



BOLETÍN N°1 ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN

Ingeniería Comercial 2021-2022



UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ
Universidad del Estado

FAE

Facultad de
Administración
y Economía



• ÍNDICE DE CONTENIDOS

Perfil de egreso	7
Actividades de investigación	
El Neuromarketing: Fundamentos y aspectos éticos involucrados	8
Estudio sobre la integración de las criptomonedas en Chile y su fiabilidad financiera	9
Nivel de conocimiento de la sustentabilidad en la Universidad de Tarapacá - sede Arica	10
Investigación sobre el nivel de conocimiento de la responsabilidad social empresarial (RSE) de la población de la ciudad de Arica en tiempos de pandemia	11
Emprendedores del sector rural: diagnóstico en los pueblos rurales de la provincia de Parinacota	12
Elaboración de un manual de procedimiento para micro y pequeñas empresas locales de industrias creativas internacionalizadas hacia la Unión Europea	13
Rol de la mujer inmigrante en el desarrollo de emprendimientos, en la ciudad de Arica	14
Caso: Centro Electrónico Ltda. "enfrentando la pandemia del COVID-19"	15
Análisis de la presencia del síndrome de burnout en profesores de enseñanza básica en colegios privados de la ciudad de Arica en tiempos de pandemia COVID-19	16
Diseño de un modelo de calidad de servicio: caso Banda Ancha Hogar en Chile en tiempos de pandemia	17
Caso: Abastible S.A. – Sucursal Arica	18
Implementación de scooters eléctricos con carga fotovoltaica como alternativa de transporte en la ciudad de Arica	19
Responsabilidad social empresarial en la formación universitaria de los estudiantes de la facultad de administración y economía en la Universidad de Tarapacá, en su sede de Arica	20
Análisis del proceso administrativo en la operatividad de la empresa Imetal SPA en tiempos de pandemia	21
Nivel de conocimiento sobre criptomonedas y tecnología blockchain entre los estudiantes de la facultad de administración y economía (FAE)	22
Transformación del ejecutivo comercial en la digitalización bancaria	23
Tesis plan de marketing para la clínica veterinaria Dr. Pets de la ciudad de Arica	24
Estudio de los factores que toman en cuenta los clientes al seleccionar un supermercado	25



• PERFIL DE EGRESO

El profesional egresado(a) de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá es un profesional con una formación humanista; comprometido con la sociedad; con una visión crítica para el mejoramiento de la organización y, el desempeño profesional; preparado para afrontar los requerimientos del cambio en diferentes tipos de organizaciones.

El profesional de la Universidad de Tarapacá, de la carrera de Ingeniería Comercial se desarrolla en el ámbito de la Gestión Estratégica, Gestión Comercial, Gestión Financiera y Gestión de las Personas. Se desempeña en el diagnóstico, evaluación, toma de decisiones, implementación y seguimiento de los resultados de las decisiones en las diferentes áreas de realización profesional. Además, es capaz de investigar, interpretar, analizar, concluir y comunicar sus resultados en el ámbito disciplinario de las ciencias de la administración de empresas.

El Ingeniero(a) Comercial de la Universidad de Tarapacá se caracteriza por poseer habilidades sociales, autogestión e innovación, gestión del conocimiento y de la información.

El profesional egresado(a) de la Carrera de Ingeniería Comercial se puede desempeñar en diferentes tipos de organizaciones: públicas y privadas, nacionales e internacionales; pequeñas, medianas y grandes; con o sin fines lucrativos.

El(La) profesional en su condición de Licenciado en Ciencias en la Administración de Empresas podrá incorporarse a distintos programas de postgrado, de tipo profesional o académico, en su área disciplinaria; además podrá acceder y realizar investigaciones para el desarrollo de la disciplina.



- **EL NEUROMARKETING:
FUNDAMENTOS Y ASPECTOS ÉTICOS INVOLUCRADOS**

El Marketing ha desarrollado conjuntamente con la neurociencia una técnica llamada Neuromarketing, la cual explora el cerebro humano para resolver interrogantes que lleven a las organizaciones a conocer en profundidad al ser humano en cuanto a sus gustos, deseos, necesidades y motivaciones de compra. Lo anterior, ha implicado profundos cuestionamientos acerca de los valores éticos y morales que se deben aplicar en la utilización de este tipo de técnicas; en paralelo se observa un ser humano ansioso por descubrir los secretos más preciados del ser humano transformándolo cada vez más vulnerable frente a una sociedad que muchas veces actúa sin mediar reflexión, promovida por la búsqueda de beneficios económicos y materiales, olvidando la integridad, la libertad y el respeto por la figura humana.

