

Juan Carlos Ruiz C.

**NIIF S1 y S2:
Requerimientos de
Revelación de Información
de Sostenibilidad y Clima**



**Desafíos y
oportunidades en
el financiamiento
de Microempresas
en Chile**

Edison Gutiérrez G.



El Sistema de Finanzas Abiertas y los cambios propuestos **en la Industria Financiera**

Juan Saavedra G.

Entrevista: Heidi Inostroza Rojas
**La Facultad y la Universidad
de Concepción son grandes
espacios para pensar**

Índice

3

Editorial

4

Artículo: La renovada vigencia de la prospectiva y la estrategia que traen los escenarios de Crisis y Alta Complejidad. Por Ariel Yévenes S.

13

Entrevista: Heidi Inostroza Rojas, alumna de Ingeniería Comercial: La Facultad y la Universidad de Concepción son grandes espacios para pensar.

15

Artículo: NIIF S1 y S2: Requerimientos de Revelación de Información de Sostenibilidad y Clima. Por Juan Carlos Ruiz C.

19

Artículo: Desafíos y oportunidades en el financiamiento de Microempresas en Chile. Por Edison Gutiérrez G.

25

Artículo: El Sistema de Finanzas Abiertas y los cambios propuestos en la Industria Financiera. Por Juan Saavedra G.

31

Noticias FACEA.

**MANAGEMENT
& EMPRESA**
Departamento de Administración FACEA UdeC

ISSN 2810-756X

Revista Management & Empresa
Departamento de Administración
Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas Universidad de Concepción
- CHILE

Director Revista RME:
Francisco Sepúlveda Laurence

Comité Editorial:
Carlos Baquedano Venegas
Álvaro Escobar González
Sergio Escobar Miranda
Juan Saavedra González

Periodista:
Adolfo Hernández Muñoz

Colaborador:
Pedro Cofré F.

Diseño y diagramación:
Eduardo Rodríguez Quiroz

Dirección y Teléfono:
Victoria 471, Concepción - Barrio Universitario
FONO: +56 41 2204187

Mail: rme@udec.cl

Editorial

Junto con saludarles, les damos la más cordial bienvenida a un nuevo número de la Revista Management&Empresa editada por el Departamento de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Concepción.

En este mundo empresarial, marcado por constantes cambios y desafíos, la capacidad de adaptarse y evolucionar se ha convertido en un factor más relevante que nunca antes. Así, en la presente edición se abordan algunos temas esenciales que no solo reflejan tendencias actuales, sino que también ofrecen una visión estratégica para enfrentar el futuro con éxito. El artículo de Edison Gutiérrez, “Desafíos y oportunidades en el financiamiento de Microempresas en Chile”, examina el delicado equilibrio entre las dificultades financieras que enfrentan las microempresas y las oportunidades que se presentan para su desarrollo. En un entorno donde el acceso al financiamiento adecuado es un factor crítico para la supervivencia y crecimiento, este análisis nos invita a reflexionar sobre las políticas y herramientas necesarias para apoyar a este sector clave de la economía chilena.

Por su parte, Ariel Yévenes nos lleva a explorar la “Renovada Vigencia de la Prospectiva y la Estrategia que Traen los Escenarios de Crisis y Alta Complejidad”. Este artículo pone en relieve cómo la prospectiva estratégica, en medio de crisis y alta incertidumbre, se convierte en una herramienta indispensable para la toma de decisiones informadas, permitiendo a las organizaciones anticiparse y adaptarse a futuros inciertos.

Juan C. Ruiz nos presenta una mirada detallada a las NIIF S1 y S2, con énfasis en los “Requerimientos de Revelación de Información de Sostenibilidad y Clima”. En un contexto global donde la sostenibilidad ha pasado de ser un tema opcional a una obligación, este artículo destaca la importancia de la transparencia y la responsabilidad en la gestión empresarial frente a los desafíos climáticos.

El tema de la innovación financiera es abordado por Juan Saavedra en “El Sistema de Finanzas Abiertas y los cambios propuestos en la Industria Financiera”. Aquí se exploran los impactos potenciales de la adopción de un sistema de finanzas abiertas, que promete transformar la industria financiera, promoviendo una mayor competencia, eficiencia y acceso para todos los actores involucrados.

Finalmente, cerramos esta edición con una inspiradora entrevista a Heidi Inostroza, ex alumna de nuestra Facultad, quien comparte sus experiencias y logros, demostrando cómo la formación académica en FACEA puede ser un trampolín hacia el éxito profesional en diversos campos.

Cada uno de estos artículos ofrece una perspectiva única sobre los retos y oportunidades que enfrentan las empresas hoy en día. En conjunto, subrayan la importancia de la innovación, la estrategia y la sostenibilidad como pilares fundamentales para el desarrollo empresarial en tiempos de incertidumbre. Por ello, invitamos a nuestros lectores a sumergirse en estas lecturas y a reflexionar sobre cómo estas ideas pueden ser aplicadas en sus propios contextos empresariales.

Carlos Baquedano Venegas



Ariel Yévenes S.
Departamento de Administración
FACEA UdeC

La pandemia COVID - 19 se constituyó, además de crisis sanitaria, en una crisis global con efectos que, en diversas esferas de actividad, incluyendo lo económico productivo, aunque con efectos locales diferenciados, conforme tanto a las medidas que se fueron implementando por las autoridades para hacerle frente, como a las propias características de cada territorio y sector productivo del cual era contenedor. En efecto, emergieron con ocasión del COVID - 19, aspectos que le circunscriben a una gestión desde la dialéctica global local, como también a la necesidad de articular acciones estratégicas para incorporar procesos de orden estructural que, aun siendo tendencias de larga duración, fueron objeto de estímulos que aceleraron un incorporación productiva, como por ejemplo, todo lo que dice relación con la digitalización de procesos de compra - venta, la desintermediación en la conexión de productores - clientes, el fortalecimiento de las redes sociales como herramienta de competitiva y en general, el emerger de un conjunto de TICs con aplicación en la industria, comercio y servicios.

Con todo, en Chile en general y particularmente en la Región del Biobío, se constató en los sectores del comercio minorista, servicios, turismo y transporte, los mayores efectos y transformaciones en términos de actividad económica, lo que ha derivado en la necesidad de prospectar y generar estrategias (Yévenes, 2020) tanto para hacer frente a los principales efectos localizados de las crisis, como también para potenciar los efectos beneficiosos de la acelerada transformación tecnológica en los sectores económico productivos y reducir lo que implique efectos adversos de lo mismo.

La renovada vigencia de la prospectiva y la estrategia que traen los escenarios de Crisis y Alta Complejidad

En efecto, la planificación estratégica comienza a jugar un renovado rol, ya no pensando en escenarios más estables, programables y determinísticos, como antaño, sino que ahora como una herramienta clave que propicia a las organizaciones dotarse de mentes más preparadas para anticipar y adaptarse a los cambios cada vez más acelerados del entorno, que requieren de una toma de decisiones informada, con foco en una visión completa y a largo plazo de la dirección que debe tomar la organización. En síntesis, se renueva la importancia de la planificación, la prospectiva y la estrategia, como un factor crítico de éxito y supervivencia de las organizaciones en el escenario contemporáneo.

Es en este contexto que es preciso relevar tres ideas fundamentales respecto de la prospectiva y la complejidad en los procesos de creación de estrategias territoriales, donde se demanda de un enfoque innovador, situacional y emergente en la planificación. En segundo lugar, la necesidad de asumir la complejidad en los procesos de creación de estrategias. Finalmente, el rol del impacto del horizonte temporal, no sólo sobre el diseño de la estrategia, sino que también y en mayor medida, sobre la ejecución y operación de la misma.

Prospectiva y Estrategia en el Escenario Contemporáneo.

Las contribuciones de Heisenberg al desarrollo del conocimiento, generaron transformaciones notables a una teoría de la ciencia totalmente determinista, a la cual se le asumía capaz de predecir todo lo que ocurriera en el universo; en efecto, una lectura de su formulación del principio de incertidumbre señala la imposibilidad de medir el estado presente del universo (Hawking, 1988) y de ser así, por tanto, mucho menos lo será el intento por predecir eventos futuros. De este modo, un punto de partida para la gestión será comprender que las respuestas que habrán de construirse en el proceso de creación de estrategia y visualización del futuro estarán determinadas esencialmente por la provisionalidad y el riesgo, derivado de la incertidumbre.

No obstante, es posible constatar que mientras una parte de la mente sabe que hay incertidumbre en el futuro, a la otra parte le resulta más cómodo asumir que el futuro más probable es de algún modo real y hasta inevitable (Slywotzky & Weber, 2008). He ahí los procesos de planificación que se abordan con alta componente predictiva, aun cuando el anticipar resultados a partir de tendencias, implica presumir que las condiciones del pasado se perpetuarán a futuro. Constituye por tanto una visión limitada o errónea para las decisiones estratégicas (Chussil, 2005) y para la visualización de un futuro deseado.

Por ello, en primera instancia, el proceso de formulación de estrategias ha de ser flexible, capaz de incorporar la provisionalidad de la ventaja competitiva, que será siempre temporal y por lo tanto, las estrategias han de plantearse, más que como un enfoque único, como un conjunto de maniobras relativamente relacionadas, dentro de un patrón de acciones semi coherente (Hodgetts, Luthans, & Slocum, 2000), que idealmente dotan a la organización de un plan de gestión determinado por un conjunto acotado de reglas estrictas y burocracia mínima.

En este sentido, para el abordaje de un proceso de planificación, existe un amplio margen de maniobra para innovar. Por un lado, es posible innovar mediante la integración novedosa de distintos enfoques; por otro, la innovación puede tener lugar mediante la creación de nuevos enfoques, pertinentes al contexto y que surgen de su propia complejidad y particularidad. En el fondo, no existe “un” método apropiado, sino que es posible dar con múltiples formas de planificar (Wigodski, 2007), que han de surgir del conocimiento del contexto, por parte de los estrategas, como también de una mirada sistémica, que permita innovar de manera situacional y emergente, con un aprendizaje incremental.

Mientras una parte de la mente sabe que hay incertidumbre en el futuro, a la otra parte le resulta más cómodo asumir que el futuro más probable es de algún modo real y hasta inevitable.

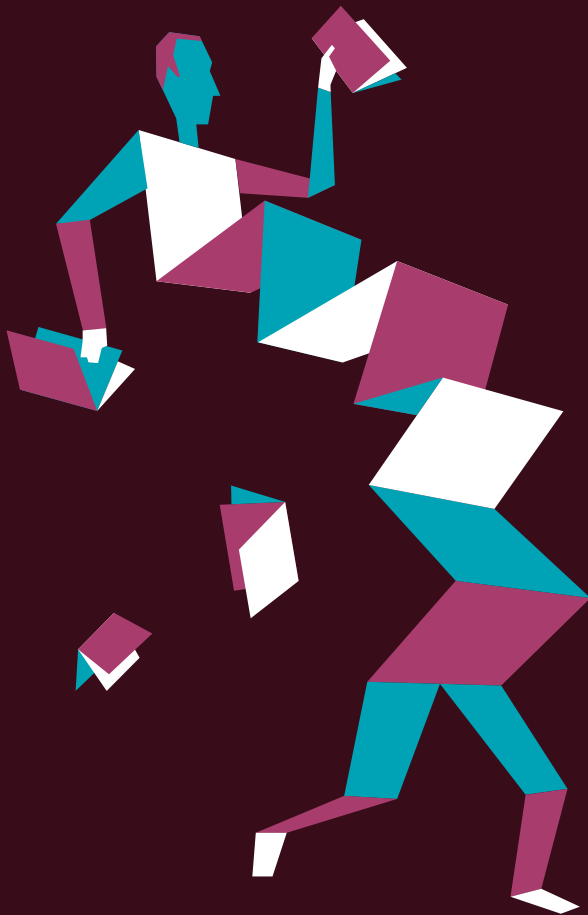
En el plano de la toma de decisiones, resulta relevante incorporar la mayor cantidad de visiones derivadas de grupos sociales diversos, porque se precisa considerar tanto el conocimiento generado por la ciencia, como el conocimiento tradicional, comprendiendo que la topofilia, o estimación del propio lugar, es una forma lícita de entender lo deseado para la organización.

Surge por tanto la pregunta ¿cómo comprender inicialmente el concepto de estrategia para su posterior aplicación en el ámbito organizacional? Al respecto, es preciso reconocer que el concepto admite una serie de acepciones. En primer lugar, puede asociarse al concepto de plan, en un trabajo de diseño y asociación de acciones formales previamente definidas; también puede comprenderse como una perspectiva, en el marco de un estado futuro deseado, distinto aunque funcional al estado actual y a partir de una situación presente; a su vez, puede concebirse como un patrón lógico de acciones, generadoras de una pauta de comportamiento; finalmente, puede entenderse como una maniobra que reside en el plano de la ejecución de acciones, como respuesta a estados de corto plazo pero que configuran un accionar consistente, un comportamiento estratégico (Mintzberg, 1987). Con todo, las grandes estrategias constituyen una configuración original de muchas actividades complementarias (Kotler, 1999), cuyo éxito depende de distintos factores, donde aparece uno fundamental, cual es la coherencia (Mainardi, Leinwand, & Lauster, 2009) de acciones y decisiones.

En la práctica, se comprende la estrategia como un conjunto único de procesos significativos, traducido en un puñado de reglas simples que sirven de guía, esenciales, que instalan a la organización en procesos de cambio que, bajo la teoría de la complejidad, podrían denominarse “el borde del caos” y la dotan de la cuota de planificación necesaria para capturar las mejores oportunidades (Eisenhardt & Sull, 2001). En este plano, cobrarán relevancia la figura de los trade-offs que crean la necesidad de elegir y deliberadamente limitar lo que se es capaz de emprender (Porter, 1996) y por lo tanto, la definición de la estrategia se constituye en el espacio donde “se negocia organizacionalmente” lo que se ha de hacer para posicionarse de manera distintiva y que en conjunto, significa seleccionar aquellos ámbitos en que definitivamente no se incursionará, hacia la construcción de una visión de futuro deseada.

