demás usuarios de tu equipo sepan como crece la idea.

The screenshot shows the RedUp social network interface. At the top left is the RedUp logo with the tagline "red social para emprendedores". On the top right, there are buttons for "Mi Perfil" and "Logout", and icons for "Muro" and "Ver amigos". The main content area includes a post from "hola Miradates Limitada" with a text input field "¿Qué estás pensando?" and buttons for "Publicar" and "Publicar en linkedin". Below the post are four main sections: "Crear Ideas" (with a lightbulb icon and text "Crea una nueva idea y busca apoyo dentro de los usuarios de Red Up"), "Buscar Ideas" (with a magnifying glass icon and text "Busca ideas interesantes en las que puedas participar ofreciendo"), "Tus Ideas" (with text "Aún no subes tu primera idea"), and "Participando de Ideas" (with text "Aún no apoyas una idea"). On the right side, there are two vertical lists: "Ideas interesantes" (listing "FERIA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE AMBULANTE", "WIFI Angel", and "Carro de sopas") and "Contactos sugeridos" (listing users like Christopher Petit, Dariam Rojas, Jaime villanueva, Raul Solis, Fabiola Rojas, and Ana Liancamán Sáez).

Usted también puede sumarse a un proyecto ofreciendo su experiencia y conocimientos. En el botón "buscar ideas" puede encontrar proyectos que le interesen y ver qué le ofrecen por participar. Si encuentra el indicado envíe una solicitud detallando cuál sería su aporte y luego espere la aprobación del creador del proyecto para sumarse.



hola Miradatres Limitada

¿Qué estás pensando?

Estos mensajes van al muro, revisalos.

Publicar

Publicar en linkedin



Ideas interesantes

Idea: 1

Idea de Prueba

Idea: 2

FERIA DE ALIMENTACIÓN
SALUDABLE AMBULANTE

Idea: 3

WiFi Angel

Busqueda de Ideas

los 10 mejores resultados para cada categoría, según sus datos de búsqueda

Área

Palabra Clave

Nombre de la idea

Busqueda por fecha

Apoyo Idea

Idea 1

Idea de Prueba

Idea 2

FERIA DE ALIMENTACIÓN
SALUDABLE AMBULANTE

Idea 3

WiFi Angel

Idea 4

Carro de sogas

Idea 5

No+Filas



Contactos sugeridos



Christopher Petit



Darian Rojas



Jaime Villanueva



Raul Solis



Fabiola Rojas



Ana Llancañán Saez





hola Miradatres Limitada

¿Qué estás pensando?

Estos mensajes van al muro, revisalos.

Publicar

Publicar en linkedin



Nueva idea

Buscador de ideas

Ideas interesantes

Idea: 1

Idea de Prueba

Idea: 2

FERIA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE AMBULANTE

Idea: 3

WIFI Angel

Busqueda de Ideas

Nombre del autor

Jorge Leiva

Nombre de la Idea

Carro de sopas

La Idea

Quiero crear un carro de sopas gourmet

¿Qué le ofreces a los ayudantes?

Parte de las ganancias

¿Qué % de avances tiene tu IDEA?

¿Está implementado ya?

Si

¿Necesitas asesoría de avance?

NO

Facturación estimada

Área



Christopher Petit



Darlam Rojas



Jaime villanueva



Raul Solis



Fabiola Rojas



Ana Llancamán Sáez

Postular



Busqueda de Ideas

Idea

Carro de sopas

Area *

Marketing /Publicidad

Idea: 3

WIFI Angel

Contactos sugeridos



Christopher Petit



Darlam Rojas



Jaime villanueva



Raul Solis



Fabiola Rojas



Ana Llancamán Sáez

POSTULAR



Sala de Reuniones

¡Felicitaciones! Ya tienes tu idea en línea y tu equipo de trabajo en Red Up.

Información Importante

Sobre cada signo más (+) de los iconos, puedes designar funciones dentro de tu idea o proyecto y también al encargado de tu equipo. El responsable designado podrá ir adjuntando documentos que den cuenta del avance del proyecto, como por ejemplo diseños, presupuestos, presentaciones, etc.. Tú serás el encargado de nombrar las funciones y al usuario que se hará cargo, los que sólo podrán subir o bajar documentos de su respectiva área. En el círculo central podrás ir editando el estado de avance de tu proyecto para que los demás usuarios de tu equipo sepan como crece la idea.

Idea: 2
FERIA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE AMBULANTE

Idea: 3
WIFI Angel

Contactos sugeridos ✓

- Christopher Pett
- Darian Rojas
- Jaime villanueva
- Raul Solis
- Fabiola Rojas
- Ana Llancamán Sáez

SOLICITAR ASESOR

Red Up cuenta con asesores que pueden ayudarle a gestionar de mejor forma su proyecto, por eso cuando cree un proyecto busque el botón de “solicitar ayuda” y prontamente se podrán en contacto usted.

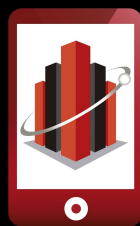
Asunto

Mensaje

SOLICITAR ASESOR

Manual de Emprendimiento
CLINICA EMPRESA

Centro Presencial y Virtual de Transferencia en Innovación de Negocios.



**CLINICA
EMPRESA**



GOBIERNO REGIONAL
REGION DE COQUIMBO



UNIVERSIDAD
PEDRO DE VALDIVIA