La investigación contempla un análisis breve tanto del marketing moderno y con especial atención en la aplicación del neuromarketing, así como el alcance que hoy tiene este, para luego poder cuestionar y ofrecer reflexiones de orden ético y moral que limiten y guíen el buen uso de esta novedosa herramienta del marketing. Se abordarán de manera referencial, entre otros, nuevos estudios sobre Brain Activity Map y la nueva ley de Neuro-derechos que se encuentra impulsada por el Senado de la República de Chile.

Por: Ignacio Hernández P.
Docente Guía: Luis Mella S.



- **ESTUDIO SOBRE LA INTEGRACIÓN DE LAS CRIPTOMONEDAS EN CHILE Y SU FIABILIDAD FINANCIERA**

El actual fenómeno virtual tiene a muchos gobiernos pendientes de su evolución, las conocidas criptomonedas han tomado un gran protagonismo en las últimas décadas, más aún en los últimos dos años, que por el escenario generado por la pandemia el mundo ha dado un gran salto a la tecnología, adoptándose estas nuevas formas de transar dinero, en este caso, dinero virtual.

El estudio se plantea una posible integración del dinero virtual en Chile y su fiabilidad financiera. Se analiza una amplia cantidad de información de fuentes secundarias y se utiliza una metodología descriptiva con base cualitativa, de corte transversal, la cual permitió tener conocimiento de su origen, sus características principales, su

volatilidad, regulaciones existentes en Chile como en otros países, la confianza que podría dar al existir una posibilidad de integrarlas como nueva divisa en Chile. Lo anterior, determinado por el tiempo actual en el que vivimos.

Las conclusiones permitieron saber el grado de oportunidad, respecto si, Chile estaría preparado para adoptar este tipo de divisa dentro de su sistema monetario, y si, esta sería beneficiosa para el comercio finalmente.

Por: Mauricio Fernández O.

Docente Guía: Luis Mella S.



- **NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LA SUSTENTABILIDAD EN LA UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ - SEDE ARICA**

La crisis ambiental y socio ambiental, hoy más que nunca son conceptos que han tomado fuerza en la agenda de instituciones, gobiernos, organizaciones y la sociedad en general; debido a esto el liderazgo ha tomado decisiones en cuánto a las diversas actividades que se deben realizar considerando el entorno que evoluciona constantemente. Sin embargo, es responsabilidad de las organizaciones e instituciones adecuarse a estos cambios que el ecosistema evidencia año a año; ya que, las personas hoy en día al obtener mayor conocimiento, obtienen mayor conciencia, lo que provoca una mayor demanda de valores y principios medioambientales, es decir, todas las personas deben ser parte de esta gran tarea de cuidar el medio ambiente y así el planeta.

El estudio pretende medir el nivel de conocimiento sobre la sustentabilidad que la comunidad universitaria de la Universidad de Tarapacá sede Arica posee, esto considerando que es una institución de educación superior, la que declara

una responsabilidad de formar profesionales con principios éticos, los cuales debieran tener presente la importancia del medio ambiente.

El trabajo se realizó basado en tres dimensiones, considerando la teoría hasta la fecha como investigaciones relacionadas, las cuales fueron el conocimiento, el compromiso institucional y los hábitos o prácticas sustentables. La información recopilada fue analizada y contextualizada permitiendo así obtener un diagnóstico de la postura en la que se encuentra la Universidad de Tarapacá sede Arica en cuanto a sustentabilidad. La información permitió dar respuesta a los objetivos y de este modo lograr ser un aporte en cuánto a la toma de decisiones que la institución podría considerar en este ámbito de la sustentabilidad.

Por: Alejandra Camargo B. - Marcelo Neira P.
Docente Guía: María-Cristina Alfred U.



- **INVESTIGACIÓN SOBRE EL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE ARICA EN TIEMPOS DE PANDEMIA**

Analizar el conocimiento y percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en la comuna de Arica en el contexto de la pandemia, busca identificar aspectos que la sociedad en general debería conocer. La RSE es hoy una de las áreas de desarrollo con mayor crecimiento, donde paso a paso, las organizaciones mundialmente sin discriminación alguna han debido re-definir sus prioridades al momento de tomar decisiones.