Dado lo expuesto, como es difícil dar cuenta de la complejidad sin el concurso de distintos puntos de vista, pero por sobre todo, sin la conciencia de que cada uno de ellos es necesariamente parcial, resulta necesario ensayar maneras inter y transdisciplinarias (Mato, 2000), que salgan al encuentro de otros puntos de vista y construyan complementariedad entre los mismos. En este sentido, es sugerente pensar en construir estrategias desde una perspectiva dialógica, donde los fenómenos y eventos pueden apreciarse como espacios de confluencia complementaria de elementos que, en principio, pueden incluso apreciarse antagónicos. Se propicia así el reconocimiento de los agentes en su plena diversidad, con derecho a expresión plena y libre, incrementando a la postre su capacidad de cuestionar supuestos y certezas (Friedmann, 2004) y es lo que, a su vez, permite comprender la existencia simultánea y complementaria del orden y el desorden, que posibilitan la información como elemento organizador y la complementariedad entre permanencia y cambio (Bonil, Sanmartí, Tomás, & Pujol, 2004), que ha de ser la base de la estabilidad y la competitividad sostenida.

Por otro lado, en el plano de la toma de decisiones, resulta relevante incorporar la mayor cantidad de visiones derivadas de grupos sociales diversos, porque se precisa considerar tanto el conocimiento generado por la ciencia, como el conocimiento tradicional, comprendiendo que la topofilia, o estimación del propio lugar, es una forma lícita de entender lo deseado para la organización (Bonil, Sanmartí, Tomás, & Pujol, 2004). Ello, contribuye a construir confianza, solidaridad y a profundizar el sentido pertenencia, factores decisivos, no sólo para la generación de redes (Friedmann, 2004), sino también para construir capacidad competitiva, más aún cuando en el escenario contemporáneo esto último depende no tanto de seleccionar estrategias y cursos de acción plenamente acertados desde lo técnico, sino que también consensuarlas, hacerlas participativas y ejecutarlas de una forma conducente a su supervivencia organizacional y su aplicación efectiva (Waissbluth, 2008).



Lo anterior, queda en mayor grado manifiesto cuando se comprende a una organización también como un elemento constitutivo de identidad, que opera como espacio de mentes humanas que con otras mentes alumbran un mundo de forma individual y colectiva a la vez, que se organizan socioculturalmente y que evolucionan según situaciones y vicisitudes vitales que experimentan en común (Bastardas, 2010). En efecto, se requiere hoy de estrategias convocantes, cuando se constata que todo proceso de transformación y cambio no demanda sólo de más información y conocimiento, sino que además de un esfuerzo de participación, apertura y diálogo (Motta, 1999) de parte de todos los involucrados.

En el fondo, no se genera una instancia de estrategia para construir planes, sino que más bien como un espacio de aprendizaje para desarrollar “mentes preparadas” (Kaplan & Beinhocker, 2003) hacia la ejecución de proyectos claves, donde el gran aporte reside en ayudar a los tomadores de decisión a sortear el efecto halo y consecuentemente mejorar capacidades de pensamiento crítico (Rozenzweig, 2007), claves para la innovación emergente y situacional.

Asumiendo la complejidad de la creación de estrategias

La complejidad implica explicarse el mundo como un todo indisociable e interconectado por lo cual es preciso abordarlo desde una perspectiva multidisciplinaria y multirreferenciada, construyendo un pensamiento que se contrapone a la causalidad y el determinismo como forma de abordar fenómenos como totalidad orgánica (Morin, 2001). En este sentido, es preciso reconocer que la ventaja competitiva y la estrategia proceden de un conjunto integrado de decisiones sobre actividades (Ghemawat, 2007), cuyo éxito depende del encaje articulado y complejo de las mismas.

Integrando diversas visiones, es posible comprender la complejidad como el conjunto de propiedades cualitativas de un fenómeno, natural o humano, dadas en principio por la caoticidad, la fractalidad, el catastrofismo y la borrosidad (Munné, 2010). En este sentido, las propiedades de la complejidad son irreductibles, toda vez que el caos se manifiesta en la no linealidad derivada de la sensibilidad de los fenómenos a las condiciones iniciales, la fractalidad implica características como la invarianza de escala y la autosemejanza en patrones característicos que se encuentran repetidamente en escalas descendentes (Limone, 2010), el catastrofismo da cuenta de la posibilidad de mantener la inestabilidad estructural mediante cambios súbitos y la borrosidad alude a la imprecisión en los límites de un fenómeno dado (Munné, 2004).

En la práctica, se aprecia que lo que hace complejo a un fenómeno son las relaciones e interdependencias entre sus elementos (Munné, 2010), por lo que resulta contraproducente crear estrategias reduciendo elementos, analizando por partes y prescindir de cuanto es considerado como no esencial, toda vez que el resultado será la definición de estrategias simplificadoras de la realidad y la postre no acoplables a la misma, pues se basarán en un método fuertemente reductor de la complejidad presente e inherente a los fenómenos. Por tanto, si lo decisivo en un proceso de creación de estrategia es que ella sea efectivamente aplicable, será clave que en ella se asuma la complejidad sin reducirla, incorporando los aspectos cualitativos inherentes a relaciones e interdependencias entre factores, elementos y actores.

Ahora bien, se ha llegado a plantear que el diseño de estrategia es demasiado incierto y complejo como para manejarlo a través de un proceso definido. No obstante, lo que en realidad ocurre es que los procesos formales, desplegados estrictamente por expertos, es lo que ha perdido vigencia relativa, pues la presión por acelerar procesos y hacer frente a la incertidumbre y la complejidad van tendiendo a provocar la desaparición de la planificación como formal y tradicionalmente se ha comprendido. Dado que la estrategia es un mecanismo por medio del cual una organización comprende al entorno que le rodea, en la actualidad debe poner el énfasis en los individuos y sus interacciones más que en procesos formales y herramientas (McFarland, 2008) y en la respuesta al cambio y la innovación emergente más que en el seguimiento estricto de un plan formalmente documentado.

Se precisa por tanto, disponer de un método capaz de asumir la complejidad, integrando partes interconectadas y agentes entrelazados, que en sus vínculos son generadores de información adicional que de otro modo no sería posible capturar, pues como resultado de las interacciones surgen propiedades emergentes, imposibles de explicar con el ejercicio de analizar elementos aislados, pues cada uno adquiere significado en la medida que constituye una parte integrante del todo.

En esta dirección, algunos autores hacen referencia a “problemas malditos” que aparecen en contextos de cambio constante y desafíos sin precedente, donde su complejidad, tanto como las dificultades técnicas, los tornan difíciles de manejar; frente a lo cual se proponen métodos de planificación donde el objetivo es crear entendimiento colectivo y alentar compromisos conjuntos para su abordaje, lo que fortalece la inteligencia colectiva, contrarresta el sesgo cognitivo y expande el potencial para la creatividad (Camillus, 2010). Ello, aun cuando el proceso de creación de estrategia se dificulte y tome más tiempo y recursos, pues en la práctica, se darán soluciones, más creativas, efectivas y de mayor grado de sostenibilidad.

En este sentido, vale la pena apostar por procesos participativos, que enfatizan en la comunicación y el intercambio de información; la concentración en el largo plazo, centrándose en el futuro y no en el tratamiento de temas coyunturales; la coordinación entre agentes, que ordena variables y factores; la construcción de consensos, privilegiando visiones compartidas en un marco natural de intereses divergentes; y la gestación de compromisos de gestión, donde los participantes se hacen co-responsables de las acciones definidas en conjunto (Yévenes, 2010). En la práctica, constituir un proceso capaz de orientar la estrategia, de tal forma de hacerla proactiva y capaz de fortalecer equipos de trabajo para operar en red, centrados en el desarrollo de proyectos que potencien el aprendizaje y promuevan la capacidad de innovación hacia el largo plazo.

El problema del largo plazo en un contexto cambiante

La segunda ley de la termodinámica señala que en cualquier sistema el desorden, o la entropía, siempre aumenta con el tiempo, lo que a su vez es un ejemplo básico de lo que se conoce como una flecha de tiempo, algo que distingue el pasado del futuro, dando dirección al tiempo. (Hawking, 1988). Aquí, la irreversibilidad adquiere un carácter fundamental, ya que la evolución de los sistemas se orienta en un eje temporal, así también el azar y la incertidumbre, pues se desconocen los elementos que compartirán la historia de los sistemas y cómo se orientará su futuro (Prigogine, 1997).

La irreversibilidad adquiere un carácter fundamental, ya que la evolución de los sistemas se orienta en un eje temporal, así también el azar y la incertidumbre, pues se desconocen los elementos que compartirán la historia de los sistemas y cómo se orientará su futuro.



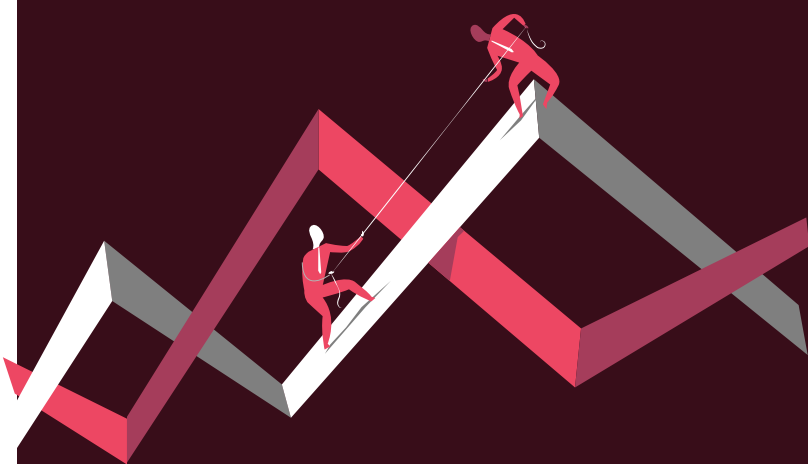
Así, el plan no habría de comprenderse como la estrategia, sino que actúa como una guía reductora de la incertidumbre, residiendo allí su importancia como instrumento de largo plazo, pues tiende a evolucionar al tiempo que las decisiones y sucesos de contexto se van conjugando y articulando. En efecto, los problemas estratégicos no permiten un modelaje y programación precisa (Quinn, 1982) y por lo mismo, ningún proceso formal de creación de estrategia es capaz de manejar todas las variables estratégicas de manera simultánea, de tal forma de permitir su consecuente programación en el largo plazo. A esto hace referencia el “incrementismo lógico” (Quinn, 1978) al plantear la necesidad de proceder flexible y experimentalmente, desde conceptos generales hacia compromisos específicos, concretando éstos últimos tan pronto como sea posible, con el fin de disminuir la incertidumbre.

En este contexto, el problema de gestión de la estrategia se acrecienta, toda vez que frente a la natural búsqueda de una configuración estable, se incrementan las presiones por cambios estructurales, en función de las transformaciones que se producen en el ambiente. Ello es así toda vez que los periodos convergentes propician el desarrollo de fuerzas internas de gestión preparadas para administrar la estabilidad y por lo tanto los agentes, estructuras y sistemas se tienden a interrelacionar tanto que sólo permiten cambios compatibles con la estructura creada en un contexto de estabilidad, funcional a los consensos construidos, lo programado y previsto.

Se observa así que la convergencia se da como un espacio especialmente proclive al cambio incremental, muy en línea con lo planteado por el incrementismo lógico. Sin embargo, el conflicto surge frente a la necesidad urgente de virajes estratégicos que rompan con las estructuras establecidas para dar respuesta a transformaciones ambientales, como los escenarios de crisis global, que no admiten cambios meramente incrementales. En este contexto, lo que suele ocurrir es que gran parte de los necesarios virajes estratégicos, que rompen con el sistema construido en convergencia, se tienden a aplazar hasta que una crisis sistémica golpea al sistema (Tushman & Romanelli, 1986) y lo obliga a una acción de cambio drástico, frente a la resistencia al cambio gestada precisamente durante los periodos de convergencia.

Ello, se hace especialmente importante cuando se constata que el ritmo de cambio es tan rápido, que ahora la habilidad para cambiar se ha convertido en una ventaja competitiva, lo que demanda de una aptitud de aprendizaje continuo por parte de los actores involucrados en el diseño y operación de la estrategia (Kotler, 1999). En la práctica, se da cuenta de la necesidad de sostener un sistema de monitoreo y actualización permanente sobre la ejecución y (re) diseño de la estrategia.

Para una mejor comprensión de la aplicabilidad que ello presenta en la gestión y operación de la estrategia propiamente tal, resulta útil valerse precisamente de la segunda ley de la termodinámica y en especial respecto de lo planteado sobre la flecha psicológica del tiempo. Al respecto, existen al menos tres flechas del tiempo diferentes. En primer lugar, la flecha termodinámica, que constituye la dirección del tiempo en la que aumenta el desorden y la entropía. En segundo lugar, se tiene la flecha cosmológica, cual es la dirección del tiempo en la que el universo se encuentra en expansión y no en contracción. En tercer lugar, se tiene la flecha psicológica, cual es la dirección que sentimos que el tiempo pasa, en la cual es posible recordar el pasado pero no el futuro.



Comprender que el aprendizaje estratégico se va construyendo desde la base, generalmente a partir de situaciones y decisiones coyunturales que, bajo la forma de un patrón relativamente lógico y coherente, consolidan cierto posicionamiento estratégico en torno a una perspectiva unificada, es clave para que cada nueva estrategia se articule recogiendo esa historia e identidad, sin hacer abstracción de ella.

Al respecto, Hawking plantea que antes de que se registre un dato en la memoria, ésta se encuentra en un estado desordenado y una vez que ésta interactúa con el sistema registrando un suceso, pasa de un estado desordenado a uno ordenado, para lo cual es necesario aplicar una cierta cantidad de energía (Hawking, 2008).

