



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y FINANZAS

H O R I Z O N T E S E M P R E S A R I A L E S

ISSN 0717-9901

*Editorial

*Artículos de investigación

Rebeca Almanza Jiménez
Patricia Calderón Campos
José G. Vargas-Hernández

LOS FACTORES INTERNOS DE LAS PYMES Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD (CASO SECTOR COMERCIO EN LÁZARO CÁRDENAS MICHOACÁN)

Joaquin Jose Carvalho Proença

INNOVACIÓN EN MODELOS DE COLABORACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

Fernando Rowland López

¿EXISTE DESARROLLO ENDÓGENO EN LA COMUNA DE VALPARAISO?

Mauricio Gutiérrez Urzúa

Niksa Sáez Venegas

VALORACIÓN DE EMPRESA MEDIANTE OPCIONES REALES - EL CASO DE UNA EMPRESA RETAIL CHILENO

Marcelo Navarrete Esparza

Jaime Landaeta Bahamondes

Fernanda Salazar María

PERCEPCIÓN RESPECTO A LA FUNCIÓN DE LA CONTABILIDAD EN GRANDES EMPRESAS DEL GRAN CONCEPCIÓN (CHILE)

HORIZONTES EMPRESARIALES

Indexada en EBSCO

AÑO 18 – Nº2

*Revista dedicada a cultivar y divulgar
el conocimiento en el campo de las
finanzas y la economía*

Coordinador editorial

Luis Méndez Briones

Consejo editorial

Mauricio Gutiérrez Urzúa

Luis Méndez Briones

Humberto Ortiz Soto

Comité editorial

Arcadio Cerda Urrutia,
Universidad de Talca, Chile

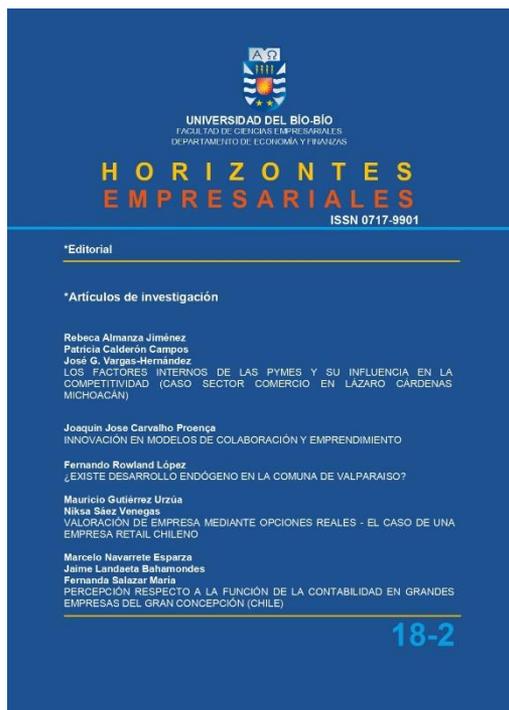
Samuel Mongrut Montalván,
*Instituto tecnológico de Monterrey,
México*

Jorge Pérez Barbeito,
Universidad de Santiago de Chile

Oswaldo Pino Arriagada
Universidad del Bío-Bío, Chile

Claudio Rojas Miño,
*Capítulo Regional Metropolitano de
Santiago de la Fundación Chile
Descentralizado*

Ignacio Vélez Parejas
Universidad de los Andes, Colombia



ISSN 0717-9901

ISSN ON LINE 0719-0875

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA Y
FINANZAS

Avenida Collao 1202 – Casilla 5-C
hempresaubiobio.cl
Concepción- Chile

Suscripciones

Chile: \$30.000 por año

Extranjero: U\$\$ 80 por año

Incluye franqueo por correo ordinario

HORIZONTES EMPRESARIALES

AÑO 18 – N°2

NOVIEMBRE DE 2019

INDICE

*Editorial	3
*Artículos de investigación	
Rebeca Almanza Jiménez Patricia Calderón Campos José G. Vargas-Hernández LOS FACTORES INTERNOS DE LAS PYMES Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD (CASO SECTOR COMERCIO EN LÁZARO CÁRDENAS MICHOCÁN).....	4
Joaquín Jose Carvalho Proença INNOVACIÓN EN MODELOS DE COLABORACIÓN Y EMPRENDIMIENTO.....	21
Fernando Rowland López ¿EXISTE DESARROLLO ENDÓGENO EN LA COMUNA DE VALPARAISO?.....	33
Mauricio Gutiérrez Urzúa Niksa Sáez Venegas VALORACIÓN DE EMPRESA MEDIANTE OPCIONES REALES - EL CASO DE UNA EMPRESA RETAIL CHILENO.....	55
Marcelo Navarrete Esparza Jaime Landaeta Bahamondes Fernanda Salazar María PERCEPCIÓN RESPECTO A LA FUNCIÓN DE LA CONTABILIDAD EN GRANDES EMPRESAS DEL GRAN CONCEPCIÓN (CHILE).....	80
Currículum de los miembros del comité editorial	107
Normas para autores	108

Editorial

La revolución de octubre en Chile

El 18 de octubre de 2019 Chile despertó. El grito y la rabia de las multitudes en las calles supero todo lo que podíamos imaginar. Lo que rebasó la paciencia fue el aumento en 30 pesos en el cobro del pasaje del metro, otros dirían que fueron 30 años de abusos e injusticias. Desde este espacio editorial hemos analizado el tema y no dejar de conmovernos lo que está sucediendo.

Desde el ámbito del desarrollo organizacional los conflictos son parte de la vida de las organizaciones y de la sociedad. Se gestan en períodos de bonanza, presentan etapas de escalamiento, los ejecutivos son parte del conflicto, suponen costos directos e indirectos y alguien paga esos costos. Lo esperanzador es que existen modelos y estrategias que ayudarían a prevenir y mitigar sus efectos.

Siguiendo a Vliert (1998)¹, quien incorpora la visión de estructura y proceso a su estudio, podemos decir que estos se pueden descomponer en antecedentes del conflicto, el objeto del conflicto, la gestión del conflicto y sus consecuencias. La gestión del conflicto constituye el centro del análisis y este se puede expresar en conductas intensificadoras y conductas distensivas. Ambas podrían ser espontáneas o bien a responder a conductas estratégicas.

En las semanas que hemos vivido todos estos elementos han estado presente. En los antecedentes del conflicto está la estructura de relaciones sociales y desigualdades que sufre sociedad chilena desde hace muchos años. En el objeto del conflicto están los bajos sueldo, las bajas pensiones, la precariedad de la salud, la baja calidad de la educación y las falencias de nuestro sistema democrático. En la gestión del conflicto ha habido aciertos y errores, conductas intensificadoras y otras distensivas. En las intensificadoras el decretar estado de sitio y sacar los militares a las calles solo agravó el conflicto. Más que pacificar irritó y generó graves violaciones a los derechos humanos. En las distensivas, la decisión del Presidente de la República de tomar distancia y dejar que los políticos a través del Parlamento arribarán a un acuerdo y trazaran una agenda para un profundo cambio a la Constitución ha sido de gran ayuda.

Con el acuerdo logrado la crisis no está resuelta pues persisten las condiciones de base que la originan, por un lado las desigualdades sociales y las falencias del sistema democrático. A nuestro juicio, este último es la raíz de nuestro drama, toda vez que los chilenos no disponemos de canales institucionales que nos permitan canalizar de modo civilizado y ordenado nuestras diferencias. El concurrir a elecciones cada cuatro años no es suficiente. En las sociedades democráticas modernas los ciudadanos frecuentemente son llamados a expresar sus opiniones y decidir sobre los más variados aspectos de su vida. En Chile, no existen estos canales. Al final la rabia y la impotencia termina en una barricada o en una huelga de hambre. Chile no puede seguir en este camino. Necesitamos paz, justicia social y un mejor sistema democrático.