La investigación que estuvo orientada a medir principalmente el reconocimiento del concepto y sus implicaciones prácticas, durante la emergencia sanitaria de la comunidad ariqueña.

Adicionalmente, los resultados fueron comparados con una investigación realizada en un escenario de normalidad (años anteriores) lográndose identificar la evolución en la comunidad ariqueña en el ámbito del conocimiento de la RSE que la ciudad presenta, en base la contrastación del estudio previo se resaltaron las diferencias y similitudes respectivas.

Por: Juan Pablo Solís Q. - Sergio Zarzola M.

Docente Guía: María-Cristina Alfred U.



- **EMPRENDEDORES DEL SECTOR RURAL: DIAGNOSTICO EN LOS PUEBLOS RURALES DE LA PROVINCIA DE PARINACOTA**

En la región de Arica y Parinacota, específicamente en aquellos pueblos de la pre-cordillera, el desarrollo de la calidad de vida en los habitantes de las localidades se ve sujeta principalmente al emergente potencial que pueden llegar a obtener sus productos. Dichos productos hechos mayoritariamente a partir de materias primas recolectadas y obtenidas en la misma zona de los respectivos pueblos rurales. En ellos se destaca la gran biodiversidad de, por ejemplo; frutas y verduras que logran desarrollarse a pesar de las condiciones climáticas de dichos pueblos.

Actualmente existen diversos emprendimientos e ideas de negocios que generan los pobladores rurales y con ello una propuesta de valor a la localidad, pero por diferentes motivos es posible de observar con el paso de los años, que estos no logran alcanzar el nivel de éxito esperado. Entre los motivos posibles identificados se encuentra el desconocimiento por parte de los emprendedores en las áreas que implican el emprender y materializar una idea de negocios.

El presente diagnóstico realizado en los pueblos rurales de la provincia de Parinacota busca generar

distintas aristas de análisis, para posteriormente desprender las razones que afectan a las ideas de negocios, las que repercuten en el desarrollo que se espera en dichas localidades; considerando además que existen canales y medios de financiamiento que van dirigidos específicamente a ciertos tipos de emprendimientos según su actividad económica, envergadura y origen.

La metodología utilizada en la investigación se encasilla bajo un modelo de análisis documental, de carácter analítico descriptivo, con la aplicación de un instrumento de categoría cualitativo a personas residentes de los pueblos rurales de la pre cordillera (Comuna de Putre; Belén, Murmuntani, Socoroma, Ticnamar). Los resultados de la investigación permitieron conocer los factores determinantes que influyen positiva y negativamente a cada idea de negocios y potencial emprendimiento.

Por: Diego Mamani M. - Javier Hernández R. - Jonathan Yucra S.

Docente Guía: María-Cristina Alfred U.



- **ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTO PARA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS LOCALES DE INDUSTRIAS CREATIVAS INTERNACIONALIZADAS HACIA LA UNIÓN EUROPEA**

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) representan un eje fundamental en la economía chilena. En efecto, generan el 65,3% de empleos a nivel nacional y constituyen un porcentaje mayoritario al considerar el número total de empresas existentes en el país. En el caso particular de la región de Arica y Parinacota, representan un 86%.

Para que estas empresas sean un real eje de desarrollo, ellas no deben considerar solamente variables locales, sino también tendencias tecnológicas y servicios remotos internacionales, así como las nuevas condiciones creadas por el problema sanitario global. En este sentido, la internacionalización se convierte en una oportunidad para adaptarse, lograr crecimiento de ventas, sustentabilidad y mayor rentabilidad, considerando además que el mercado local no ha crecido lo suficiente para las mipymes regionales. Un subconjunto relevante de estas empresas, lo constituyen las pertenecientes al sector de las industrias creativas por la diversidad de sectores que lo componen y por el arraigo cultural que

posee la región. Bajo este contexto, se busca potenciar a este sector al poner a su disposición un manual de exportación hacia la Unión Europea (UE), contextualizando al pequeño emprendedor para agilizar y ayudar en el proceso de salida al mercado internacional, entregando información sobre documentación necesaria, instituciones que intervienen y países atractivos para planificar su estrategia comercial. La UE ha registrado un creciente aumento en sus importaciones incluso durante la pandemia, en cuanto a sus socios comerciales preferenciales se refiere, entre los cuales se encuentra Chile.