Dado que la estrategia constituye una instancia en la cual se captura el pensamiento de una organización en un punto específico del tiempo, ha de ser entonces depurada y mejorada continuamente en función de la experiencia y el conocimiento que los actores van adquiriendo (McFarland, 2008). Por lo mismo, es preciso sostener procesos que incorporen la posibilidad de crear y adaptar las estrategias en forma rápida e interactiva, para que la organización pueda efectivamente actuar en ambientes cambiantes. En la práctica, ello equivale a reconocer que la estrategia surge de un proceso caótico, como todo lo relacionado con la especulación, la incertidumbre y el conflicto situacional; por ello, resulta imprescindible recrear un proceso permanente que facilite la conversación sobre el futuro, sin ataduras, sin jerarquías y sin restricciones (Bilancio, 2005) que permita la flexibilidad y superior adaptabilidad de la estrategia y la organización a los cambios ambientales.

Y entonces... ¿Qué Hacer?

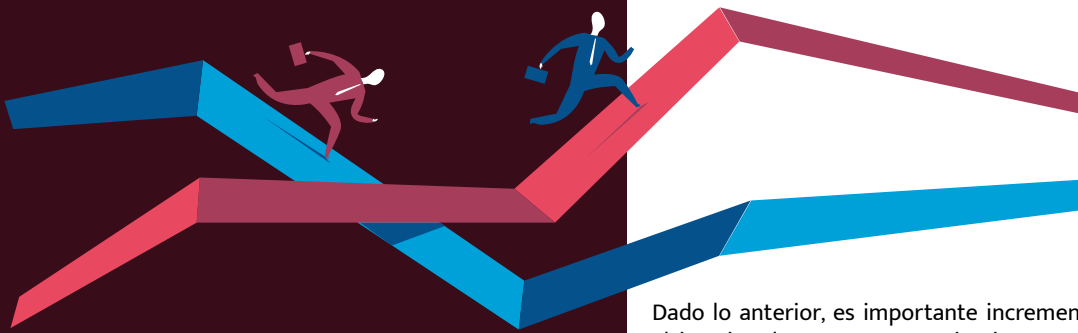
Emerge la pregunta respecto a las posibilidades prácticas de efectivamente conseguir ejecutar estrategias de largo aliento en un entorno de crisis y cambio tan acelerado. Lo primero que emerge frente a esta pregunta es que son efectivamente los periodos de crisis donde más se exige visualizar rutas estratégicas de acción, para consecuentemente innovar y superar el escenario adverso. En efecto, las crisis generan una renovada vigencia en la necesidad de construir visión prospectiva y estratégica para el desarrollo competitivo.

Ahora bien, para las organizaciones en general hay tres elementos de orden práctico sobre las cuales sustentar una visión prospectiva y estratégica más compleja y sistémica

En primer término, es preciso recalcar que, en su desenvolvimiento, las organizaciones son parte de procesos de aprendizaje en muchos casos históricos y que marcan su devenir futuro en función de su tradición e identidad. En este sentido, comprender que el aprendizaje estratégico se va construyendo desde la base, generalmente a partir de situaciones y decisiones coyunturales que, bajo la forma de un patrón relativamente lógico y coherente, consolidan cierto posicionamiento estratégico en torno a una perspectiva unificada, es clave para que cada nueva estrategia se articule recogiendo esa historia e identidad, sin hacer abstracción de ella.

En este sentido, siempre es posible identificar una evolución paulatina de definiciones estratégicas que constituyen el contexto para seguir innovando de manera emergente y situacional, sin quiebres radicales, donde muchas veces se da por olvidado el pasado, en función de una visión de futuro que olvida esa perspectiva unificada que les otorga sentido y soporte a las nuevas estrategias. De este modo, estar en permanente revisión del presente y la construcción del futuro es clave para capitalizar el aprendizaje que le otorga fortaleza a la organización, lo que constituye una tarea singular del liderazgo organizacional (Yévenes, 2023).

En segundo lugar, es preciso recalcar que los tomadores de decisión y actores estratégicos, sobre una base de conocimiento, son también autodidactas, desarrollando estructuras de conocimiento a través de la experiencia, con lo que dan cuerpo a lo que saben, influyendo en lo que estratégicamente hacen, con lo cual cobra forma su experiencia subsiguiente. Esta perspectiva, es preciso tenerla en cuenta recogiendo el que en las predisposiciones individuales están los efectos de trabajar en un sistema colectivo, donde se van construyendo distintas visiones, en las cuales los agentes individuales atienden a sus propias necesidades, así como también a las de otros siempre más cercanos, con un procesamiento de información en general diferenciado, lo que lleva a una suma de distorsiones, resultado de múltiples predisposiciones.



Dado lo anterior, es importante incrementar la participación colectiva al interior de nuestras organizaciones, especialmente en lo referente a los procesos de creación y definición de estrategia, como forma de asumir un conjunto de premisas relevantes, relacionadas a la complejidad organizacional. Ello, pues la formación de estrategia es un proceso cognitivo que tiene lugar en la mente de los agentes y por lo tanto, las estrategias surgen como conceptos producto de la manera como ellos se manejan con los estímulos del medio y por ello, en la apertura a la participación, la propia interacción entre los agentes generará nuevas formas de ver, moldear, enmarcar y (re) construir la estrategia, acrecentando además el impulso creativo, clave para la innovación sostenida.

Finalmente, en tercer lugar, es clave plantear que el proceso de definición estratégica debe concebirse como un espacio transformador permanente, en búsqueda de una configuración ideal pero siempre en el contexto de un momento determinado en el tiempo, pero que le ha de permitir mantener un proceso innovativo constante y secuencial de sostenimiento de la estabilidad y transformación puntual y situacional.

En el fondo, es clave constituir espacios participativos de reflexión estratégica permanente, que monitoreen y gestionen la estrategia en función de generar cambios incrementales, sobre la base de una situación siempre presente, que atiende a distintos ritmos e impulsos de cambio, en tanto se van desarrollando configuraciones y realidades territoriales de diversos grados de complejidad, que es preciso recoger paulatinamente en la ejecución de la estrategia.

Por cierto, esta forma de ver la estrategia es genérica y requiere de un liderazgo capaz de incorporar impulsos de cambio y sostenerlos, sistematizarlos y consolidarlos organizacionalmente, en una dinámica donde sólo es posible construir y sostener la mirada al largo plazo, a partir de sucesivas decisiones y procesos que se libran en cada corto plazo. Es clave a la postre, constituir espacios sociales de reflexión estratégica permanente, capaces de construir una mirada sistémica sobre la situación coyuntural y consecuentemente, sobre esta base, innovar de manera situacional y emergente, en el marco de un proceso de aprendizaje incremental, siempre continuo y permanente.

POST GRADO FACEA UDEC



Universidad
de Concepción

FACEA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
UdeC

POSTULACIONES
Abiertas 2025

Nuestros Magíster están dirigidos a profesionales que buscan herramientas directivas de alto nivel, orientadas a la gestión y dirección de empresas y recursos humanos, entregando a sus estudiantes sólidos conocimientos en las áreas propias de la economía, gestión estratégica, marketing, finanzas y dirección de personas.

► **MBA-UdeC**
MAGÍSTER EN
ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS

mba@udec.cl

► **MGRH-UdeC**
MAGÍSTER EN
GESTIÓN DE
RECURSOS HUMANOS

pgrh@udec.cl



www.faceaudec.cl



41 220 4191



Heidi Inostroza Rojas, alumna de Ingeniería Comercial:

La Facultad y la Universidad de Concepción son grandes espacios para pensar

Heidi Marión Inostroza Rojas es Ingeniera Comercial de la Universidad de Concepción y Máster en Desarrollo Local y Cooperación Internacional de la Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, España.

Nacida en Los Ángeles y radicada hace unos años en Chillán, Heidi Inostroza Rojas recuerda con mucho cariño su paso por la capital regional del Biobío, durante la época en la que estudió Ingeniería Comercial en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Concepción, proceso formativo al cual señala **“le tengo un gran aprecio, ya que durante nuestra formación tuvimos docentes de alto nivel, quienes nos entregaron conocimientos y herramientas muy importantes que nos han ayudado toda la vida”**.

Heidi Inostroza Rojas explicó que tras rendir la Prueba de Aptitud Académica, decidió ingresar a la Universidad de Concepción por ser **“una Casa de Estudios regionalista y con una Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de excelencia”**, siendo una buena estudiante y realizando ayudantías con el profesor Álvaro Escobar González, actual Decano de la FACEA UdeC, y con el profesor Carlos Egaña Díaz, destacando también su participación en investigaciones de mercado con el profesor Fernando Sepúlveda Palacios, actual Vicedecano.

La profesional con más de 20 años de experiencia en desarrollo económico territorial, en hotelería, turismo y gastronomía, destacó la formación recibida por la FACEA UdeC.



Uno de los grandes desafíos para quienes están cursando la carrera es salir del paradigma de que la o el ingeniero comercial solo puede ingresar a trabajar a la banca, el retail o la industria, sino que también crear empresas y emprender en distintos rubros y sectores económicos.

“También recuerdo con mucho cariño a la AIESEC (Asociación Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas y Comerciales) en la Universidad de Concepción, agrupación de la cual fui Presidenta del Comité Local, instancia que nos motivaba a ser agentes de cambio sociales desde la administración y la economía, con la que pudimos desarrollar varios seminarios en el Biobío y otras regiones, gracias a nuestra motivación y también al apoyo del Decano de la Facultad de aquel entonces, profesor Juan Saavedra González”, recalcó Heidi Inostroza Rojas.

Al ser consultada sobre las herramientas que le entregó la Facultad y la Universidad, indicó que “no solo recibí conocimientos, sino que pude entrenar capacidades para la aplicación práctica de esos conocimientos, lo que me permitió estar bastante adelantada al momento de desarrollar mi práctica profesional y mi posterior incursión en el mercado laboral, pudiendo enfrentar de buena manera mi primer trabajo formal”, agregando que “la Facultad y la Universidad de Concepción son grandes espacios para pensar”.

“Quiero reforzar la idea de que los docentes no solo se quedaron en el modelo teórico, sino que también fomentaron espacios que nos hacían pensar y buscar soluciones, por lo que agradezco la formación sólida, de excelencia y vanguardia que me entregó la FACEA UdeC, que fue muy desafiante también porque nos plantearon retos de contexto que nos cultivaron no solo en lo académico y profesional, sino que también en lo personal y humano”, destacó la experta en desarrollo local.

Desafíos para los futuros ingenieros comerciales

En la actualidad, Heidi Inostroza Rojas cuenta con un Máster en Desarrollo Local y Cooperación Internacional de la Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, España, así como diplomados nacionales e internacionales en desarrollo local y desarrollo económico territorial, con más de 20 años de experiencia en los sectores de hotelería, turismo y gastronomía en mercados asiáticos y europeos, siendo la Coordinadora de Sostenibilidad de Go Inova en la Universidad tecnológica de Chile INACAP.

“En estos 20 años de trayectoria he plasmado lo que me propuse al ingresar a estudiar Ingeniería Comercial, que es generar mejores condiciones para la comunidad y la localidad, desde una vereda social, trabajando en el desarrollo del emprendimiento con las herramientas que te entregan la administración de empresas y la planificación estratégica, por lo que estoy convencida que los ingenieros comerciales podemos aportar mucho en esta área y después de dos décadas de ejercicio profesional lo he comprobado”, puntualizó.

Al respecto, la alumna explicó que “uno de los grandes desafíos para quienes están cursando la carrera es salir del paradigma de que la o el ingeniero comercial solo puede ingresar a trabajar a la banca, el retail o la industria, sino que también crear empresas y emprender en distintos rubros y sectores económicos”, enfatizando en la importancia de mejorar las condiciones de las comunidades locales para ayudar al crecimiento y desarrollo de las regiones del país, especialmente las que cuentan con menores presupuestos.

“Una invitación a los jóvenes es que aprovechen su ingreso a la educación superior para encontrarse personalmente y ser felices”, agregando que “no hay que aceptar un no, hay que ser perseverante, pues con constancia y buscando apoyos, se puede lograr lo que uno se proponga en la vida, como en mi caso que como mujer proveniente de una comuna pude llegar a ser gerente de un Programa de Desarrollo Competitivo del Banco Interamericano de Desarrollo, apoyando a más de 3 mil emprendedores en sus ideas”, finalizó la profesional.



NIIF S1 y S2: Requerimientos de Revelación de Información de Sostenibilidad y Clima



Juan Carlos Ruiz C.
Departamento de Contabilidad
FACEA UdeC

Desde este año, las empresas que preparan sus Estados Financieros de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), deberán adoptar las nuevas normas de requerimientos sobre Sostenibilidad (NIIF S1) y sobre Clima (NIIF S2). A fines de junio de 2023, el Consejo de Normas Internacionales de Sostenibilidad (ISSB, por sus siglas en inglés), publicó los dos primeros estándares globales de sostenibilidad. La adopción de estas normas es un gran hito para las empresas del país, ya que la implementación de éstas significa un desafío en transparencia, gobernanza y en procesos de reporte. La incorporación de la NIIF S1 y NIIF S2 tendrá beneficios en términos de eficiencia operativa y reducción de riesgos, por lo que la preparación para dar cumplimiento a estas normas requiere de una planificación en que participen equipos multidisciplinarios.

No es primera vez que las empresas de nuestro país deben enfrentarse a un momento importante desde el punto de vista de generación de información contable y financiera. El año 2009, alrededor de 200 empresas fiscalizadas por la S.V.S. (actual Comisión para el Mercado Financiero – CMF), adoptaron las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por su sigla en inglés). El cambio desde los P.C.G.A. (Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados) a NIIF, se comenzó a planificar desde el 2004 y fue impulsado por la OCDE y contó el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo a través del proyecto BID-FOMIN.