Luis Méndez Briones

¹ Vliert, E. van de (1998) --- "Conflict and Conflict Management. En P.J.D. Drenth; M. Thierry y Ch,J, de Wolf (eds.), Handbook of Work and Organizational Psychology, (vol, 3, pp. 351-376), Hove, East Sussesx; Psychology Press, Taylor Francis

ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN

LOS FACTORES INTERNOS DE LAS PYMES Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD (CASO SECTOR COMERCIO EN LÁZARO CÁRDENAS MICHOACÁN)

THE INTERNAL FACTORS OF SMES AND THEIR INFLUENCE ON COMPETITIVENESS (CASE TRADE IN LAZARO CÁRDENAS MICHOACÁN)

Dra. Rebeca Almanza Jiménez
Tecnológico Nacional de México
Instituto Tecnológico de Lázaro Cardenas

Dra. Patricia Calderón Campos
Tecnológico Nacional de México
Instituto Tecnológico de Lázaro Cardenas

José G. Vargas-Hernández, M.B.A.; PhD.
Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas
Universidad de Guadalajara
Periférico Norte 799 Edif. G201-7, Núcleo Universitario Los Belenes
Zapopan, Jalisco, 45100, México
523337703340 Ext 25685
E-mail: jvargas2006@gmail.com, jgvh0811@yahoo.com, josevargas@cucea.udg.mx

Resumen

El presente estudio pretende identificar los factores internos y externos que influyen en la competitividad de las Pymes del sector abarrotero de Lázaro Cárdenas Michoacán ya que la competitividad es un aspecto que adquiere cada vez mayor relevancia en el ámbito empresarial, lo cual se deriva de las exigencias del entorno económico actual enmarcado en el proceso de la globalización. El desarrollo del sector privado, y en particular de las pequeñas y medianas empresas (pymes), es de suma relevancia, ya que, los factores internos de las mismas como son: Planeación estratégica, capital humano, innovación, productividad, sistemas de información y aseguramiento de la calidad resultan cruciales para que estas hagan un uso eficiente de sus recursos y alcancen grandes niveles de productividad y competitividad.

Palabras clave: Competitividad, Factores Internos, Pymes, Productividad.

Clasificación JEL: L25, D21, D24

Abstract

This study aims to identify the internal and external factors that influence the competitiveness of SMEs in the Lazaro Cárdenas Michoacán grocery sector, since competitiveness is an increasingly important aspect in the business sector, which derives from the demands of the current economic environment framed in the process of globalization. The development of the private sector, and in particular of small and medium-sized enterprises (SMEs), is of great importance, since the internal factors of these are: Strategic planning, human capital, innovation, productivity, systems of Information and quality assurance are crucial for them to make efficient use of their resources and reach high levels of productivity and competitiveness.

Keywords: Competitiveness, Internal Factors, SMEs, Productivity.

JEL Classification: L25, D21, D24.

1. INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES), tienen una gran importancia en la economía y el empleo a nivel nacional y regional, tanto en los países industrializados como en los de menor grado de desarrollo. En México, las pequeñas y medianas empresas (Pymes) constituyen el 99.8% del total del universo empresarial de ahí la importancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño, al incidir estas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales. Los criterios para clasificar a la pequeña y mediana empresa son diferentes en cada país, de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño y como criterios complementarios el total de ventas anuales, los ingresos y/o los activos fijos.

En la actualidad las empresas tienen que ser eficientes, competitivas y ofrecer productos de calidad; ya que las condiciones del mercado, tanto a nivel nacional e internacional demandan de las empresas mejorar la calidad; para lo cual resulta necesario modernizar las capacidades productivas y administrativas e identificar los factores internos que influyen en la competitividad con el propósito de que puedan insertarse al proceso mundial globalizado en las mejores condiciones. La planeación estratégica, el capital humano, la innovación, la productividad, los sistemas de información y el aseguramiento de la calidad resultan elementos clave en este proceso.

La presente investigación se desarrolla de la siguiente forma: en el primer apartado se presentan las generalidades de la investigación, el segundo comprende los factores internos de las pymes para la competitividad, el tercer apartado presenta el diseño metodológico y por último se incluyen las conclusiones.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente, en México las pequeñas y medianas empresas funcionan como un importante motor de desarrollo económico del país, ya que poseen una amplia movilidad que les permite ampliar o disminuir su trabajo y cambiar sus procesos técnicos, según les convenga. Es de suma importancia señalar que las Pymes tienen una gran capacidad de generar empleos y aplicar nuevas tecnologías para su desarrollo, favoreciendo así el avance de la economía nacional; a pesar de ello es importante señalar que existen factores que ponen en riesgo su estabilidad y sobrevivencia, siendo la ausencia de un plan estratégico de negocios el que impacta principalmente el crecimiento y permanencia de una Pyme.

Es común que los emprendedores, al conformar un negocio, sólo tengan una idea y el talento, pero no es suficiente, ya que es indispensable el desarrollo de un plan de negocios, en donde se visualice a la Pyme como una empresa corporativa y no como un negocio de tipo familiar. Adicionalmente, por sus características estructurales suelen encontrarse en desventaja en recursos y capacidades en comparación con las grandes empresas. Por ello es importante estudiar los factores que determinan su competitividad de las pymes. Por lo que esta investigación plantea las siguientes interrogantes, ¿Cuáles son los factores

internos y externos que influyen en la competitividad de las Pymes? ¿Que deben de mejorar o reorientar las Pymes para que sean competitivas?

3. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, se discute la repercusión de los cambios en la escena económica mundial sobre la competitividad de la (pyme). A este aspecto, algunas empresas cuestionan sus potencialidades, en un contexto en el cual se enfrenta a la competencia de la gran empresa multinacional, la auténtica protagonista del proceso de globalización. Desde esta perspectiva, ciertos autores defienden que se está acentuando la centralización internacional del control, asociada a la homogenización del mercado y la globalización de la industria encabezada por las grandes corporaciones. Por lo que se hace necesario el estudio e influencia de los factores internos de las Pymes para alcanzar el éxito competitivo de la misma e insertarse con facilidad al mercado global.

4. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

¿Los factores internos de la empresa influyen de forma positiva en la competitividad de las Pymes?

Objetivo General

Identificar los factores internos de las Pymes y su influencia en el éxito competitivo de las mismas.

Tabla 1. Bosquejo del método de investigación

Título de la investigación	Pregunta general	Preguntas específicas	Hipótesis general	Objetivo General	Objetivos específicos
Los factores internos de las Pymes y su influencia en la competitividad (Caso Sector Comercio de LZO, MICH.	¿Los factores internos de las pymes influyen en la competitividad?	¿Cuál es nivel de competitividad de las pymes en función de los factores internos de las mismas? ¿Qué tipo de factores internos se deben de considerar para incrementar la competitividad de las pymes en Lázaro	Los Factores internos de las pymes tienen una relación directa positiva con la competitividad	Determinar el nivel de competitividad del sector comercio de LZO en función de los factores internos de las pymes.	Determinar el nivel de competitividad del sector comercio de LZO en función de la Productividad. Determinar el nivel de competitividad del sector comercio de LZO en función de los sistemas de información.

		Cárdenas Michoacán			Determinar el nivel de competitividad del sector comercio de LZC en función del aseguramiento de la calidad
--	--	-----------------------	--	--	---

Fuente: Elaboración propia

5. FACTORES INTERNOS DE LAS PYMES PARA LA COMPETITIVIDAD

La competitividad está determinada por los factores internos de la empresa, por lo que el éxito competitivo se debe al conjunto de recursos y capacidades que esta posee y que la hacen diferente de los demás competidores del sector. Mediante el análisis de recursos y capacidades se identifican las fortalezas y debilidades de una organización y si en base a ellos se pueden explotar las oportunidades y neutralizar las amenazas, se constituye una fuente de ventaja competitiva.