Se espera que este manual contribuirá al desarrollo regional usando a la Unión Europea como un eje que permitirá incrementar las ventas de las industrias creativas locales.

Por: Pablo Aravena M. - Héctor Varela J.
Docente Guía: Fernando Cabrales G.



- **ROL DE LA MUJER INMIGRANTE EN EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS, EN LA CIUDAD DE ARICA**

Las mujeres en el ámbito migratorio han acaparado las cifras en los últimos años, donde es posible de afirmar que las mujeres están migrando por un futuro mejor, por su familia, sobre todo por ellas mismas. Sin embargo, esto no es obstáculo para que estas mismas mujeres puedan emprender con un negocio donde invierten esfuerzo, dinero y tiempo, pero sobre todo esperanza.

El objetivo de este estudio se centró en recabar información de estas mujeres migrantes emprendedoras e indagar en el rol que cumplen en la ciudad de Arica para poder apoyar y complementar su labor. La metodología utilizada corresponde a una investigación cualitativa de corte transversal, donde se encuestó a mujeres que podían contribuir con información relevante.

Las conclusiones de la investigación son claves y van enfocados al contexto social como económico de la población en estudio, lográndose obtener información en cuanto a las razones que llevaron a migrar y emprender a las mujeres que se encuentran en Arica. Buscando con finalmente evidenciar este grupo de la población, para considerar futuras acciones que permitan desde la acción regional ampliar sus oportunidades de desarrollo en todo ámbito.

Por: Clarysa Briceños A.

Docente Guía: María-Cristina Alfred U.



- **CASO: CENTRO ELECTRÓNICO LTDA. “ENFRENTANDO LA PANDEMIA DEL COVID-19”**

Centro electrónico Ltda. Es una empresa ubicada en la zona industrial del recinto amurallado de Zofri en la localidad de Iquique, la cual consta con más de 25 años de servicio. Su giro comercial se enfoca en la importación y exportación de mercadería electrónica y electrodoméstica. Sus importaciones provenientes mayoritariamente del continente asiático, embarcan en el puerto de Iquique para luego ser exportado a distintos países de América Latina, en especial Bolivia. Su dueño y gerente, cuenta con un conglomerado de empresas a lo largo de toda América. Su origen proviene de la India y junto con su familia han llevado a cabo la administración de la gran mayoría de sus negocios.

En el 2020 la empresa "Centro Electrónico" se vio en la necesidad de enfrentar una de las mayores crisis económicas y sanitaria jamás antes prevista. La llegada del Virus Covid-19 a las distintas localidades de todo el mundo, lo que hizo que la empresa se viera acorralada en términos económicos debido a un estancamiento en las ventas. El complejo escenario llevo al gerente y a la junta directiva de la empresa a tomar medidas críticas para adaptarse y sobrevivir a lo que se abismaba en un futuro.

Por: Luciano Enei O.
Docente Guía: Mauricio Nespolo C.



- **ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DEL SÍNDROME DE BURNOUT EN PROFESORES DE ENSEÑANZA BÁSICA EN COLEGIOS PRIVADOS DE LA CIUDAD DE ARICA EN TIEMPOS DE PANDEMIA COVID-19**

El Síndrome de Burnout o también conocido como síndrome de desgaste profesional, síndrome de sobrecarga emocional, síndrome del quemado o síndrome de fatiga en el trabajo fue declarado, en el año 2000, por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como un factor de riesgo laboral, debido a su capacidad para afectar la calidad de vida, salud mental e incluso hasta poner en riesgo la vida del individuo que lo sufre. A nivel mundial muchos estudios han descrito su presencia en diversas actividades, especialmente en los ámbitos escolares y de salud.

Considerando todos los problemas que han aquejado al docente en las últimas décadas, se ha evidenciado un aumento de la prevalencia del síndrome de Burnout y la disminución de la satisfacción laboral, reduciendo la salud y la competencia de los afectados. Por lo anteriormente planteado, el estudio buscó determinar el nivel de Burnout en docentes de la enseñanza básica en colegios particulares de la

ciudad de Arica en tiempos de pandemia, siendo este un factor interesante a evaluar.

El estudio cuantitativo, de tipo descriptivo, no experimental y transversal con una población constituida por 50 docentes de los cuatro colegios particulares de la ciudad de Arica.