El proceso de adopción de las entidades fiscalizadas fue paulatino y en el año 2007 se fijó un calendario que determinó que el 01/01/09 comenzaran las sociedades anónimas con presencia bursátil mayor a 25%. En aquellos años, las empresas debieron abordar diversos desafíos operativos, tales como la resistencia al cambio, la capacitación y la actualización de sistemas de información. Se debió invertir cifras importantes principalmente en la capacitación de equipos y actualización o cambios de sistemas de información. Con respecto a este punto, la adopción de IFRS fue un momento en que se dejó de hablar de sistemas contables y se dió paso al concepto del ERP (sistema de planificación de recursos empresariales), ya que fue una excelente oportunidad para actualizar a sistemas que integran todas las herramientas y procesos necesarios para dirigir una empresa. Como ventajas o beneficios de la adopción se puede mencionar, contar con información financiera más precisa, completa y oportuna, disminución de la asimetría de información de inversionistas, acceso a mercados internacionales, entre otros.

Desde el punto contable, el proceso de adopción tuvo dos aspectos principales. El primero y que tiene relación con la resistencia al cambio mencionada anteriormente, ya que cuando se comenzó a hablar de las IFRS, en el campo de la profesión contable existía el miedo a que todos los conocimientos y experiencias no servirían para trabajar en este nuevo escenario. Esta duda rápidamente fue despejada en los procesos de capacitación, donde a medida que se iba dando a conocer la normativa, quedaba claro que este nuevo grupo de estándares contables, estaba orientado al reconocimiento, valorización y presentación de información financiera. Por lo tanto, conceptos como activo, pasivo, patrimonio, ingresos y gastos, salvo algunas aclaraciones en su definición, no distaban mucho de los que todos ya conocían. Lo mismo ocurría con aspectos técnicos como el debe, haber, saldos, libros y otros, que no se ven afectados con el cambio. El segundo aspecto contable relacionado con la adopción, tiene que ver con la valorización de partidas, que quizás podríamos mencionar fue lo que más discusión causó, ya las normas IFRS permiten

utilizar el valor de mercado versus el costo que era el criterio bajo P.C.G.A. Al iniciar este proceso, existían dudas respecto a los beneficios de utilizar Valor Justo o Fair Value y cuál iba a ser el monto a elegir entre distintas alternativas para realizar una valorización. Mientras desde la otra vereda, se afirmaba que los estados financieros con partidas valorizadas al costo no representaban los valores reales de la empresa en el mercado. Cabe señalar que, en la actualidad distintas normas contables internacionales permiten la opción de utilizar ambos métodos de valorización para las partidas que regula, como por ejemplo una norma con alto impacto en el activo de las empresas como es la NIC 16 Propiedad, Planta y Equipo; en este caso, las empresas pueden elegir uno de los modelos de valorización, tomando en consideración distintas variables como por ejemplo si se trata de activos depreciables o no depreciables, lo que permite proyectar los efectos en resultado y patrimonio.

De acuerdo a lo anterior, se puede pensar que las empresas nuevamente enfrentarán un proceso de cambio, en que prácticamente se comienza desde cero, como se pensó con la implementación de IFRS. En el caso de las NIIF S1 y S2, las entidades ya han recorrido parte de este camino y en nuestro país estábamos a la espera de la publicación de las normas que dieran certeza sobre plazos y requerimientos específicos. El concepto de información financiera y no financiera a revelar, ya estaba asumido por las organizaciones. Las empresas, desde hace ya un tiempo, estaban informando sobre factores ambientales, sociales y de gobernanza. La sigla ESG (Environmental, Social y Governance), se asocia a empresas sostenibles a través de su compromiso social, ambiental y de buen gobierno, que estaba relacionado a tener al mismo tiempo un buen manejo en los aspectos financieros. Dentro de los criterios ambientales se informa sobre medidas para reducir la contaminación y generación de residuos. Sobre los criterios sociales se observan medidas relacionadas con condiciones laborales y relaciones con la comunidad. Para el criterio relacionado con el gobierno corporativo se informan mecanismos de compensaciones a directivos, medidas pro transparencia entre otras.





Ya que se ha mencionado el concepto de información financiera y no financiera, no hay dudas de que los estados financieros requeridos por la NIC 1 (estado de situación financiera, estados de resultados, estado de flujo de efectivo, estado de cambio en el patrimonio y notas explicativas), no contemplan los apartados para entregar la información no financiera, tales como los aspectos de ESG señalados. Es por eso que se ha debido utilizar nuevos reportes que integren el ámbito financiero y no financiero y que permita a las empresas comunicar a los usuarios diversos aspectos de su funcionamiento. El reporte integrado es un nuevo informe que permite proporcionar información sobre resultados financieros, gobierno corporativo y la contribución al desarrollo sustentable. En este escenario, las grandes empresas han comenzado a publicar este tipo de reporte, con la finalidad de entregar información relevante a una amplia variedad de usuarios y partícipes, y con esto se han preparado de manera anticipada a las exigencias que desde hace años se mencionaban sobre estos nuevos requerimientos ya que el reporte integrado entrega antecedentes sobre contexto comercial, social y ambiental en el que opera.

Para el caso específico de Chile, la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), a través de la Norma de Carácter General (NCG) N° 461 del año 2021, requiere que las empresas reguladas incorporen en su Memoria Anual, temáticas de sostenibilidad y gobierno corporativo. En línea con los estándares internacionales, el objetivo de esta norma es que las entidades fiscalizadas y supervisadas, reporten las políticas, prácticas y metas adoptadas en materia medioambiental, social y de gobernanza (ESG). La nueva memoria anual, que se basa en un enfoque de reporte integrado, y que como se ha señalado, permite que las empresas ya entreguen antecedentes requeridos por las nuevas NIIF S1 y S2, ya que en este informe se debe divulgar antecedentes sobre los siguientes aspectos: Perfil de la entidad, gobierno corporativo (directorios y sistema de gestión de riesgo), aspectos estratégicos, personas, modelo de negocios, gestión de proveedores, indicadores de cumplimiento regulatorio, indicadores de sostenibilidad, hechos relevantes o esenciales, comentarios de accionistas y del comité de directores e informes financieros.

Las normas de la ISSB, se han diseñado para que las empresas puedan informar a los usuarios de información su historia de sostenibilidad, esto de manera sólida, comparable y verificable.

El objetivo de la NIIF S1 – Requerimientos Generales para la Información Financiera a Revelar relacionada con la Sostenibilidad, es “requerir que una entidad revele información sobre sus riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad que sea útil para los usuarios principales de los informes financieros con propósito general a la hora de tomar decisiones relativas al suministro de recursos a la entidad”. De este objetivo se desprende que las empresas deben administrar los riesgos y oportunidades de sus operaciones que se relacionen con la sostenibilidad del negocio ya que estos elementos podrían afectar el rendimiento financiero, flujos de efectivo y acceso a financiamiento o costos de capital.

Para informar sobre la sostenibilidad,
la NIIF S1 establece las siguientes revelaciones:

Gobernanza
Estrategia
Gestión de riesgos
Métricas y objetivos

Por otra parte, la NIIF S2 – Información a Revelar relacionada con el Clima, plantea como objetivo, “requerir que una entidad revele información sobre sus riesgos y oportunidades relacionados con el clima que sea útil para los usuarios principales de los informes financieros con propósito general a la hora de tomar decisiones relativas al suministro de recursos a la entidad”. En este caso las empresas deben divulgar sobre su impacto ambiental. Los riesgos pueden ser de tipo físico o de transición con un posible impacto material en la entidad.

A pesar de los desafíos, para hacer frente a este proceso de adopción o implementación de normas, se debería considerar que las empresas realicen acciones tales como: Evaluar sus prácticas actuales de reporte para detectar brechas y áreas de mejora, realizar inversión en tecnología, fortalecer la gobernanza, capacitación y desarrollo del personal que participe en el proceso e involucrar a los stakeholders, entre otras medidas. Además, se debe considerar que la información sobre sostenibilidad y clima deber ser reportada junto con los estados financieros, por lo que las empresas requerirán disponer de sistemas integrados que manejen información financiera y no financiera. En caso de ya utilizar reporte integrado o estar obligado a emitir la memoria anual, se deberá analizar el cómo integrar estos nuevos requerimientos de las NIIF S1 y S2 a los informes que ya elabora la entidad, ya que sobre este aspecto aún no hay una definición de la CMF.

Las empresas fiscalizadas por la CMF, llevan ventaja en este proceso, ya que por las exigencias que a la fecha ha realizado este organismo, varios aspectos que requieren ser revelados por las NIIF S1 y S2, son informados en otros reportes. Esta tarea será compleja, para empresas que actualmente, no estando obligadas a entregar esta información, decidan de manera voluntaria hacerlo por distintos motivos, tales como que estos antecedentes sean relevantes para obtener financiamiento, adjudicarse alguna licitación o contrato, o en el futuro porque esta información sea requerida por distintos usuarios de información, ya sean éstos, públicos o privados. Contar con este tipo de información sobre sostenibilidad y medio ambiente, aunque no sea requerido de manera obligatoria por un ente regulador, será una ventaja frente a sus competidores. En el caso de las PYMES, tienen la oportunidad de observar como las grandes empresas llevan a cabo este proceso, aprender de los errores y adoptar las mejores prácticas, para en un futuro no muy lejano, también puedan entregar reportes de este tipo a sus usuarios de información.

Aunque se plantea que en estos procesos relacionados con sostenibilidad y clima se requiere de equipos multidisciplinarios, principalmente porque se debe informar sobre riesgos y procesos, es importante destacar el rol que ya desempeñan los profesionales de las ciencias económicas y administrativas en la generación de información financiera y en la constante actualización que realizan ante los desafíos que conlleva la adopción e implementación de nuevas normativas. Ya ocurrió el 2009 con la adopción de IFRS, posteriormente con la generación de reportes con información financiera y no financiera, por lo que se espera un papel fundamental en este nuevo hito en que las empresas deben informar a los usuarios su compromiso con el medio ambiente.

La NIIF S2, establece los siguientes aspectos a revelar relacionados con la gestión de riesgos y oportunidades relacionadas con el clima:



Gobernanza



Estrategia



Riesgos y oportunidades



Modelo de negocio



Estrategia y toma de decisiones



Situación financiera, rendimiento financiero y flujos de efectivo



Resiliencia climática



Gestión del riesgo



Métricas y objetivos



Desafíos y oportunidades en el financiamiento de Microempresas en Chile



Edison Gutiérrez G.
Departamento de Administración
FACEA UdeC

Sabemos que una de las principales razones por las que las microempresas no prosperan es la falta de liquidez, esto es, la incapacidad de cubrir deudas de corto plazo. La teoría financiera y de administración de empresas propone que para prevenir este desenlace se debe evitar financiar las actividades iniciales de un emprendimiento con deuda de corto plazo o capital propio, más bien, se debe conseguir financiamiento (preferiblemente formal) con un plazo que de holgura para atravesar las primeras etapas de la organización. Esto es lo que en teoría se debe hacer a la hora de elegir la forma de financiar el inicio de actividades de las micro o pequeñas empresas, pero **¿es factible conseguirlo?**

Para contrastar lo anterior debemos referirnos a la encuesta de microemprendimiento (EME) elaborada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en conjunto con el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), cuya última versión (EME7) es la piedra angular para caracterizar a los microemprendedores formales e informales del país. Esta base de datos tiene representatividad a nivel nacional y analiza a las personas que trabajan por cuenta propia o son dueñas de una microempresa que cuenta con diez o menos trabajadores. De aquí se desprende la información presentada en la Tabla 1, que muestra las principales fuentes de financiamiento inicial de las microempresas a nivel nacional.

La teoría financiera y de administración de empresas propone que para prevenir este desenlace se debe evitar financiar las actividades iniciales de un emprendimiento con deuda de corto plazo o capital propio.

Tabla 1. Financiamiento inicial de microempresas chilenas

FINANCIAMIENTO INICIAL	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
Ahorros o recursos propios (finiquito o herencia)	4111	72,54%
Crédito bancario de consumo	148	2,61%
Crédito bancario comercial	44	0,78%
Crédito de casas comerciales, cooperativas o cajas de compensación y/o de proveedores	27	0,48%
Programas de gobierno (Fosis, Sercotec, Corfo, Indap, etc.)	135	2,38%
Crédito de instituciones sin fines de lucro (Fondo Esperanza, Banigualdad, Acción emprendedora, Infocap, etc.)	25	0,44%
Préstamo de amigos/as o parientes (sin intereses)	281	4,96%
Con prestamista particular (con intereses)	21	0,37%
No necesitó financiamiento inicial	866	15,28%
No Sabe	4	0,07%
No Responde	5	0,09%

Estos resultados muestran que, obviando aquellas microempresas que no necesitaron financiamiento inicial, la principal fuente de financiamiento de los microemprendedores viene de sus ahorros o recursos propios, seguido por préstamos sin intereses de amigos y/o familiares, contribuyendo al 77,5% del total de la muestra, ósea, 91,48% del total de empresas que SI necesitan algún tipo de financiamiento. Dicho de otro modo, aproximadamente nueve de cada diez microempresas que requieren financiar de algún modo sus operaciones no obtienen dichos recursos a través de medios formales que les permitan apalancar sus emprendimientos.

Pero **¿por qué es relevante todo esto?** Porque el fomento del microemprendimiento en Chile es crucial para el desarrollo económico y social del país. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Chile destaca por tener una de las tasas más altas de actividad emprendedora temprana a nivel de Latinoamérica (30,7%). Este dinamismo emprendedor genera empleo y diversifica la actividad económica del país. Sin embargo, los microemprendedores enfrentan desafíos como el acceso limitado al financiamiento, capacitación y redes de apoyo que constituyen brechas para la supervivencia de los pequeños emprendimientos. Por lo tanto, es esencial que el gobierno, el sector privado y la sociedad civil construyan un entorno propicio para el fomento de estas actividades económicas.