Partiendo del modelo de las cinco fuerzas de Porter (1982), herramienta fundamental para entender el entorno competitivo y los sectores que desde el exterior (competidores potenciales, productos sustitutos, proveedores, compradores y competidores en la industria) influyen en las empresas de un mismo sector, el análisis estratégico ha intentado investigar por qué dentro de un mismo sector se producen diferencias en el desempeño de las organizaciones. La Teoría de Recursos enlaza los conceptos asociados a la Gestión del Conocimiento, ambos enfoques se centran en la generación de capacidades distintivas también llamadas competencias fundamentales a largo plazo. Dentro de esta investigación se encuentran diferentes tipos de teorías que nos ayudan a entender y comprender mejor la competitividad y el nivel de éxito que tienen las Pymes dentro del mercado.

La Real Academia Española (2012) define competitividad como competitivo, capaz de competir y competitividad capacidad de competir, rivalidad para la consecución de un fin. Al respecto, Porter (1985) señala que la competitividad es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales. Por su parte Ivancevich y Lorenzi (1997), la competitividad es la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales y aumentando al mismo tiempo, la renta real de sus ciudadanos.

Sin embargo, Gutiérrez (2005:21) define competitividad como “capacidad de una empresa de generar valor, para el cliente y sus proveedores, de mejor manera que sus competidores”. Manifiesta el autor que esta capacidad se refleja en la calidad y diferenciación del producto o servicio, precio y términos de pago, así como calidad en el servicio que incluye tiempos, oportunidad y flexibilidad de entrega. Asimismo, la competitividad de una empresa es su capacidad para suministrar bienes y servicios igual o más eficaz y eficiente que sus competidores (Enright et al. 1994).

La competitividad empresarial no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente, se crea y se logra a través de un proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de la conducta organizativa; con ella las empresas esperan elevar sus índices de rentabilidad, competir con empresas de clase mundial y sostener su ventaja competitiva en el largo plazo.

Para el caso de las empresas grandes, el camino es más conocido, aparte de que cuentan con recursos humanos y tecnológicos que facilitan su andar. Sin embargo, para las pequeñas y medianas empresas (Pymes) alcanzar la competitividad y sostenerse en ella no es tan fácil por lo que pueden apoyarse de factores internos y externos como la planeación estratégica, el capital humano y la innovación, la productividad, los sistemas de y Aseguramiento de la Calidad.

5.1. Planeación Estratégica

La estrategia consiste en la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para su cumplimiento (Koontz y Wehrich, 2001). Al respecto Garrido (2006, p. 229), la estrategia es un elemento en una estructura de cuatro partes. Primero están los fines a alcanzar; en segundo lugar, están los caminos en los que los recursos serán utilizados; en tercer lugar, las tácticas, las formas en que los recursos que han sido empleados han sido realmente usados y, por último, en cuarto lugar, están los recursos como tales, los medios a nuestra disposición ya que la estrategia dependerá de múltiples factores.

Al respecto Porter (2008, p.3) considera que las estrategias permiten a las organizaciones obtener una ventaja competitiva por tres vías: el liderazgo en costos, la diferenciación y enfoque y añade que para competir se debe de cuidar el manejo de cinco fuerzas a saber: la amenaza de nuevos competidores, la amenaza de productos o servicios sustitutos, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación con la competencia y la rivalidad entre las empresas. Por su parte Ross y Kami (1973) definen las estrategias como programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica y por último Steiner (2007), la estrategia se refiere a aquella acción que la alta dirección de una empresa realiza como respuesta a la acción o posible acción de un competidor.

La planeación estratégica es el proceso por el cual los directores de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones para alcanzarlos. Pacheco (2006, p. 38), este autor señala que la planeación estratégica se puede dividir en cinco componentes diferentes: selección de la misión y principales metas corporativas, el análisis competitivo externo de la organización para identificar las oportunidades y amenazas, en análisis del ambiente operativo interno para identificar las fortalezas y debilidades de la organización, la selección de estrategias fundamentales en las fortalezas de la organización y que corrijan sus debilidades con el fin de tomar ventaja de oportunidades externas y contrarrestar las amenazas externas y la implementación de la estrategia.

Sielinski (2007, p. 33), considera que la Planeación estratégica debe de comprender los siguientes elementos: crear una misión, crear una visión, establecer metas, identificar estrategias, crear planes de acción, dar seguimiento al plan y actualizarlo.

5.2. Capital Humano

El desarrollo de la teoría del capital humano reconoce que, para la explicación de ciertos fenómenos macroeconómicos, como por ejemplo, el crecimiento del ingreso nacional, es necesario incluir, además de los factores: capital y trabajo, un tercer factor, que considera el conjunto de habilidades y capacidades de los trabajadores. El capital humano ha sido definido por la Organización para el Comercio y el Desarrollo Económico como: el conocimiento, las competencias y otros atributos que poseen los individuos y que resultan relevantes a la actividad económica.

Se considera capital humano, al valor que generan las capacidades de las personas mediante la educación, la experiencia, la capacidad de conocer, de perfeccionarse, de tomar decisiones y relacionarse con los demás. Boisier (2002) precisa más el concepto y agrega que este corresponde al cúmulo de conocimientos y habilidades que poseen los individuos y su capacidad para aplicarlos a los sistemas productivos y otros factores que permiten aumentar la productividad.

Por lo que, debe tenerse en cuenta, todos los atributos humanos, no sólo a nivel de educación, sino también el grado en el cual, una persona, es capaz de poner en acción productiva un amplio rango de habilidades y capacidades, entendiendo por capacidad la potencia para el desarrollo de los procesos mentales superiores (memoria, pensamiento y lenguaje), por habilidad se entiende la forma como se operacionalizan los procesos mentales superiores, los cuales se manifiestan en las diferentes formas de conocimiento acumulados, que permiten a su poseedor, desarrollar eficazmente diversas actividades para lograr crecimiento de la productividad y mejoramiento económico.

El Capital Humano, constituye, un conjunto intangible de habilidades y capacidades que contribuyen a elevar y conservar la productividad, la innovación y la empleabilidad de una persona o una comunidad. En este contexto, la teoría del capital humano distingue dos formas posibles de formación: La formación general, adquirida en el sistema educativo, formativo. Su transferibilidad y su compra, explica el que esté financiada por el trabajador, ya que puede hacerla valer sobre el conjunto del mercado de trabajo.

Cabe señalar, que el concepto de capital humano se asocia a conocimiento de las personas (capacidad y compromiso), y se relaciona con las competencias (conocimientos, habilidades y cualidades profesionales). Igualmente, tiene que ver con la capacidad de innovar y mejorar, y con el compromiso y la motivación (dedicación y calidad en la actuación).

5.3. La innovación

La innovación se define como un cambio en los productos y procesos, en la mejora de ellos, en la orientación hacia nuevos mercados o nuevas formas de distribución (Nort et al., 2001).

Para que la innovación sea efectiva requiere de herramientas y sistemas de gestión específicos. Cuando los motores de la innovación en una empresa funcionan correctamente, se convierte en una fuente de valor constante (Shelton, Dávila & Brown, 2005). La innovación es un mecanismo de respuesta al ambiente para asegurar la supervivencia y los recursos de la organización de forma que pueda inspirar la mejor elección del sistema de gestión (Gopalakrishnan & Damanpour, 1997). La innovación en las pymes se basa en gran parte en los recursos humanos de que dispone la empresa. El gerente de la pyme debe de alentar la generación y desarrollo de nuevas ideas.