Como principales resultados se obtuvo que los docentes encuestados presentaron puntuaciones medias cercanas a un nivel bajo en cansancio emocional y despersonalización, mientras que presentaron medias cercanas a un nivel alto en realización personal. De acuerdo al nivel de Burnout, el 68% de los docentes presenta niveles bajos, el 26% niveles medios, y el 6% niveles altos.

Por: Mabel Venegas G.
Docente Guía: Ximena Vega D.



- **DISEÑO DE UN MODELO DE CALIDAD DE SERVICIO: CASO BANDA ANCHA HOGAR EN CHILE EN TIEMPOS DE PANDEMIA**

La calidad es un factor importante tanto como para que los bienes y servicios entregados por una organización se mantengan, o intenten mantenerse, en los estándares más altos de la industria. En el caso de la banda ancha hogar, el servicio que acompaña este tipo de tecnología debe de ser lo más efectivo posible, sobre todo si se considera el internet fijo como una herramienta útil para desarrollar actividades esenciales, como trabajar o educarse, en tiempos complejos como la pandemia de COVID-19. Por esta razón, el trabajo buscó comprender y evaluar aquellas dimensiones que se creen importantes a considerar en la toma de una encuesta que busque medir la calidad del servicio del internet hogar en tiempos de pandemia, así como su influencia tanto en la satisfacción y lealtad que pueda tener el consumidor por su compañía de telecomunicaciones respectiva.

Para dicho fin, se empleó el uso de los modelos de ecuaciones estructurales, donde su uso para una investigación de carácter exploratorio dio como resultados que factores como la conectividad, capacidad de respuesta y empatía son importantes a la hora de definir la calidad del servicio de banda ancha hogar en Chile, así como también determinar que la satisfacción es influenciada por dicha variable (e inversamente) y que dada satisfacción es capaz de explicar una lealtad que pueda tener el consumidor por su empresa de telecomunicación.

Por: Juan O’Ryan M. - Diego
Ramírez V. - Luis Rivera S.

Docente Guía: Daniel Viera C.



- **CASO: ABASTIBLE S.A. – SUCURSAL ARICA**

El caso estructurado busca exponer la situación de una empresa de embotellamiento y distribución de Gas Licuado de Petróleo en la ciudad de Arica, cuyo mercado presenta un entorno de características monopólicas.

El caso "Abastible S.A - Sucursal Arica" describe una empresa nacional de embotellamiento y distribución de gas licuado con sucursales a nivel nacional que busca ampliar su alcance a distintas ciudades. Esto la conlleva a ingresar a un mercado monopólico capturado por su principal competidor Lipigas en la ciudad de Arica. En este sentido se da a conocer una empresa cuyo desempeño técnico y productivo depende de sus estrategias y como estas hacen frente a una situación monopólica.

El objetivo de este caso es que los estudiantes identifiquen fallas en los mercados como es la práctica monopólica y a su vez que permitan posteriormente evaluar las decisiones que tomaron estos actores con el fin de insertarse en un mercado cautivo. También es de suma importancia que ellos determinen qué variables microeconómicas son las que se deben considerar en la situación de una industria que posiblemente les resulte desconocida.

Por: Ignacio Varela A. - Elías Parra V.
Docente Guía: Mauricio Nespolo C.



- **IMPLEMENTACIÓN DE SCOOTERS ELÉCTRICOS CON CARGA FOTOVOLTAICA COMO ALTERNATIVA DE TRANSPORTE EN LA CIUDAD DE ARICA**

El trabajo tiene como finalidad evidenciar la evaluación económica que implica la implementación de scooters eléctricos con carga fotovoltaica como alternativa de transporte en la ciudad de Arica. Esto considerando que en Chile entre los años 2009 y 2019 hubo un incremento del 82,5% de vehículos motorizados. Esto provoca mayor contaminación en el aire, congestión vehicular y colapso del transporte público.

Es imprescindible mencionar que las formas de movilizarse están cambiando e innovando cada vez más en el país y a nivel mundial, dando paso a la electromovilidad, destacando en su uso a las ciudades de Chile como son Santiago, Concepción y Temuco.