Sin embargo, como se evidencia en los datos de la EME7, existe una falencia importante en el acceso al capital semilla para las iniciativas emprendedoras. Esta brecha podría atribuirse a varios factores:

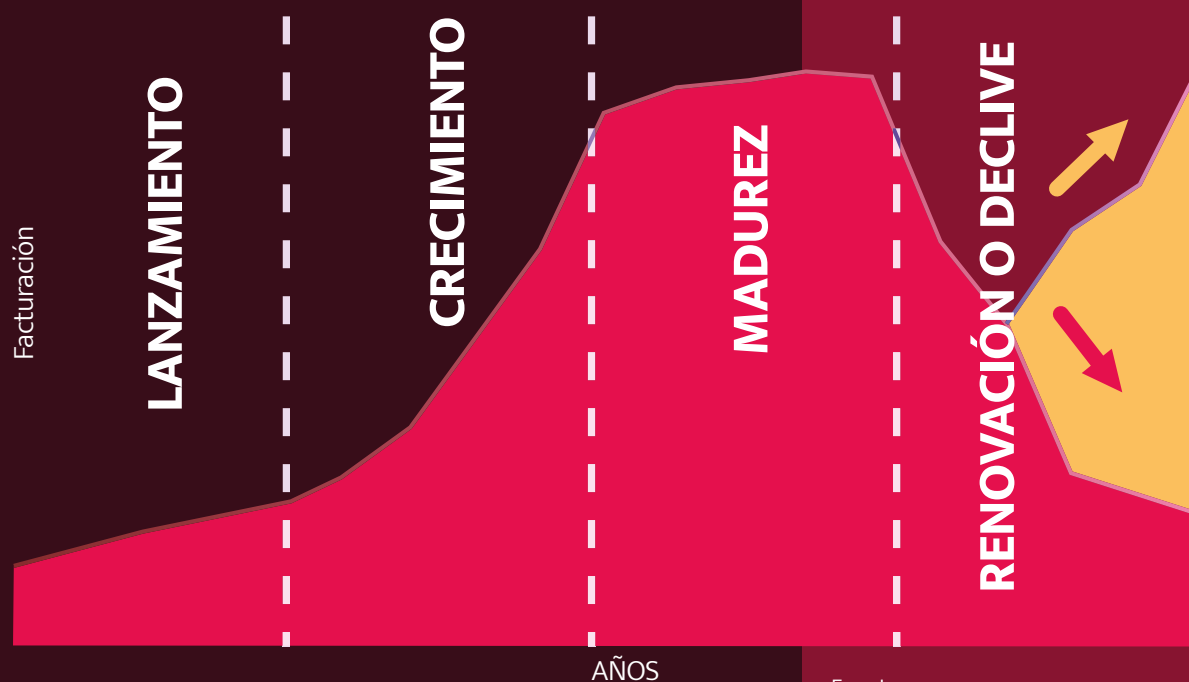
- Falta de integración entre los programas existentes.
- Insuficiente divulgación de la oferta y requisitos de postulación.
- Necesidad de un enfoque más descentralizado para las diferentes regiones.
- Excesiva burocracia en los procesos de aplicación y aprobación.

Fuente:

Elaboración propia utilizando EME7.

La realidad de los microempresarios chilenos difiere significativamente de lo que la teoría financiera sugiere como óptimo. Al depender principalmente de ahorros personales y préstamos informales, los emprendedores están condicionando el éxito de sus negocios al desempeño en las etapas iniciales, lo cual es extremadamente desafiante dado el ciclo de vida típico de cualquier empresa, ejemplificado en la Figura 1.

Figura 1. Ciclo de vida típico de una empresa o producto.



Fuente:
Financlick (2023). <https://www.financlick.es/cuales-son-las-etapas-del-ciclo-de-vida-de-una-empresa-n-301-es>

En Chile existen diversos programas y ayudas estatales destinados a apoyar a los pequeños emprendedores, algunos de estos provienen del servicio de cooperación técnica (SERCOTEC) de la Corporación de fomento de la producción (CORFO), del Instituto nacional de desarrollo agropecuario (INDAP) y el Servicio nacional de capacitación y empleo (SENCE). Todos estos guiados a través de directrices nacionales y ministeriales que se enfocan en el desarrollo del emprendimiento. Sin embargo, como vimos anteriormente, existe una falencia importante en el capital semilla hacia las iniciativas emprendedoras, las cuales se financian, principalmente, con recursos propios o de manera informal.

La dependencia del tipo de financiamiento mencionado anteriormente tiene impactos significativos como:

- Limitación del potencial de crecimiento: Los recursos limitados restringen la inversión en equipamiento, tecnología o expansión. Esto atrasa la llegada a la etapa de madurez del negocio y eventualmente merma el nivel de facturación al que pudiesen llegar en dicha etapa.
- Vulnerabilidad en el ciclo de vida empresarial: Sin acceso a financiamiento a largo plazo, muchas microempresas pueden verse forzadas a cerrar antes de alcanzar su madurez o equilibrio.

Considerando estos desafíos y sus consecuencias, las siguientes recomendaciones pueden aumentar las posibilidades de supervivencia y éxito de los emprendimientos:

1. Planificación financiera cuidadosa:

- Desarrollar un plan de negocios detallado que incluya proyecciones financieras realistas.
- Establecer un presupuesto riguroso y controlar cuidadosamente los gastos.
- Mantener separadas las finanzas personales y las del negocio.

2. Diversificación de fuentes de financiamiento:

- Además de los ahorros personales, investigar todas las opciones de financiamiento disponibles.
- Postular a programas gubernamentales como los ofrecidos por SERCO-TEC, CORFO o INDAP.
- Explorar opciones de préstamos para pequeñas empresas en bancos e instituciones financieras.
- Buscar posibles inversionistas que puedan aportar desde sus recursos y experiencias al negocio.

3. Construcción de historial crediticio:

- Comenzar con pequeños créditos que sean relativamente fáciles de pagar para construir un historial crediticio favorable.
- En este sentido, también es recomendable solicitar una tarjeta de crédito para la empresa y usarla regular y responsablemente, esto es, utilizarla como tarjeta de débito y pagar el total facturado consistentemente todos los meses.

4. Aprovechar recursos gratuitos:

- Participar en talleres y capacitaciones gratuitas ofrecidas por instituciones gubernamentales o sin fines de lucro, por ejemplo, el programa RSU de nuestra facultad.
- Utilizar recursos en línea para aprender sobre gestión financiera y empresarial.

5. Contactos, redes de apoyo y colaboración:

- Unirse a asociaciones de microempresarios o cámaras de comercio locales.
- Buscar mentores o asesores con experiencia en la industria.
- Considerar colaboraciones con otros microempresarios para compartir recursos o costos.

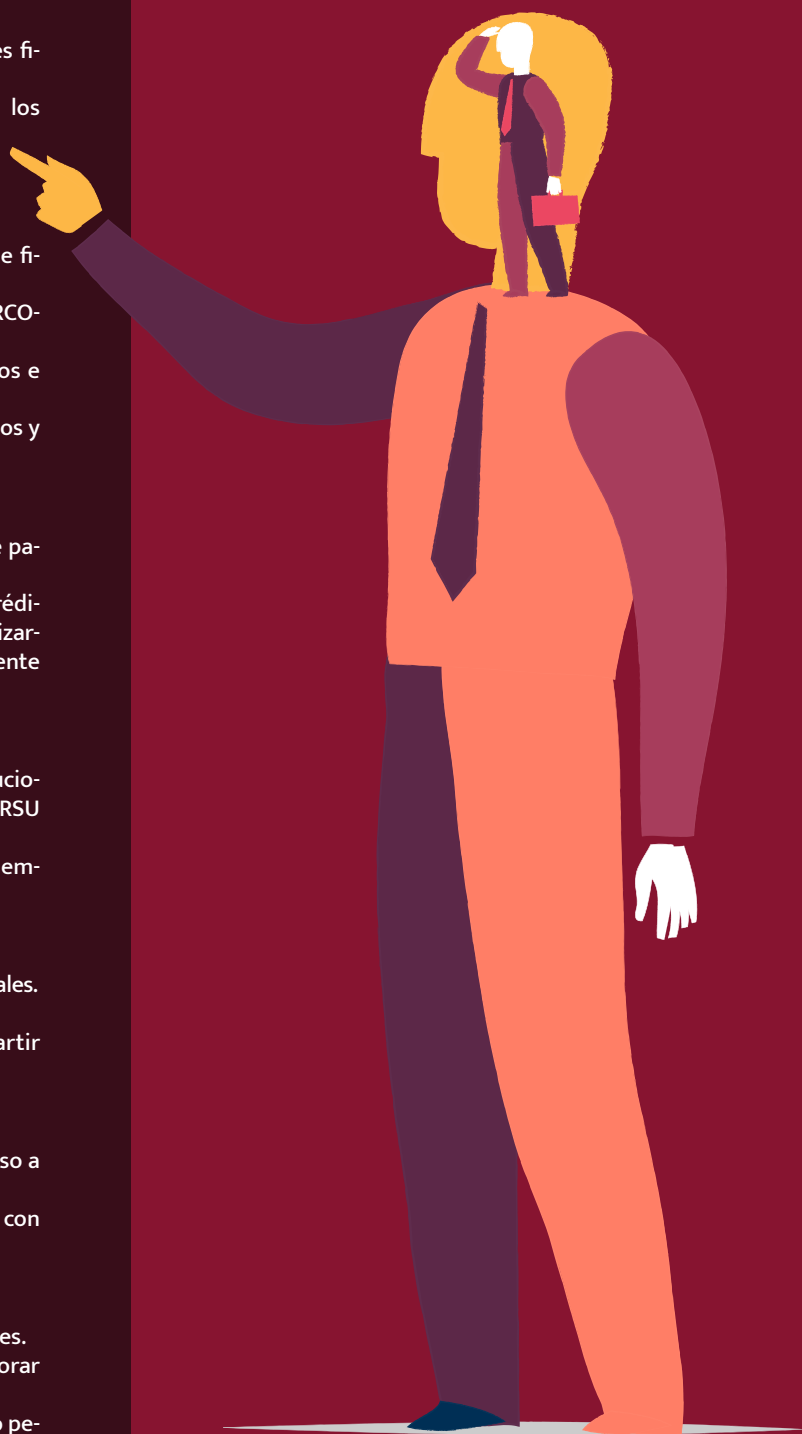
6. Formalización gradual:

- Evaluar los beneficios de formalizar el negocio, por ejemplo, el acceso a más opciones de financiamiento y programas de apoyo.
- Considerar la formalización como un proceso gradual, comenzando con los pasos más simples y asequibles.

7. Gestión eficiente del flujo de caja:

- Negociar, en lo posible, términos de pago favorables con proveedores.
- Considerar ofrecer descuentos por pronto pago a clientes para mejorar el flujo de efectivo.
- Mantener un fondo de emergencia para cubrir gastos inesperados o períodos de bajos ingresos.

Aunque el panorama de financiamiento para microempresas en Chile presenta desafíos significativos, implementar estrategias como las mencionadas anteriormente aumentará las posibilidades de éxito. La clave está en adoptar un enfoque proactivo y multifacético para la gestión financiera y el crecimiento del negocio.



Al combinar una planificación cuidadosa, la búsqueda activa de diversas fuentes de financiamiento, el aprovechamiento de recursos gratuitos y la continua mejora de las habilidades financieras se puede fortalecer la base del negocio. La colaboración con otros emprendedores y la gestión eficiente del flujo de caja son elementos cruciales para la supervivencia y el crecimiento.

Finalmente, tener presente que el éxito de una microempresa no depende solo del acceso al capital o de la rentabilidad, sino también de la habilidad del emprendedor para gestionar eficazmente los recursos disponibles y tomar decisiones financieras informadas. En este sentido, se hace imperativo que los emprendedores dediquen tiempo con regularidad a mejorar sus conocimientos financieros. Con perseverancia, educación continua y una gestión financiera prudente, los emprendedores y dueños de PYMEs tendrán mayores posibilidades de éxito para superar los obstáculos iniciales y construir negocios sostenibles y prósperos.





Universidad
de Concepción

FACEA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
UdeC

POST GRADO FACEA UDEC

POSTULACIONES *Abiertas* 2025

El Magíster en Economía Aplicada es un programa con orientación académica dedicado a formar personas con capacidad para desarrollar investigación en tópicos de economía aplicada con un nivel de excelencia, y para continuar en buen pie estudios de doctorado en economía en áreas relevantes para países de América latina y el caribe.

► **MAGEA-UdeC** MAGÍSTER EN ECONOMÍA APLICADA

magea@udec.cl



www.faceaudec.cl



41 220 4200



El Sistema de Finanzas Abiertas y los cambios propuestos en la Industria Financiera



Juan Saavedra G.
Departamento de Administración
FACEA UdeC

1. El Sistema de Finanzas Abiertas

El Sistema Finanzas Abiertas (SFA), se puede explicar como un conjunto de disposiciones legales y operacionales que tiene relación con el campo normativo y complementario sobre el cual se debe regir el quehacer de empresas e instituciones de la industria financiera, en relación con los diferentes productos, servicios financieros, transacciones y operaciones a realizar por estas empresas.

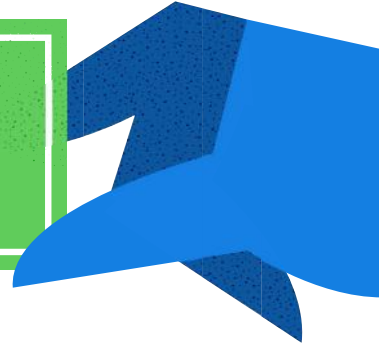
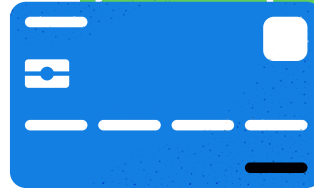
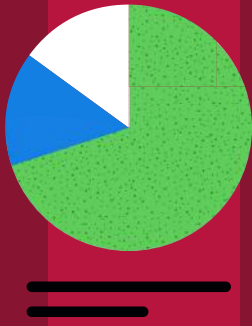
Estas normas vienen a actualizar y agregar disposiciones regulatorias de su accionar principal y dentro de lo anterior, además se pone atención en la forma como se deben incorporar nuevos sistemas, tecnologías, productos, servicios y operaciones en este sector industrial, especialmente en lo relativo al uso de datos e información utilizada en sus actos de comercio.