5.4. Producción

La importancia de la producción sobre la competitividad de las pymes radica en la complejidad de los procesos de producción, uso de herramientas modernas de producción, certificaciones, flexibilidad en procesos productivos, Planeación de materias primas e insumos, desarrollo de nuevos productos, manejo de inventarios, entre otros factores. Estos aspectos permiten que las empresas puedan reaccionar en el corto plazo ante los cambios en los patrones de la demanda y factores externos a la organización; por tanto, a mayor flexibilidad y modernización de los procesos y operaciones, mayor será el nivel de competitividad de la empresa (Du y Banwo, 2015; Medina y Naranjo, 2014; Saavedra y Tapia, 20011, Zevallos, 2003).

5.5. Sistemas de Información

Existe una amplia evidencia de la importancia de la tecnología como mecanismo de competitividad empresarial. Las organizaciones que son conscientes y adoptan las tecnologías de información y comunicación, cuentan con personal especializado, tienen un cierto grado de sistematización y generan planes de contingencia proclives a ser más competitivas a escala no solo nacional sino internacional. (Aragón et al, 2010; Aragón y Rubio, 2005; Cuevas-Vargas, Aguilera, González y Servín, 2015; Estrada et al., 2009; Flores y González, 2009, Ibarra, González y Cervantes, 2014; Zevallos, 2003).

5.6. Aseguramiento de la Calidad

Conjunto de acciones planificadas y sistemáticas, implementadas en el Sistemas de calidad, que son necesarias para proporcionar la confianza de adecuada de que un producto satisfará los requisitos dados sobre la calidad. El aseguramiento de la calidad con normas internacionales es una urgente necesidad para las micro, pequeñas y medianas empresas en nuestro país ya que una de las estrategias del gobierno para generar empleo es activar las exportaciones de las MIPYMES.

La implementación de los sistemas de calidad bajo la Norma ISO 9000, prioritario para alcanzar la certificación, es un reto que incluye estrategias Modernas de capacitación para acceder a los sitios más alejados del país y a los micro empresarios ya que por su capacidad económica y su perfil de formación no han iniciado su implementación. (ver figura 1 abajo).

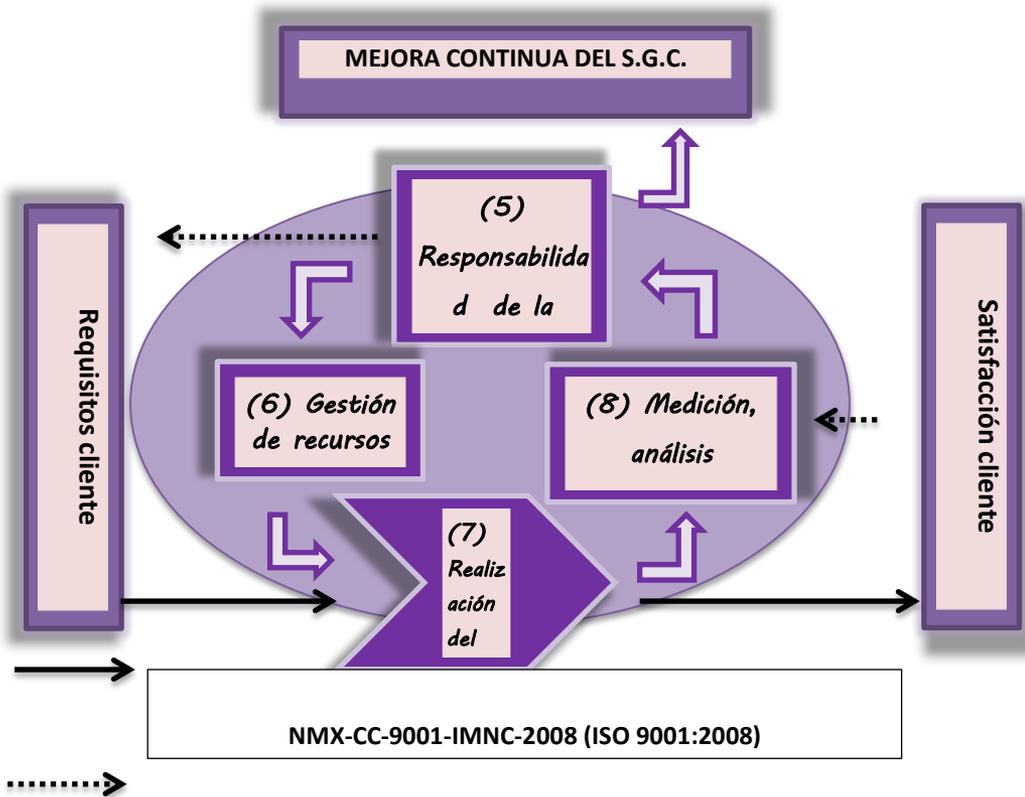


Figura 1: Modelo de un Sistema de Gestión de Calidad Basado en Procesos.

Fuente: Elaboración propia

6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es una investigación cualitativa-cuantitativa de tipo correlacional y consiste en identificar la forma en que se relaciona la variable X e Y, en un contexto en particular. Este contexto está dado por un estudio de caso que consiste en identificar los factores internos que determinan la competitividad de las pymes. Los estudios cuantitativos correlacionales “miden el grado de relación entre esas dos o más variables (cuantifican relaciones). Es decir, miden cada variable presuntamente relacionada y después también miden y analizan la correlación. Tales correlaciones se expresan en hipótesis sometidas a prueba” (Hernández, et al. 2006: 121)

6.1. Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación se centra en la estrategia desarrollada a partir de la cual se obtiene la información y se analiza, se determinan las principales características y se

obtienen las conclusiones. Para esta investigación el diseño que se sigue se presenta en la tabla abajo indicada (Ver tabla 2 abajo).

Tabla 2. Diseño de la investigación

Variable	Nombre De La Variable	Definición De La Variable De Estudio	Dimensiones	Instrumento	Operacionalización De Las Variables	Análisis De Datos
X	Factores Internos de las Pymes	Aspectos que forman parte de la gestión de la compañía, que lógicamente es quien puede proporcionar la mejor interpretación sobre ellos. (Chiavenato, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> •Planeación estratégica •Capital Humano •Innovación 	Encuesta en Escala Likert	Los ítems de esta variable aparecen agrupados del: 1 al 15 para Planeación estratégica Del 16 al 30 para capital humano. Del 31 al 45 para Innovación. Los cuales presentan un orden lógico en relación a la variable X.	Alfa de Crombach, correlación de Pearson o Canónica mediante el software SPSS
Y	Competitividad	La competitividad está determinada por la productividad, Definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de Capital. (Porter, 1990)	<p>Producción</p> <p>Sistemas de Información</p> <p>Aseguramiento de la calidad</p>	Encuesta en Escala Likert	Los ítems de la variable Y aparecen agrupados del: 1 al 15 para producción Del 16 al 30, Sistemas de información y del 31 al 45 para Aseguramiento de la calidad	Alfa de Crombach mediante el software SPSS

Fuente: Elaboración propia

6.2. Instrumentos de investigación

La encuesta con base a la escala de Rensis Likert comprende 45 preguntas para la variable X Factores internos de las pymes donde ya validados para esta variable quedan 21 y distribuidos en sus dimensiones son 06 preguntas para planeación estratégica, 09 para capital humano y 06 para innovación, y para la variable de Y, competitividad de 45 preguntas donde una vez validados quedan 20 las cuales distribuidas por dimensión quedan 04 por cada dimensión: producción , 06 para la dimensión de sistemas de información y 10 para la dimensión de aseguramiento de la calidad.