En este estudio se analizan aspectos atingentes al mercado, técnicos, legales organizacionales, ambientales y económicos. Utilizando una metodología mixta a través de una revisión

teórica, encuestas y entrevistas. Se evalúa la implementación del servicio para todo público entre 18 y 29 años principalmente, que cuenten con un smartphone y datos móviles, que su presupuesto destinado a movilización sea entre \$40.000 y \$60.000 pesos chilenos.

Finalmente, se logra evaluar todos los aspectos mencionados anteriormente concluyendo la viabilidad del proyecto como también su rentabilidad económicamente en un escenario normal u optimista. Siendo información atractiva para algún inversionista que desee implementar dicha idea como empresa con fines de lucro que a su vez contribuye a la ciudad y sus habitantes.

Por: Monserrat Díaz R. - Maximiliano Gutiérrez G.
Docente Guía: María Paz Terraza A.



- **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EN LA UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ, EN SU SEDE DE ARICA**

En los últimos tiempos el mundo ha vivido cambios profundos en diferentes ámbitos, y la calidad de formación en los jóvenes universitarios no es una excepción, ya que la relación entre las instituciones educativas y las empresas han establecido una nueva forma de gestión hacia un enfoque de transmisión y creación del conocimiento basados en lo social y medioambiental. Por eso hoy en día, cada vez es más la demanda en la calidad formativa en los jóvenes, debido a que las empresas piden personal altamente capacitado con comportamientos, acciones y actitudes firmemente éticas, con el propósito de generar un ciclo de saberes preciados que logren aportar beneficios para la sociedad y tener buena imagen para el mercado.

Esta investigación tuvo como objeto abordar la importancia que tiene la formación académica y la preparación profesional de los estudiantes universitarios en Responsabilidad Social Empresarial de la Facultad de Administración y Economía, específicamente, la Escuela de Administración y Negocios de la Universidad de Tarapacá de Arica.

Por lo tanto, se realizó un análisis teórico y se

implementó una entrevista, donde la muestra fue dirigida por conveniencia, para saber la percepción que tienen los docentes y/o autoridades, planta o contrata, de la Facultad sobre el tema, donde se obtuvo que consideran que la Responsabilidad Social Empresarial nace de una moda que se transforma en una necesidad, ya que las nuevas generaciones están más empoderados en elegir a las empresas más responsables y descartar a las que no, por tanto, declaran que es pertinente incorporar la RSE de manera transversal y práctica, en los años de carrera universitaria; debido que el mercado laboral necesita a profesionales actualizados en los nuevos temas emergentes.

Finalmente, se propone un curso de acción como estrategia para la incorporación de la RSE en la formación, esta se define en 3 fases que debería incorporar la Universidad de Tarapacá para inducir la RSE y así la Facultad se pueda alinear en base a esta nueva competencia con diferentes acciones a seguir.

Por: Scarlett Colil F. - Michelle Romero N.
Docente Guía: María-Cristina Alfred U.



- **ANÁLISIS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO EN LA OPERATIVIDAD DE LA EMPRESA IMETAL SPA EN TIEMPOS DE PANDEMIA**

Durante los últimos años, las empresas han tenido la necesidad de ir midiendo su eficiencia y eficacia, siendo estos unos de los principales objetivos a alcanzar, ya que acarrea ciertos beneficios para la organización, por ejemplo: la creación de valor, riquezas, definición clara de objetivos; entre otros. Uno de los medios para lograrlo radica en la administración y rendimiento de los empleados, es por ello que, el utilizar los procesos administrativos podría ayudar a la empresa a ejercer un mejor uso de sus recursos, contribuyendo al logro de sus objetivos, centrándose en los factores de planear, organizar, dirigir y controlar las operaciones de la empresa.

En este estudio se da a conocer la importancia de los procesos administrativos y su incidencia en la operatividad de la empresa Imetal Spa., analizando la influencia de la estructura organizacional en

la separación de sus funciones, la motivación en el desempeño personal y la incidencia de la planeación estratégica respecto al problema del macroentorno.

Se lleva a cabo una encuesta al personal de Imetal Spa y una entrevista al administrador de la compañía, en donde se obtuvieron resultados importantes para la investigación realizada, logrando ofrecer una propuesta que ayude en el desarrollo del personal y beneficie a la empresa.

Por: Rodrigo Córdova G.
Docente Guía: Mario Flores L.