El SFA tiene también como uno de sus principales objetivos, causar una verdadera transformación en cuanto a la oferta y demanda de productos y servicios financieros, si se compara con la forma más tradicional con la cual han operado tradicionalmente las instituciones comerciales pertenecientes a este sector industrial. Por supuesto estos nuevos formatos de realización de sus operaciones comerciales están de acuerdo con la incorporación de nuevas tecnologías ya en funciones y ampliamente utilizadas en los últimos años.

Así, de esta forma se han creado una serie de nuevos productos por parte de los actores de esta industria, éstos han permitido complementar y diversificar su oferta, también en beneficio de los clientes de estas empresas, las cuales deben seguir estrictas reglas impuestas por una serie de instituciones que tienen como misión, supervisar y reglamentar su accionar de acuerdo a un conjunto de normas jurídicas.

Un acelerador de esta situación en el país ha sido, sin lugar a dudas, la irrupción de las nuevas empresas participantes en la industria y en el negocio financiero conocidas como las empresas “Fintech”, éstas con nuevas formas y ofertas de productos financieros, utilizando preferentemente nuevas aplicaciones tecnológicas que inciden principalmente en el formato de la oferta y del servicio, han logrado una interesante evolución, en cuanto a la forma de ofertar los tradicionales y nuevos productos, dentro del negocio propio de las empresas financieras.





2. Origen y aspectos legales del SFA

Lo relativo a la parte legal del SFA u “Open Finance” está contenida en la Ley Fintec, o Fintech, publicada en enero de 2023, donde se cita como principal objetivo el “promover la competencia e inclusión financiera a través de la innovación y tecnología en la prestación de servicios financieros”.

En el Título III de dicha Ley y basado en sus artículos tercero y cuarto transitorios, se encarga a la Comisión del Mercado Financiero (CMF), desarrollar un “Anexo Técnico”, en referencia a la puesta en marcha de este sistema, la cual contará con la colaboración, para lo anterior, con los resultados obtenidos desde un Foro sobre el SFA, creado para analizar con especialistas en la materia, aspectos que permitieran alcanzar mayor eficiencia y un mejor hacer dentro de la industria financiera.

La propuesta de este “Anexo Técnico” deberá comprender materias que tienen relación, según documentos de la CMF, con actividades como; registros, identificación de participantes de esta industria, instituciones, estándares, instrucciones sobre la implementación del SFA, forma y restricciones para tener en cuenta en la utilización de información financiera de clientes, etc. Así, la CMF lo menciona en forma expresa:

Deberán existir:

- 1 “Registro e inscripción de Proveedores de Servicios Basados en Información (PSBI) y de Proveedores de Servicios de Iniciación de Pagos (PSIP),
- 2 Inscripción de Instituciones Proveedoras de Información (IPI),
- 3 Instituciones Proveedoras de Cuentas (IPC) y otras entidades participantes del SFA en nóminas especiales que permitan dar cuenta de su habilitación en el Sistema,
- 4 Estándares mínimos asociados a: (i) medios de entrega e intercambio de información; (ii) seguridad de la información; y (iii) autenticación y verificación de clientes y entidades participantes,
- 5 Exigencias aplicables al otorgamiento, registro y gestión del consentimiento de clientes;
- 6 Estándares y directrices aplicables a la fijación de umbrales y determinación de parámetros asociados a reembolso de costos incrementales por uso de las interfaces adscritas al Sistema,
- 7 Conjuntos de datos a ser compartidos e intercambiados en el SFA, conforme con las categorías de información definidas en la Ley Fintech, e Instrucciones sobre implementación gradual del SFA”.

Se debe agregar a lo anterior, otro conjunto de disposiciones que incluyen una serie de sistemas de instituciones y operaciones afines con las materias tratadas en disposiciones complementarias, para alcanzar el buen funcionamiento de SFA, de acuerdo con sus principales objetivos.

3. Objetivos pretendidos por el SFA

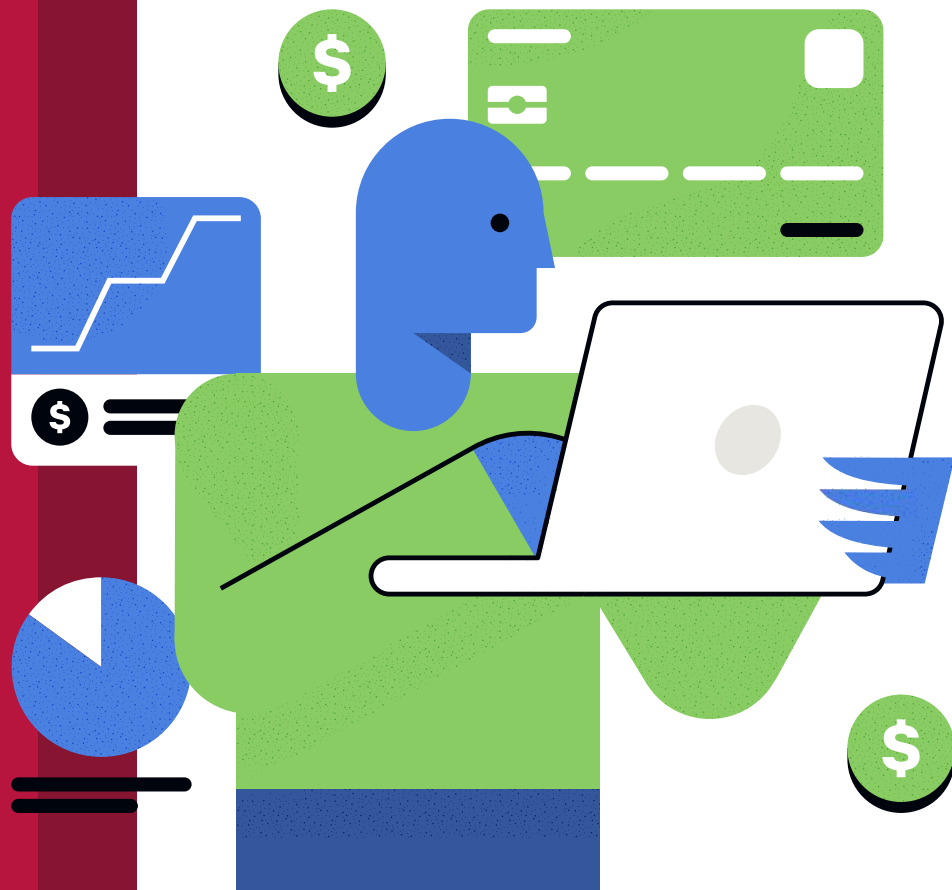
La instauración de este sistema, se estima, podrá crear una serie de condiciones necesarias para tener un sistema financiero más eficiente, considerando las nuevas condiciones y disposiciones que estarán en vigencia, aún más, uno de los principales objetivos pretendidos por las nuevas disposiciones de la Ley Fintech, sobre operaciones de empresas de la industria financiera, se pueden sintetizar en los siguientes temas:

Los proveedores de la industria financiera, por ejemplo, empresas bancarias y/o fintech podrán presentar una mejor, mayor y diversificada oferta de productos y servicios para sus actuales y nuevos clientes.

Lo anterior significa ampliar en forma considerable la oferta de diferentes instrumentos financieros, con mayor claridad y precisión en su oferta a determinados clientes o demandantes de aquellos productos.

Otro tema a tener presente en este apartado está relacionado con la identificación de las características de principales variables financieras de un cliente de una institución o de una empresa, respecto de sus condiciones y riesgos individuales o particulares. Lo anterior se encuentra absolutamente vigente, dadas tecnologías más nuevas, en una serie de otras industrias, las cuales tienen muy bien identificado a cada uno de sus clientes, de manera que se les puede hacer una oferta bien precisa destinada a satisfacer sus necesidades personales.

Otro tema para observar es el hecho de poder contar con más información disponible sobre actuales o potenciales clientes, así esta industria, a través de sus instituciones financieras comerciales, debería operar con mayor eficiencia, al precisar las condiciones y costos con los cuales pueda ofrecer un determinado producto o servicio financiero. Respecto de lo anterior, es relevante citar un tema central en este punto y es lo relacionado con una importante variable en transacciones financieras, como es el riesgo. Este podrá ser medido por las instituciones financieras, con más precisión respecto de cada cliente, y definir de inmediato un rango relacionado con su precio y a su vez con el de costo a asumir por parte de aquel cliente y también se verificaría si este califica, dadas sus particulares parámetros, para demandar ciertos productos o servicios de la oferta realizada por una institución financiera de esta industria y de allí el mayor grado de eficiencia que se puede lograr y así beneficiar a ambas partes, tanto oferentes como demandantes.



4. Nuevas formas de competencia dentro de la Industria Financiera

Uno de los aspectos que el SFA trata de mejorar en cuanto a la competencia dentro de esta industria, es lo relacionado con la información disponible sobre demandantes de productos y servicios financieros localizada en las empresas financieras más tradicionales, los bancos por ejemplo y las nuevas empresas de este sector, conocidas como empresas FINTECH, lo cual permitirá, en cierto sentido, competir o relacionarse entre estos sectores de manera más equitativa.

También es posible visualizar una competencia en cuanto a la captación de clientes que en la actualidad podrían no tener acceso a las entidades financieras más tradicionales, aunque en otros sectores de empresas financieras posiblemente sí podrían participar, obviamente cumpliendo con las exigencias básicas para estos efectos y al tener estas instituciones la información necesaria disponible para su evaluación.

De acuerdo con lo anterior, entonces se tiene también que el SFA busca ampliar el mercado financiero, permitiendo una competencia con reglas del juego, de cierta manera, de mayor equidad entre oferentes de productos y servicios financieros, es decir entre empresa de mucha tradición y con gran “know - how” junto a nuevas empresas financieras, pero que utilizan de manera prioritaria tecnologías de aplicaciones hoy al alcance de muchas empresas.

Por otra parte, también se posibilitará el incremento de nuevos productos y servicios, los cuales como se observa en esta industria siempre están apareciendo y ofreciéndose nuevos productos y servicios financieros. En este sentido la industria financiera es muy activa y el surgimiento de productos, servicios y nuevos instrumentos financieros es cosa habitual.

5. Administración de la información financiera de los Clientes

La información financiera privada de cada cliente, relacionada con sus obligaciones, inversiones, tipos de créditos asumidos, pagos, etc., deberá estar identificada, en cuanto a la situación individual de cada cliente.

En la actualidad esta información puede estar incompleta o en forma parcial, en poder de los diferentes proveedores de productos y servicios de la industria financiera, esto no les permite conocer con exactitud, por ejemplo, el monto total de obligaciones que periódicamente debe cumplir un cliente. Lo anterior puede llevar a una institución financiera o proveedor de productos y servicios financieros a tener que evaluar a un cliente con información incompleta.

Aquí surge un tema complejo, de cierta manera y así lo hace ver también la legislación vigente, respecto de la información financiera real de cada cliente, porque esta podrá ser compartida por las diferentes empresas proveedoras de productos y servicios financieros, reglamentado el trato a otorgar a esta información.

Según las disposiciones contenidas en los textos legales sobre SFA, éstos dan cuenta que la información personal de cada cliente, conjuntamente con los productos y servicios demandados y otras transacciones comerciales vigentes pactadas con las Instituciones Financieras, podrá ser consultada como información financiera personal, siempre y cuando se cuente con la autorización expresa del cliente, para hacer uso de información específica, mencionándose el objetivo de su utilización, el lapso de tiempo por el cual estaría vigente la autorización entregada por un cliente a una entidad financiera y posible de ser compartida por las instituciones financieras a las cuales puede concurrir un cliente a demandar un producto o servicio financiero.