6.3. Operacionalización de las variables.

Este apartado consiste en un listado de preguntas con opciones de respuesta en escala tipo Likert de 1 a 5 agrupados en dos grandes variables: factores internos de las Pymes y Competitividad. La recolección de datos se aplica al sector comercio de Lázaro Cárdenas Michoacán, mediante encuestas en forma personalizada, una vez tabulados los resultados se utilizan procedimientos convencionales de estadística descriptiva y el análisis de los datos se realiza a través de tablas y gráficos, para el procesamiento de los mismos se utiliza el paquete estadístico SPSS/WIN versión 25.0.

Como parte del método se decide usar la escala tipo Likert, que lleva el nombre de su creador Rensis Likert y quien explica que “es una escala de clasificación que pide a los entrevistados indiquen un grado de siempre o nunca” (Malhotra, 1997: 392), por lo regular una escala de Likert tiene cinco categorías de respuesta, es un tipo de escala indirecta, en la cual el investigador debe clasificar numéricamente cada respuesta, para obtener un puntaje de resumen de cada encuestado. Esta escala es de medición ordinal que consiste en una serie de indicadores y reactivos que se desean medir, ante los cuáles se pide la opinión de los encuestados y las respuestas son solicitadas en términos de grado de nunca o siempre que la persona encuestada tenga con la pregunta en particular (Hernández, et al. 2004).

6.4. Determinación de la muestra

La información se obtiene de un grupo representativo de comerciantes de Lázaro Cárdenas Michoacán. En esta investigación la población es finita ya que se conoce el número de comerciantes los cuáles son 680 en el mes de julio del 2019 y el muestreo es por conveniencia en virtud de que se entrevistó únicamente a los comerciantes que se pudieron contactar. Este tipo de muestreo permite comprobar las hipótesis planteadas, obtener los datos básicos y las tendencias en esta investigación. Por lo que se aplicaron 383 encuestas representando un 56.32% del universo. En términos de margen de error el tamaño de la muestra se determina con la siguiente ecuación. Según Hernández, et al (2004).

VARIABLE	DEFINICION	VALORES
n	Tamaño de la muestra.	383
z	Valor normal estándar correspondiente al nivel de confianza deseado. ($\alpha= 95\%$)	1.96

p	Probabilidad de que el evento ocurra o de aceptabilidad del mismo	0.5
q	Probabilidad de que el evento no ocurra o de no aceptabilidad del mismo = (1-P)	0.5
s	Error máximo admisible = (1 - α)	0.05
N	Tamaño de la población	Empresarios registrados= 680

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{\epsilon^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(680)}{(0.05)^2(680 - 1) + (1.96)^2+(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416(0.0025)(680)}{(0.0025)(680) + (3.8416)(0.0025)}$$

$$n = \frac{653.072}{1.7071}$$

$$n = 382.56 \text{ PYMES} = 383$$

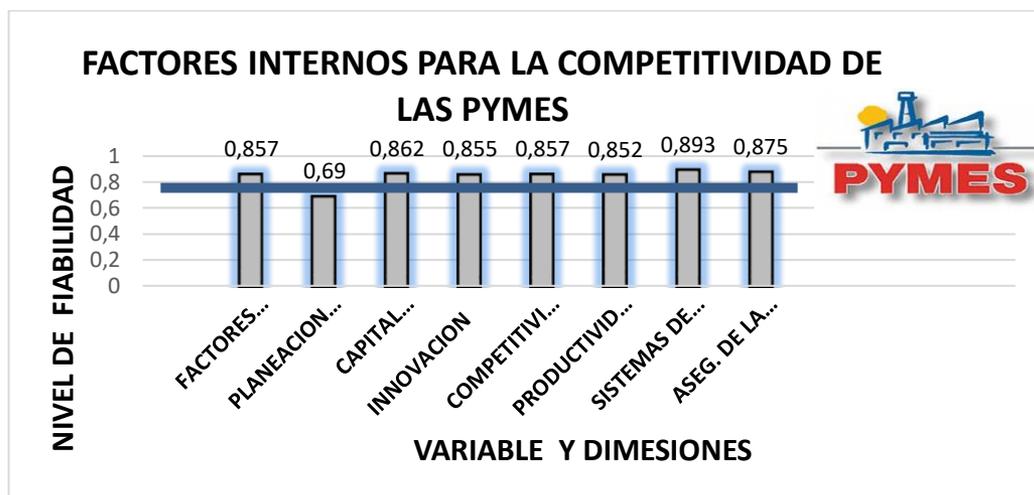
7. ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de los datos, se realiza por medio de gráficas, porcentajes y cálculos estadísticos. Para la determinación de la fiabilidad de la aplicación de la encuesta de factores internos y la competitividad se usa el método estadístico Alfa de Crombach el cual permite estimar la fiabilidad de los indicadores de la variable dependiente e independiente a través de un conjunto de ítems (medidos en escala tipo Likert, los cuales miden el mismo constructo y que están altamente correlacionados (Welch y Comer, 1988). Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa al 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. Como criterio general George y Mallery (2003) sugieren las evaluaciones siguientes para evaluar los coeficientes de Alfa de Crombach:

Coeficiente alfa > .9 es excelente
 Coeficiente alfa > .8 es bueno
 Coeficiente alfa > .7 es aceptable

Coeficiente alfa > .6 es cuestionable
 Coeficiente alfa > .5 es pobre
 Coeficiente alfa < .5 es inaceptable

Figura 2. Factores Internos para la Competitividad de las Pymes



Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, Huh, Delorme & Reid (2006) aseveran que el valor de fiabilidad en las investigaciones exploratorias debe ser igual o mayor a 0.6; en estudios confirmatorios debe estar entre 0.7 y 0.8.

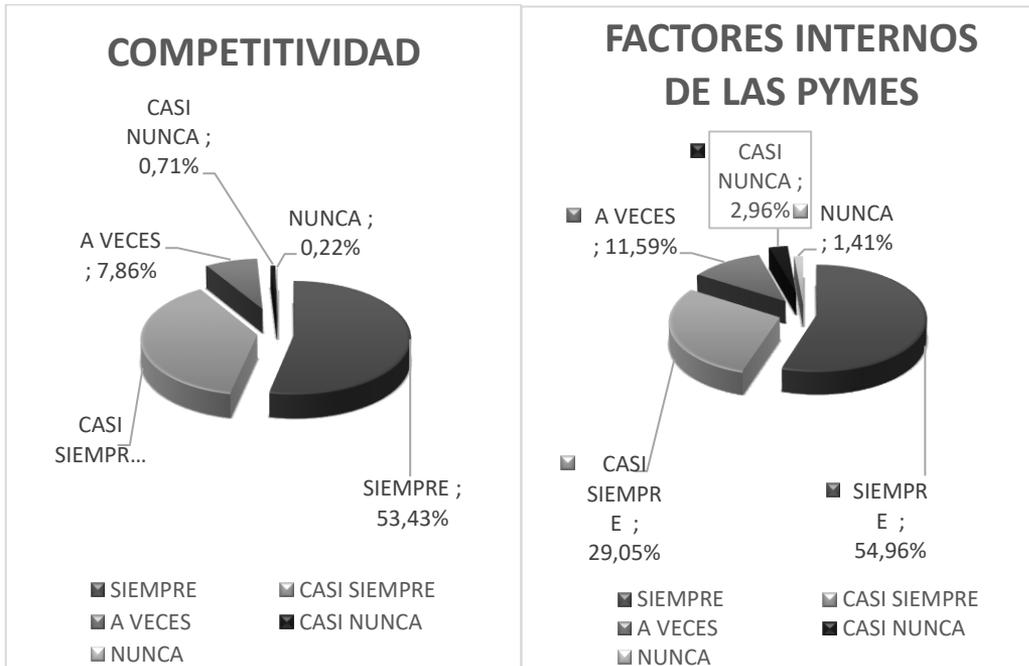
Tabla 3. Análisis y fiabilidad de datos

ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE FACTORES INTERNOS DE LAS PYMES				ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE COMPETITIVIDAD			
Escala: Todas las Variables				Escala: Todas las Variables			
Resumen del procesamiento de los casos:				Resumen del procesamiento de los casos:			
		N	%			N	%
Casos	Válidos	383	100.0	Válidos	383	100	100
	Excluidos	0	.0	Excluidos	0	.0	.0
	Total	231	100.0	Total	231	100.0	100.0
a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.				a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.			
Estadísticos de fiabilidad				Estadísticos de fiabilidad			
Alfa de Crombach		N de elementos		Alfa de Crombach		N de elementos	
.909		45		.773		45	

Fuente: Desarrollo propio a partir de los datos obtenidos de la investigación de campo y procesados a través del programa SPSS.