- **NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE CRIPTOMONEDAS Y TECNOLOGÍA BLOCK-CHAIN ENTRE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA (FAE)**

Las universidades son el centro de discusión cultural en todos los países, así como un lugar que permite que la experimentación e investigación de ciertos temas sea focal. En consecuencia, las Blockchain han llegado a la academia como una oportunidad para que estas tecnologías puedan desarrollarse a nivel teórico y práctico, formando profesionales cada vez más especializados en el tema que brinden nuevas soluciones y mecanismos para mejorar la eficiencia de las blockchain a futuro.

En la investigación se exponen los resultados obtenidos al encuestar a los estudiantes de la

Facultad de Administración y Economía de la Universidad de Tarapacá, en cuanto a su nivel de conocimiento respecto la blockchain y las criptomonedas. A modo resumido se destaca en la investigación que un 54.9% indica que nunca ha oído hablar de blockchain y un 89.1% indica que si ha oído o a leído acerca de Bitcoin.

Por: Rodrigo Galarce A.
Docente Guía: Luis Mella S.



- **TRANSFORMACIÓN DEL EJECUTIVO COMERCIAL EN LA DIGITALIZACIÓN BANCARIA**

Esta investigación se encuentra orientada en la actual forma de operar de un banco, en este caso Banco Falabella, identificando y analizando los lineamientos estratégicos desarrollados en la transformación digital del servicio bancario; como respuesta a la mejora de experiencias a los clientes. Todo ello con el objeto de consolidarse como el banco de personas más grande de Chile. Se expone la experiencia y la transformación dentro de la organización, consecuencia de la innovación en el sistema de atención y entrega de productos centrados en el

cliente. Finalmente se concluye con las fortalezas y debilidades del sistema digital en la Banca. Se destaca la metodología ágil, siendo el motor para que el gran proyecto de digitalización de la banca sea un éxito, con una entrega de valor de forma temprana y continua.

Por: Cecilia Jiménez J.
Docente Guía: María-Cristina Alfred U.



- **TESIS PLAN DE MARKETING PARA LA CLÍNICA VETERINARIA DR. PETS DE LA CIUDAD DE ARICA**

La tesis tiene como objetivo diseñar un plan de marketing para la clínica veterinaria Dr. Pets de la ciudad de Arica, con horizonte en los próximos 5 años.

La clínica veterinaria Dr Pets, nace en el año 2005, como un negocio familiar conformado de los socios, con una necesidad de cubrir la poca demanda de clínicas veterinarias en la ciudad de Arica, enfocándose primordialmente en la calidad de prestación de servicios a caninos y felinos, y un grato ambiente para los dueños de mascotas. Entre los servicios que ofrece están las cirugías menores y mayores, consultas, exámenes, vacunación y venta de productos (alimentación, medicamentos y accesorios).

El plan de marketing se inicia con la búsqueda de antecedentes de otros trabajos similares y

bases teóricas que respalden las decisiones estratégicas. Luego, se realiza un análisis desde aspectos generales del mercado hasta el interior de la veterinaria. Con la intención de perfilar a los clientes y tener información para la toma de decisiones, es llevada a cabo una investigación de mercado de carácter descriptiva en la ciudad de Arica. En base a esto, se perfilaron dos estrategias generales, siendo el desarrollo de mercados para llegar a otros segmentos y la fidelización que ayude a la retención del cliente.

Por: Diego Rodríguez Ch. - Gonzalo Tiayna H.

Docente Guía: Mario Flores L.



- **ESTUDIO DE LOS FACTORES QUE TOMAN EN CUENTA LOS CLIENTES AL SELECCIONAR UN SUPERMERCADO**

Mejorar la calidad de los servicios es uno de los principales objetivos de las organizaciones a lo largo del tiempo, esto con el fin de crear una lealtad o recurrencia con sus clientes, conseguir nuevos y ser más competitivas. Para esto, definir y medir la calidad de los servicios no ha sido una tarea sencilla para las organizaciones, pues no todas se dedican al mismo rubro o sector, y ligarlo a las percepciones de los usuarios es necesario. Ante esto, definir las variables que inciden en su satisfacción ha sido tema de discusión entre los distintos autores que proponen diversos modelos para aplicar.

Para la presente investigación de mercado, se evaluaron los factores que toman en cuenta los consumidores a la hora de elegir un supermercado.

Por: Iñigo Flores B.
Docente Guía: Daniel Viera C.



UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ
Universidad del Estado

FAE

Facultad de
Administración
y Economía