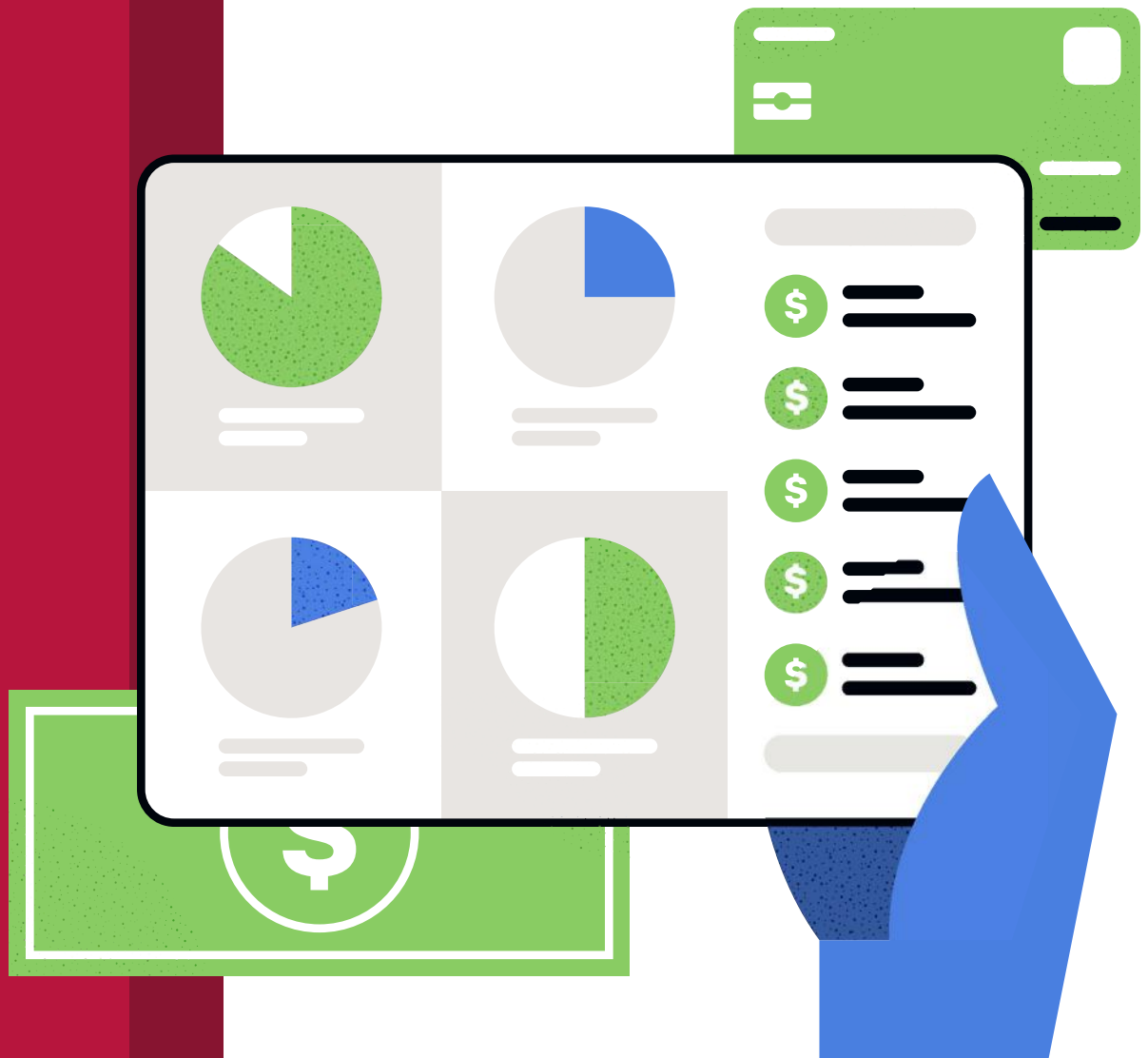
De cualquier forma, es voluntaria la participación y decisión del cliente, en cuanto a entregar dicha autorización, perfectamente un cliente podría no participar de este sistema, o de igual forma, revocar su autorización expresa entregada a una institución financiera. También debe citarse la necesidad impuesta a las instituciones oferentes, dentro del SFA, consistente en contar con los medios tecnológicos que garanticen el uso adecuado y privado de la información obtenida de sus clientes, evitando el uso con fines no autorizados de esta información o asegurar su no disponibilidad, para otras instituciones no autorizadas o para la utilización de dicha información con otros objetivos.

6. Medición del riesgo financiero de Clientes

Siendo las instituciones financieras, empresas especialista en la medición de riesgos financieros de sus clientes, por ejemplo, podría llevar a una empresa del sistema financiero oferente de productos y servicios a evaluar en forma no precisa o exacta, la solidez o debilidad financiera de un cliente, fijando un nivel de tasa de interés como costo de una transacción financiera de manera ineficiente, cuando a un cliente podría ofrecerle una tasa de interés menor según el riesgo correspondiente, si tiene suficiente flujo de caja disponible periódicamente, por no estar en una situación de riesgo relativamente alta, y/o lo contrario también podría suceder.

Lo anterior se puede superar cuando opere en pleno el concepto de las SFA, dado que la información se puede obtener y consolidar, tanto en lo referente a derechos como obligaciones financieras de manera más completa, dentro del sistema financiero nacional, si se cuenta con toda la información financiera disponible de un cliente.

De esta forma, permitirá a las empresas oferentes de productos y servicios financieros, tener bases de datos de sus clientes, conmensurando adecuadamente los niveles de riesgo que puedan tener los demandantes de dichas transacciones, para así poder personalizar de manera más eficiente los costos a cotizar a cada uno de sus clientes, basado entonces en un adecuado sistema de parámetros, para definir niveles de riesgo y justificar una determinada tasa de interés ante clientes demandantes previamente bien identificados y según los niveles alcanzados por las variables financieras consideradas dentro del análisis a realizar por los proveedores de productos y servicios financieros.



7. Desafíos planteados por el SFA

Son diferentes y variados los desafíos a superar al estar en pleno funcionamiento la nueva forma de operar por parte de las empresas de esta industria, por ejemplo, se pueden citar los siguientes, dentro del amplio espectro pretendido:

Surgimiento de un nuevo escenario en el cual se desarrollarán las transacciones financieras a realizarse dentro de esta industria. En relación con lo anterior, existirá la posibilidad por parte de las empresas proveedoras de productos y servicios financieros, el realizar una oferta diferenciada, precisa y completa a cada uno de sus clientes demandantes.

Permitirá mayor competencia entre los diferentes actores de esta industria, como será entre el sector financiero más tradicional y empresas Fintech de más reciente creación, como actores relativamente nuevos en esta industria.

También se pretende lograr incorporar de mejor forma a potenciales nuevos clientes, dada la información financiera posible de encontrar y estar disponible para las empresas de esta industria. Lograr un avance en términos de eficiencia en la oferta de productos y servicios financieros que se refleje en determinadas oportunidades, en una disminución de costos financieros para sus clientes. Por último, también se puede citar el hecho de poder lograr un adecuado “up-grade” de esta industria, necesario para operar en los tiempos actuales.

8. Conclusiones

Sin duda, una vez en plena vigencia el tema de las SFA en la industria financiera, se observarán los cambios de fondo pretendidos introducir en esta industria por el SFA. Se instaurarán otras formas de operación, de competir, lo cual debe traer beneficios de diferentes naturalezas, para todos los actores participantes en este Sistema. Lo anterior constituyen formas de operación ya instauradas en el ámbito internacional, en países como el Reino Unido y en países americanos como Brasil, México y Colombia. Ese conocimiento ha servido para mejorar y avanzar más rápidamente en la dirección del SFA en el ámbito nacional. Se deberán realizar cambios, incluso de velocidad de respuestas en las ofertas de productos y servicios de las empresas a sus potenciales clientes, mediante una oferta más elaborada y precisa para afrontar sus demandas.

De igual forma, el rol a jugar por la tecnología actual y futura en esta industria, es un factor a tener muy presente por la instauración de nuevas formas de operar de esta industria y por la disposición y utilización de diferentes tecnologías disruptivas, que presentan gran desarrollo, por supuesto, no solo disponible para la industria financiera.

De todas formas, los avances según lo dispuesto en la Ley Fintech, permitirá ir gradualmente completando los procesos necesarios para que el tema del SFA esté en pleno funcionamiento en el año 2027

Bibliografía

- www.cmfchile.cl, “Implementación Sistema de Finanzas Abiertas”, 9/23.
- www.hacienda.cl, “CMF publica normas que regula el Sistema de Finanzas Abiertas”, 7/24.
- www.udechile.cl, “El Sistema Finanzas Abiertas en Chile”, 4 /23.
- www.derechoudd.cl, “Finanzas Abiertas”, 8 /22.
- Linkedin. D. Castillo, “El nuevo Sistema de Finanzas Abiertas en Chile “, 1/23.
- www.superfinanciera.goco, “Finanzas Abiertas” Colombia, 4/24.
- Banco Central de Chile, “Proyecto de Ley que promueve el Sistema de Finanzas Abiertas”, 4/22.

Noticias FACEA

Por Adolfo Hernández Muñoz
Periodista FACEA

Iván Araya, Director del Informe Económico Regional: “El Biobío tendrá una recuperación gradual en 2024, pero se debe reducir la incertidumbre”

Con un crecimiento económico regional en 2023 superior al crecimiento de la actividad económica nacional en torno al 5%, desde la academia se comienza a proyectar cuál será la actividad y dinámica económica de la Región del Biobío este 2024, que de acuerdo con el Director del Informe Económico Regional (IER), del Departamento de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas UdeC, Iván Araya Gómez, tendremos una “recuperación gradual, con distintos panoramas y escenarios para este año”.

“En esta nueva edición del Informe Económico Regional, analizamos los escenarios económicos que va a tener nuestra región, el país y el mundo durante este 2024”, indicó el economista, agregando que “terminamos 2023 con la Región del Biobío comenzando a salir de los ajustes, producto del control de la inflación y un escenario marcado por las altas tasas de interés, la cual afectó fuertemente el consumo y la inversión, por lo que tendremos una recuperación gradual durante este año marginalmente inferior al año anterior, pero tampoco tan distinta a la senda de 2023”.

“La Región del Biobío nuevamente inicia su recuperación primera que el resto del país, confirmando que nuestro ciclo regional es distinto al ciclo nacional, lo que se explica por características estructurales y la incidencia de factores internacionales y este año de factores internos, como un escenario más favorable para un mejor desempeño, lo que permitirá empezar a ver una recuperación, aunque gradual. La incertidumbre, que tiene varias dimensiones, seguirá estando presente, limitando la recuperación de la inversión privada”, destacó el académico.

El investigador indicó que, en cuanto a escenarios internacionales, resulta fundamental el desempeño que tendrán nuestros principales socios comerciales, aunque este año seguirán existiendo algunos riesgos como es el caso de Estados Unidos por su proceso de elecciones presidenciales, en China por problemas económicos de ajustes interno y también en el resto de Europa con la guerra de Ucrania y Rusia. “Estas son variables que nos afectan y que no están bajo nuestro control, que pueden afectar nuestro desempeño tanto nacional como en particular regional”, explicó.

Las proyecciones económicas regionales, nacionales e internacionales para este 2024, que se publican en el Informe Económico Regional, son presentadas por un grupo de investigación que dirige el profesor Iván Araya, en conjunto con el profesor Claudio Parés y un amplio equipo de profesionales y estudiantes, quienes no solamente realizan seguimiento de datos y estimación de modelos, sino que también investigación en análisis cíclicos, determinantes del crecimiento, sensibilidades del PIB respecto a importaciones y la relevancia del emprendimiento.

Iván Araya Gómez, Ph.D., es Economista de la Universidad de Buckingham, Magíster en Economía de la Universidad de Londres y Doctor en Economía de la Universidad de Nottingham.



Proyecto Sociali+ de tesistas del Magíster en Administración de Empresas (MBA UdeC) obtiene segundo lugar en Torneo Verde de IncubaUdeC

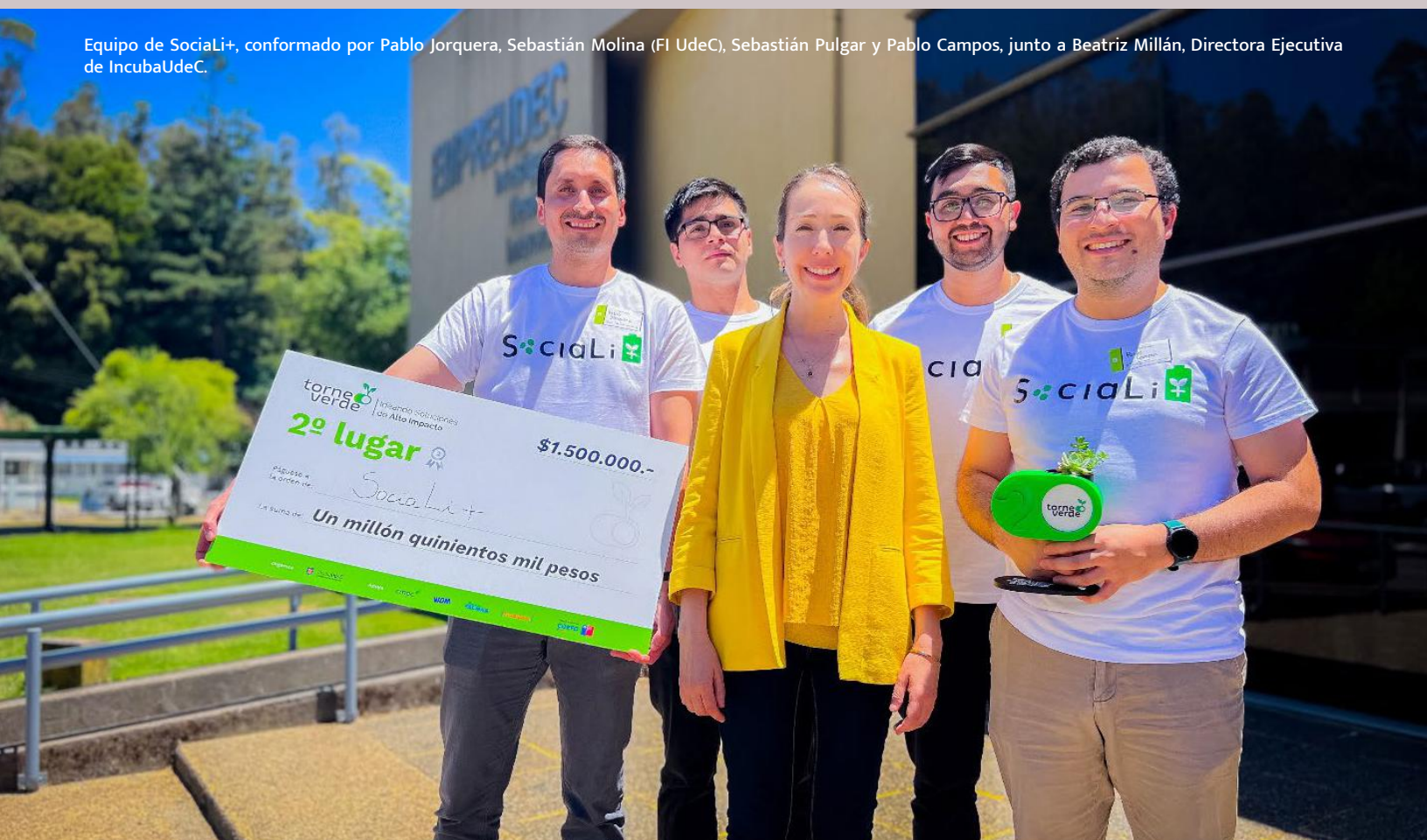
Con una solución social y medioambiental para revalorizar baterías de litio y ácido plomo, aprovechando su vida útil residual para el almacenamiento y consumo de energía eléctrica de uso domiciliario, el proyecto Sociali+ obtuvo el segundo lugar en el Torneo Verde: Ideando Soluciones de Alto Impacto, iniciativa de la plataforma de la Universidad de Concepción para el apoyo al emprendimiento tecnológico, IncubaUdeC, que reunió a más de 100 postulantes de pregrado y postgrado de 16 instituciones de educación superior, junto a más de 20 centros de investigación y desarrollo de la Región del Biobío.