La aplicación de Alfa de Crombach con resultados de .909 y .773 muestran que la aplicación de la encuesta es robusta.

Figura 3. Factores internos de las pymes para la competitividad



Fuente: Elaboración propia

8. CONCLUSIONES

Los resultados de este estudio encontraron evidencia empírica de que las Pymes con mayor éxito competitivo son aquellas que planean estratégicamente, que cuentan con recursos humanos capacitados y experiencia lo cual les permite tomar mejores decisiones, entendiendo la innovación como un proceso permanente donde se privilegie la iniciativa, las nuevas ideas, dónde se rompa con las estructuras establecidas por su parte la calidad es uno de los factores más apreciados para la competitividad y la certificación un medio para el aseguramiento de la misma

La planeación estratégica es una herramienta útil puede brindar múltiples beneficios si se utiliza en el momento y la forma requerida ya que permite visualizar un futuro deseable a largo plazo y esta visión debe de representar el motor que guie las actividades de la empresa. La fijación de objetivos la determinación de estrategia y acciones para lograrlos son necesarias para la eficiencia y eficacia de las Pymes. Toda empresa debe evitar convertirse en prisionera de su propia estrategia porque aun las mejores se vuelven obsoletas, tarde o temprano (Barragán et al, 2002).

Para que la Pyme en México logre el éxito competitivo es necesario estar en continuo proceso de innovación. Proceso que solo se alcanza si hay sinergia entre los factores internos de la empresa.

9. LIMITACIONES DE LOS MÉTODOS

Una de las principales limitantes que se tiene para la aplicación de los métodos arriba señalados se encuentra en que fue imposible encuestar a la totalidad de comerciantes de Lázaro Cárdenas Michoacán y solamente el (56.32%) del total de los mismos debido a sus múltiples ocupaciones. Sin embargo, de acuerdo a la muestra calculada y la cantidad de encuestas aplicadas y analizadas, se contó con suficiente información para responder a las preguntas planteadas, cubrir los objetivos de investigación y probar las hipótesis de este estudio.

Ausencia de datos personales como: Teléfono particular y celular, correo electrónico y domicilio derivado de la inseguridad que se vive en el país lo que dificulta la disponibilidad de estas fuentes de contacto. La encuesta se aplicó en reuniones de la Cámara de Comercio de Lázaro Cárdenas Michoacán.

Otra limitante es la inherente al método de encuesta de Rensis Likert. Este método ha dado lugar a muchos debates sobre la validez de la información obtenida ya que sólo analiza las percepciones de los entrevistados, las cuales pueden modificarse con el paso del tiempo, por lo que el mismo individuo puede opinar muy diferente en otro momento de su aplicación. Aunado a lo anterior la escala Likert no incluye preguntas abiertas. Se corre así el riesgo de asignar los mismos puntajes a dos opiniones diferentes y que incluso pueden ser opuestas.

Se suele reducir el nivel de confianza o fidelidad de las respuestas cuando se realizan los ítems en largas baterías una debajo de otras, para evitar esto llamado "*Response Set*" (conjunto de respuestas) es conveniente intercalar afirmaciones opuestas en la misma batería.

Las escalas de Likert presentan un sesgo si observamos su distribución de frecuencias. Las aprobaciones siempre superan a las desaprobaciones independientemente de las afirmaciones planteadas ya que el declararse "siempre" con cualquier frase de la batería Likert, implica un menor esfuerzo por parte del entrevistado. La respuesta neutral "a veces" que es la posición central de la escala, es asociado con el acuerdo moderado, y no con la respuesta "indeciso". Muchos entrevistados perciben que declararse "indeciso" es negativo y por ello tienden a desplazarse más cerca de las posiciones de siempre.

10. REFERENCIAS

- Aragón, A. Rubio, A., Serna A. y Chablé, J. (2010). *Estrategia y competitividad empresarial; un estudio en las pymes de tabasco*. Revista Investigación y Ciencia, (47), pp. 4-12.
- Barragán, J. Pagan, J., Brown C. et al (2002). *Administración de las pequeñas y medianas empresas: retos y problemas ante la nueva economía global*. México. Editorial Trillas.
- Boisier, S. (2002). *Conversaciones Sociales y Desarrollo Regional*. Editorial Universidad de Talca. Talca. Chile.
- Cuevas-Vargas, H., Aguilera, L. González, M. y Servín, J. (2015). *The use of icts and its relation with the competitiveness of Mexican smes*. European Scientific Journal, 11 (13), 294-310.
- Du, J. y Banwo, A. (2015). *Promoting sme competitiveness: Lessons from China and Nigeria*. American Advanced .Research in Management, 1(1), 1-12.
- Enright, M.; Frances, A. y Scott, E. (1994). *El Reto de la Competitividad*. Ediciones IESCA. Caracas, Venezuela.
- Estrada, R., Garcia, D. y Sanchez, V. (2009). *Factores determinantes del éxito competitivo en la pyme: Estudio empírico en México*. Recuperado el 12/05/2019 de: <http://repository.uaed.edu.mx>.
- Flores, B. y González, F. (2009). *La competitividad de las pymes morelianas*. Cuadernos del cimbaje, No. 11, pp. 85-104.
- Garrido, S. (2006). *Dirección estratégica*. 2ª. Ed. España: Mc Graw Hill.
- George, D. y Mallery, P. (2003). *SPSS/PC+step by step: a simple guide and reference*. Wadsworth Publishing Co. Belmont, CA. EEUU.
- Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. (1997). *A Review of Innovation Research in Economics, Sociology and Technology Management*. Omega, International Journal Management Science, 25(1), 15-28
- Gutiérrez, H. (2005). *Calidad Total y productividad*. 2ª. Edición. México Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A.
- Hernández, R. (2004). *Marco teorico-conceptual de la competitividad*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), disponible en Extraído el 25/06/2019 <http://www.eclac.org/mexico/noticias/competitividad.pdf>.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2004). *Metodología de la Investigación*. México, D.F.: Editorial McGraw Hill.
- Huh, j., DeLorme, D.E. & Reid, L.N. (2006). *Perceived third-person effects and consumer attitudes on prevetting and banning DTC advesiting*. En: *Journal of Consumer Affairs*, 40 (1) pp. 90-116.
- Ibarra, M. Gonzalez, L. y Cervantes, K. (2014). *El aprovechamiento de las Tics en empresas pequeñas y medianas de Baja California México*. Revista Internacional de Economía y Gestion de las Organizaciones, No. 3 (1), pp. 43-57.
- Ivancevich, J. y Lorenzi, P. (1997). *Gestion de calidad y Competitividad*. 2ª. Edición Mc Graw Hill. España.
- Koontz, H. y Weihrich, H. (2001). *Administración una perspectiva global*. 11a. edición. México Mc Graw Hill.
- Pacheco, C. (2006). *Presupuestos un enfoque gerencial*. México: IMCP.