Esta convocatoria, impulsada por las empresas WOM Chile, CMPC, Valmar y Hualpén, propuso desafíos de innovación para conectar talentos de la Región del Biobío con el mundo empresarial, contribuyendo a una mayor sostenibilidad, disminución de emisiones de gases contaminantes y el cuidado del medioambiente. Durante la final compitieron 11 equipos, siendo los proyectos Calory Bricks, Sociali+ y Firgi Tech quienes alcanzaron los primeros tres puestos, respectivamente, obteniendo el reconocimiento del ecosistema emprendedor y premios en dinero a repartir.

En el caso de Sociali+, el proyecto estuvo compuesto por tres estudiantes del Magíster en Administración de Empresas (MBA UdeC) de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FACEA UdeC), Pablo Campos, Pablo Jorquera y Sebastián Pulgar, junto al estudiante de Ingeniería Civil Electrónica de la Facultad de Ingeniería (FI UdeC), Sebastián Molina, quien se incorporó en una etapa posterior, apoyados por la profesora Michelle Tobar, académica de FACEA UdeC, por el profesor Lautaro Salazar, académico de la FI UdeC, y también por Camilo Sierpe, Ejecutivo de Vinculación Empresas de IncubaUdeC.

Uno de los integrantes de Sociali+ y tesista del MBA UdeC, Pablo Jorquera, indicó que la problemática propuesta por WOM Chile consistió en revalorizar baterías de litio y ácido plomo utilizadas como respaldo en antenas de telecomunicaciones, las cuales abastecían de energía durante interrupciones del suministro eléctrico y que, una vez cumplida su vida útil de uso industrial o presentaban alguna falla técnica menor, eran almacenadas en un contenedor y enterradas bajo tierra.

Equipo de Sociali+, conformado por Pablo Jorquera, Sebastián Molina (FI UdeC), Sebastián Pulgar y Pablo Campos, junto a Beatriz Millán, Directora Ejecutiva de IncubaUdeC.





Estudiantes de primer año de Ingeniería Comercial, académicos y autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas UdeC.

FACEA UdeC recibe con ceremonia de bienvenida a la promoción 2024 de estudiantes de Ingeniería Comercial

Con alta convocatoria, un grato ambiente universitario y en un auditorio a máxima capacidad, se realizó la tradicional ceremonia de bienvenida a la promoción 2024 de estudiantes de Ingeniería Comercial, liderada por autoridades y académicos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, el pasado martes 19 de marzo en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Concepción.

La actividad comenzó con el saludo protocolar de bienvenida del Decano de la FACEA UdeC, Álvaro Escobar González, quien desarrolló un especial discurso de recepción dedicado a los estudiantes de primer año, en el cual manifestó que “estamos muy contentos de recibir a la promoción 2024 de estudiantes de Ingeniería Comercial. Para la Universidad de Concepción y en especial para nuestra Facultad, es un honor recibir a este grupo selecto de estudiantes, a los cuales tendremos por los próximos cinco años”.

A continuación, se realizó la presentación del Jefe de Carrera de Ingeniería Comercial, profesor Juan Carlos Manríquez, en la cual abordó aspectos destacados de la FACEA UdeC y de la carrera, indicando que “la ceremonia de bienvenida a la promoción 2024 fue un espacio de

mucha camaradería, en la cual motivamos a los estudiantes bajo un ambiente grato y distendido, donde las autoridades y distintos profesores emitieron palabras de recibimiento y apoyo”.

Posteriormente, el Presidente del Centro de Alumnos de Ingeniería Comercial (CAA ICO UdeC), Sebastián García, entregó un significativo mensaje motivacional a los estudiantes de primer año, para dar paso a la presentación de los Directores Ejecutivos de Responsabilidad Social Universitaria (RSU FACEA UdeC), Andrea Navarrete y Daniel Pizarro, quienes dieron a conocer el funcionamiento y características del equipo compuesto por académicos y estudiantes, invitando a la nueva promoción a formar parte de la organización.

Finalmente, se realizó la tradicional presentación de una Alumni destacada, siendo en esta ocasión la oportunidad de Stephanie Durán, Coordinadora de Redes y Alianzas de IncubaUdeC, incubadora de empresas que asesora a emprendimientos de base tecnológica en su inicio, validación, crecimiento, inversión e internacionalización, profesional que relató su experiencia formativa e instó a los estudiantes de primer año a ser responsables y disfrutar la Universidad.

FACEA UdeC recibe con ceremonia de bienvenida a la promoción 2024 de estudiantes de Auditoría

Con alta convocatoria, un grato ambiente universitario y en un auditorio a máxima capacidad, se realizó la tradicional ceremonia de bienvenida a la promoción 2024 de estudiantes de Auditoría, liderada por autoridades y académicos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Concepción, el pasado jueves 21 de marzo en el Salón Auditorio de la FACEA UdeC.

La actividad comenzó con el saludo protocolar de bienvenida del Decano de la FACEA UdeC, Álvaro Escobar González, quien desarrolló un especial discurso de recepción dedicado a los estudiantes de primer año, en el cual manifestó que “estamos muy contentos de recibir a la promoción 2024 de estudiantes de Auditoría. Para la Universidad de Concepción y en especial para nuestra Facultad, es un honor recibir a este grupo selecto de estudiantes, a los cuales tendremos por los próximos cuatro años”.

A continuación, se realizó la presentación del Jefe de Carrera de Auditoría, profesor Juan Carlos Ruiz, en la cual abordó aspectos destacados de la FACEA UdeC y de la carrera, indicando que “Como Facultad y como carrera estamos muy contentos de poder recibir a las y los estudiantes de la generación 2024. Este año, son

67 nuevos integrantes que se suman a la comunidad FACEA y en especial a la carrera de Auditoría”.

Posteriormente, la Vicepresidenta del Centro de Alumnos de Auditoría (CAA Auditoría UdeC), Fernanda Sandoval, entregó un significativo mensaje motivacional a los estudiantes de primer año, para dar paso a la presentación de los Directores Ejecutivos de Responsabilidad Social Universitaria (RSU FACEA UdeC), Andrea Navarrete y Daniel Pizarro, quienes dieron a conocer el funcionamiento y características del equipo compuesto por académicos y estudiantes, invitando a la nueva promoción a formar parte de la organización.

Durante la ceremonia de bienvenida a la promoción 2024, dirigida por el profesor Pedro Cofré como maestro de ceremonias, el profesor Juan Carlos Ruiz, Jefe de Carrera de Auditoría, también presentó el proyecto FIC Mype de RSU FACEA UdeC en su calidad de integrante del equipo directivo, iniciativa financiada por el GORE Biobío con una inversión de \$2.400 millones y que impactó a 1.200 micro y pequeñas empresas beneficiadas, en la que también participaron estudiantes de la carrera en el proceso inicial de evaluación de postulantes.



FACEA UdeC inicia asistencia a contribuyentes con apoyo de estudiantes de Auditoría UdeC durante Operación Renta 2024 del SII



Jefe de Carrera de Auditoría, profesor Juan Carlos Ruiz, junto a estudiantes y contribuyentes durante el proceso de asistencia a la comunidad, en el marco de la Operación Renta 2024.

Como es tradición cada año, autoridades, académicos y estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Concepción, iniciaron el proceso de asistencia a contribuyentes, en el marco de la Operación Renta 2024 del Servicio de Impuestos Internos (SII), permitiendo que estudiantes de Auditoría UdeC asistan a personas naturales con actividades de segunda categoría a completar su Formulario 22.

Respecto al proceso de asistencia a los contribuyentes, el Jefe de Carrera de Auditoría UdeC, profesor Juan Carlos Ruiz, señaló que “para la Facultad y la carrera de Auditoría esta actividad de vinculación es relevante, porque nuestros estudiantes, además de revisar la información disponible de los contribuyentes en las bases del servicio, ayudan a completar datos de los distintos asistentes de cálculo, para finalmente enviar la declaración que propone el sistema; también se insertan y participan directamente en el fortalecimiento de la responsabilidad social que tenemos, como institución educativa con la comunidad”.

En tanto la estudiante de tercer año de Auditoría UdeC, Carolina Silva, indicó que “se trata de una actividad importante para mí, ya que en mi caso es la primera instancia práctica que tengo en el curso de la carrera, por lo que lo hago para ayudar a la comunidad, para conocer cómo son los casos más comunes de problemas que puedan tener los contribuyentes y por la experiencia profesional”.



Académicos de la Universidad de Sevilla dictan charlas durante visita a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas UdeC

Continuando las visitas de delegaciones académicas de la Universidad de Sevilla a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Concepción, en el marco del programa ERASMUS+ K107 que está impulsando la Dirección de Relaciones Internacionales UdeC, en esta ocasión los académicos Dra. María Carmen Aguilar del Castillo y Dr. Francisco Serrano Domínguez realizaron presentaciones a los estudiantes de pregrado y postgrado.

Decano de la FACEA UdeC, profesor Álvaro Escobar, profesores Francisco Serrano y María Carmen Aguilar de la Universidad de Sevilla, profesor Christian Chavarría de la FACEA UdeC.

Respecto a sus charlas, la profesora María Carmen Aguilar del Castillo presentó sobre cómo los trabajadores pueden participar en la determinación de sus condiciones de trabajo dentro de las empresas, cómo se organizan dentro de la legislación española, cómo se contempla la participación de los trabajadores dentro de la constitución española y cómo se estructura esa participación y los derechos que se le otorgan a los trabajadores y a sus representantes.

En tanto, el profesor Francisco Serrano Domínguez presentó una disyuntiva sobre si los estados financieros están recogiendo algunos activos fundamentales que generan beneficios para la empresa, como el capital

humano, centrándose en los clubes deportivos, con una disquisición entre los jugadores de traspaso y los internos, que no aparecen en los estados financieros y que genera una distorsión a corregir para una imagen fiel del patrimonio de las empresas.

Al ser consultados por su relación con la Universidad de Concepción y la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, la profesora María Carmen Aguilar indicó que “es bastante satisfactorio trabajar con la FACEA UdeC, que está inserta en un Campus integrado con todas las ramas del saber, lo que me parece muy emocionante, por lo que agradezco la oportunidad de poder compartir con vuestro cuerpo académico y estudiantes”.

Clase del MBA UdeC contó con presentaciones de la Jefa de Gestión de Personas de Falabella, Tesorero Regional y Directora de IncubaUdeC

Con el propósito de transmitir conocimientos y experiencias, de parte de representantes del sector privado, público y emprendimiento a estudiantes del MBA UdeC (Magíster en Administración de Empresas UdeC), durante la clase de la profesora Michelle Tobar Ramírez correspondiente al módulo de Administración Gerencial, participaron tres destacados invitados con presentaciones.

En esta ocasión, asistieron Romina Perfetti Martí, Jefa de Gestión de Personas de Falabella Concepción, Cristian Astudillo González, Tesorero Regional del Biobío y Beatriz Millán Jara, Directora Ejecutiva de IncubaUdeC.

Romina Perfetti, Psicóloga UdeC y MBA UdeC, indicó que comenzó su ejercicio profesional en el área clínica, para posteriormente trabajar en el área de recursos humanos en diferentes rubros. “Hace casi 9 años estoy trabajando en Falabella Concepción, a cargo del área de recursos humanos como Jefa de Gestión de Personas, y mi presentación estuvo

relacionada a la relación entre el rubro del retail y los clientes, para evaluar cómo están cambiando”.

Cristian Astudillo González, Tesorero Regional del Biobío, Ingeniero Comercial, MBA de la FEN Universidad de Chile, con un postgrado en finanzas de la Universidad de Georgetown y más de 25 años de experiencia laboral, presentó sobre el quehacer de la Tesorería Regional del Biobío, indicando que “le mostramos a los estudiantes en qué estamos, hacia dónde vamos y cuáles son nuestros principales ejes estratégicos”.

Beatriz Millán Jara, Directora Ejecutiva de IncubaUdeC, señaló que su presentación estuvo relacionada a los desafíos organizacionales que enfrentan, esto quiere decir “cómo nosotros apoyamos a los emprendedores con las distintas estrategias de trabajo colaborativo con la industria”, agregando que “también, las estrategias de marketing que usamos para los distintos segmentos, mostrando la innovación y emprendimiento que desarrollamos”.



Cristian Astudillo González, Tesorero Regional del Biobío, Michelle Tobar Ramírez, Académica de la FACEA UdeC, Beatriz Millán Jara, Directora Ejecutiva de IncubaUdeC, Romina Perfetti Martí, Jefa de Gestión de Personas de Falabella Concepción y Álvaro Escobar González, Decano de la FACEA UdeC.

DIPLOMADOS FACEA UdeC 2025

crece profesionalmente



ESTUDIA 100% ONLINE
CLASES EN VIVO

- FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
- DIRECCIÓN DE PERSONAS EN LA ORGANIZACIÓN
- GESTIÓN CONTABLE Y AUDITORÍA
- TRIBUTACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
- MARKETING DIGITAL & ECOMMERCE PARA LA PYME

+569 4850 3262

diplomadosfacea@udec.cl



www.faceaudec.cl/postgrados/diplomados