- Malhotra, N. (1997). *Investigación de mercados. Un enfoque práctico*. México. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. ISBN 9789688808443.
- Medina, M. y Naranjo, I. (2014). *Variables relevantes en el diseño de estrategias para la competitividad en pymes*. Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas, 9(27), pp.116-129.
- Porter, M. (1985). *Ventaja Competitiva. (Creación y sostenimiento de un desempeño superior)*. Editorial CECSA.
- Porter, M. (2008). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*. Harvard Business Review. No. 35, pp. 1-10.
- Ross, J. y Kami, M. (1973). *Corporate management crisis ¿why the mighty fail?* E.U.A. Prentice Hall.
- Saavedra, M. y Tapia, B. (2011). *Mejores prácticas y factores de competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas*, Economía 36(32), pp. 11-36. Recuperado el 23/06/2019 de <http://www.redalyc.org/articulo>.
- Shelton, R., Dávila, T., & Brown, P. (2005). *The Seen Rules of Innovation Optimize*, 4(8), 51.
- Sielinski, H. (2007). *Strategic planning is key to family business success*. Grand Rapids Business Journal, p. 24. Extraído el 24/06/2019 de <http://www.grbj.com/GRBJ/Article>.
- Steiner, G. (2007). *Planeacion estrategica lo que todo director debe saber*. México. Grupo editorial patria. Trigésima cuarta reimpresión.
- Welch, S. y Comer, J. 1988). *Quantitative Methods for Public Administration: Techniques And Applications*. Editorial Books/Cole Publishing Co. ISBN 10:0534108881/ 13: 9780534108885. U.S.A.
- Zevallos, E. (2003). *Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina* Revista de la CEPAL, (79), pp. 53-70, recuperado el 25/06/2019 de <http://repositorio.cepal.org>.

INNOVACIÓN EN MODELOS DE COLABORACIÓN Y EMPRENDIMIENTO COLLABORATION AND ENTREPRENEURSHIP INNOVATION MODELS

Joaquin Jose Carvalho Proença

Alumni Universitat Politècnica de València

E-mail: joaquinproenca@icloud.com

Resumen

Cómo generar valor a través de un modelo de innovación para destinos basado en enfoques de colaboración y emprendimiento. La innovación abierta, el diseño de servicios, los living labs, las TIC vinculadas a los nuevos desarrollos en tecnología y ciencia, la globalización directa o a través de redes y los productos y procesos de ecoinnovación son factores que se deben tener en cuenta al pensar en la innovación en los destinos. En la actualidad, la confluencia de economías abiertas, basadas en redes de colaboración con usuarios, proveedores, comunidades y actores institucionales; participación de los stakeholders para desarrollar nuevos servicios; calidad del medio ambiente a través de innovaciones que conllevan un beneficio ambiental; economía social, las organizaciones que persiguen objetivos no estrictamente comerciales proporcionan una colaboración entre el mercado y las fuerzas sociales, contribuyendo así a la innovación en los destinos.

Palabras claves: Innovación Abierta, Living Labs, Generación de Valor, Modelos Colaborativos, Emprendimiento

Clasificación JEL: O31, M31

Abstract

How to generate value through an innovation model for destinations based on collaborative approaches and entrepreneurship. Open innovation, service design, living labs, ICT's linked to new developments in technology and science, globalization either direct or through networks and eco-innovation products and processes are factors to take into consideration when thinking about innovativeness in destinations. Nowadays the confluence of open economies —based on collaboration networks with users, suppliers, communities and institutional actors—, participation —of its stakeholders to develop new services— environment quality —eco-innovations that entail an environmental benefit— and social economy —as of organizations pursuing objectives not strictly commercial— provide a collaboration between the market and social forces thus contributing for innovation in destinations.

Keywords: Open Innovation, Living Labs, Value Generation, Collaborative Models, Entrepreneurship

JEL Classification: O31, M31

1. LITERATURE REVIEW

Innovation in Ancient Greece meant “cutting fresh into” (Godin, 2012). The preferred expression related to innovation would be gradual, novelties should be introduced gradually rather than in a sudden manner. The evolution of the concept of innovation had associated a pejorative connotation and it was rarely used until the twentieth century thought it had some popularity at the time of the Reformation.

The innovation theoretical discussion inception began with Joseph Schumpeter (1939), and in the decades of the sixties and seventies, governments and researchers acted as “innovative ideologists” (Skinner, 2002) ascribing to innovation an economic and technological meaning (Godin, 2012). The linear model of innovation prevalent in the fifties and sixties tended to assume that a product that did not change was disseminated in an environment that remained unchanged (Bush, 1945).

The value proposition concept emerged in the eighties in a McKinsey paper titled "A business is a value delivery system" that emphasized the importance of a value proposition for the targeted market segment. The value proposition was then defined as “the benefits that the company intends to provide to each customer segment, along with the approximate price that the company will charge each segment for those benefits” (Lanning & Michaels, 1984).

At that time, innovation started to be considered an interactive model according to Rothwell and Zegveld (1985) and Kline and Rosenberg (1986), innovation should not be seen as a linear process, whether led by demand or technology, but as a complex interaction that links potential users with new developments in science, technology and demand.

Empirical studies of the 1980s and 1990s (Lundvall, 1985;1992) had already shown that success in the innovation process lies in the nature and intensity of the interaction with current and future (presumers, prosumers) users of innovations. Studies on business innovation indicate continuous interactive learning (Lundvall, ed., 1992).

Firms learn both from their own experience as from external sources including consumers, suppliers, competitors, other organizations such as universities, innovation labs, and consultants in the services design, development, production, and marketing. Von Hippel (1988), Slaughter (1993) have shown the initiative and influence that users can take when it comes to encouraging and organizing innovation.

In the 1980s with the strong growth of private funding for R&D, scientific knowledge began to be seen as something that could, or even should, be commercialized, sold and patented (Bauer, 2008). Today, techno-science shares with business and industry vocabulary, several norms and practices...synergy, efficiency, spin-offs, failure/success, marketing, proactivity and entrepreneurialism (Polino & Castelfranchi, 2012).

The idea of stakeholders, firms’ view to increasing value for parties other than shareholders based on Freeman (1984) *Strategic management: A stakeholder approach*. Freeman added other constituencies that are affected by the firms’ activities and saw the corporation as the

center of a series of interdependent two-way relationships (Crane & Matten, 2004). The original stakeholder model – Freeman (1984) included government, civil society, competitors. Later Freeman (2003) included five inner stakeholders: suppliers, financiers, employees, customers, and communities, as the central core, and introduced six outer stakeholders: governments, environmentalists, NGOs, critics, the media and others.

Yet according to Waxenberger and Spence (2003) stakeholder ‘management’ has become an important discourse in the translation of business ethics to management practice and strategy. This research focus on stakeholders not only as elements of the business mission, corporate social responsibility and ethics further as knowledge value resources, co-innovation processes and influencers in the commercialization or back end innovation.

Innovation as a result of the needs, ideas derived from co-creation processes with users and lead users the individuals who first feel the need for a product or service was exposed on *The sources of innovation* from Von Hippel (1988). Prahalad and Ramaswamy (2000) in *Co-opting customer competence* defined co-creation as redefining the way organizations involve users to directly, sometimes repeatedly, participate in the design, development of products, services, experiences, and innovation processes.

Later Open Innovation strategy where companies collaborate with suppliers, distributors, customers, universities, NGOs, innovation centers and living labs to co-create unique value was introduced by Chesbrough (2003) *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. The open innovation paradigm (Chesbrough, 2003) reinforced the stakeholder theory, has confirmed it has a solid basis further as management and governance theory, but as in particular a strategy analysis for competitiveness and for the survival of the businesses.

S-D logic in which all economic activity is an exchange of services since the customer is always a co-creator of value and there is no value until an offering is used comes from Vargo and Lusch (2004) *Evolving to a new dominant logic for marketing*. Design Thinking is a human-centered approach to innovation consisting of empathy, definition, ideation, prototyping and testing to deliver results financially interesting and technically feasible a concept from both Boland and Collopy (2004) *Managing as designing* and Brown (2017) *Change by Design*.

The collaborative consumption concept, initially used by Felson and Spaeth (1978), began to grow exponentially. Sharing and collaborative economy uses the consumer input in commercial exchanges, such as the rating system provided by users, as co-producers of value. *The rise of crowdsourcing* from Howe (2006) highlights crowdsourcing as fast disseminating knowledge using the potential of the internet for creative destruction and productive networks.

Finally Mulgan (2006) *Social Innovation: what is it, why it matters, how it can be accelerated*, thought of Social Innovation that combines processes of innovation, such as open hardware, open networks, open data and open knowledge and also the innovations which have a social purpose through collaborative approaches and social entrepreneurship.

2. METHODOLOGIES

2.1. Collaborative Approaches

Service-Dominant Logic is essentially a value-co-creation model that sees all actors as resource integrators, tied together in shared systems of exchange – service ecosystems or markets (Vargo 2011).

Vanhaverbeke (2014) considers the flows of external knowledge strengthens internal competencies and speed up the innovation process. According to Vanhaverbeke value is only created when business´ knowledge is monetized through paths to the market as with new product development and commercialization. A common feature of innovation is that it must have been implemented. A new or improved product is implemented when it is introduced on the market (Oslo Manual 2005).

However, the theory of free innovation (von Hippel, 2016) differs from the paradigm of the market-oriented innovations not only as of the source of product innovation but with the respect of diffusion mode as well. For free innovation, products and services developed and given away by consumers as a “free good” contribute to improvements in social welfare and are not constrained by the market.

Hippel (2016) further sustains that on the Internet era, the OECD’s producer-centric concept, a definitional restriction that innovations must be “introduced on the market” —that is, made available for sale— is obsolete. The flows between firms and free innovators can exist either by appropriation for commercial use of designs developed by free innovators or through platforms that the firms made available to free innovators to develop their creativity. The second place, the innovation changes made by different adopters (von Hippel, 1988) help promote the innovative behavior of the firm. New products and processes normally change significantly during its diffusion namely by the modifications and appropriations made in the innovations by different adopters.

For Kline and Rosenberg (1986), later improvements to the invention, after its first introduction, could be economically much more important than the original invention which encourages producers´ organizational culture change from a focus on in-house development to a collaboration division with free innovators (von Hippel, 2016).

In third place, the collaborative approaches are not only among businesses and free innovators but from peer-to-peer individual contributions as well. “Generally, development activity in the free innovation paradigm is devoted to types of innovative products and services consumed by households, not businesses. In contrast, innovation development activity in the producer innovation paradigm is devoted to addressing both consumer and industrial product and service needs”. (von Hippel, 2016).

One of the important factors for this peer-to-peer innovation widespread has been the growing availability of information and communication technologies, which Dodgson, Gann, and Salter (2006) call “innovation technologies”.

In the externally sourced innovations Internet has played an important role by facilitating technology intelligence (Veugelers, Bury, & Viaene, 2010), online communities (Dahlander & Wallin, 2006; Füller, Matzler, & Hoppe, 2008), crowdsourcing or broadcast (Ebner, Leimeister, & Krcmar, 2009; Jeppesen & Lakhani, 2010), and Internet platforms such as blogs and virtual worlds (Droge, Stanko, & Pollitte, 2010; Kohler, Matzler, & Füller, 2009), (cited in West and Bogers, 2014).

Chesbrough and Brunswicker's (2014) study signals inbound open innovation to be more widely practiced than outbound being customer co-creation and start-ups as two of the most popular methods. Customers, suppliers, and consumers are considered the most relevant stakeholders for open innovation with competitors and communities a lower priority.

2.2. Entrepreneurship Approaches

Just as social media enable peer-to-peer sharing of content, the technologies of the collaborative economy enables peer-to-peer sharing of services and goods. The consumers shift from passive to active collaboration, the use of technology to access underutilized resources and firms "turning to services as a new way of creating and capturing value," (Visnjic, Van Looy, & Neely, 2013) are especially relevant to the collaborative economy.

When defining the sharing-economy the research used Cohen's (2016) six category classification. Technology category either tech-driven, tech-enabled, and low/no-tech. There are activities where technology is a business model supporting tool. The tech-enabled dimension represents business models reliant on technology to facilitate the interactions but need offline connections. Finally, in the tech-driven business models technology is essential to connect users and to complete the transaction as well.

The transaction category has three dimensions, the most common market, alternative (e.g. bonus of services for influencers), and free with revenue through sponsorships or advertising models.

The business approaches include profit-driven the most common, a hybrid that looks out to social impact and environmental benefits, and mission-driven for voluntarism and solidarity from people. Profit-driven corporate structure with business to crowd and optimization of new resources as Uber for the first case and Zipcar, Airbnb a disintermediation model that favored independent travel compared with established business models such as bundling, affinity club, or fractionalization as the second case. Travelers might prefer to rent apartments instead of rooms in large hotel chains in order to value authenticity, maximize resource utilization and community sustainability.

The shared resources category includes optimization of new resources, find a new gain for used resources, optimization of underutilized existing resources. Car2Go, LeftoverSwap, W hotel partnership with DesksNearMe to list available space to work are examples of all three. In the governance model, there are traditional corporate structures, collaborative governance models and cooperative models, corporate structures seem to be the favored option. Organizations embrace collaborative approaches to working with other stakeholders in sourcing, implementing projects through platforms or through cooperative models.

The platform type besides B2B includes business to crowd and P2P/brokerage. The difference between the last two has to do with who owns shared assets or not with the example of a car-sharing services business or a platform that works as interface owners and buyers.

The collaborative economy encompasses a broad range of business models that offer mainly less formal access to optimized assets through new technologies and new branding. The new models of collaborative consumption and co-production are co-opted by private businesses or through platforms that the firms made available for social creativity.

On the other hand, collaborative social innovation has been described by MSL Group (2013) as “initiatives that involve businesses, governments, non-profits, and change-makers coming together to co-create innovative and sustainable solutions around a shared purpose” a trend attributed to the internet, entrepreneurship and the value of multi-stakeholder solutions that create shared value.

The broad definition of social innovation provided by the Social Innovation Exchange (SIX) platform is “the development and implementation of new ideas (products, services, and models) to meet social needs”. Social innovation stresses both the product and process (Phills, Deiglmeier, & Miller, 2008), activities and services to meet a social need predominantly advanced through organizations whose primary purposes are social (Mulgan, Tucker, Ali, & Sanders, 2007). Again relationships are a key element added to the entrepreneurial sustainability of social innovations besides their scalability and replicability.

In order for firms to generate shared value Pfitzer, Bockstette and Stamp (2013) have identified five elements that include a social purpose, defining the problem being addressed, measuring shared value, creating the optimal innovation structure and co-creating with external stakeholders.

2.3. Innovation Model for Destinations

Organizations benefit from inbound knowledge flows with Open Innovation and user-centered design for easier access to user needs — consumer insights— and prototyping. Users are equal partners of co-creation of value in order to create, develop and implement new products and services. Organizations mostly appropriate ideas and the users or adopters are resource actors in ideation, validation workshops or as influencers and word of mouth in diffusion processes. User-centered design methods, 3D printing, cloud computing, and social media shorten product design and reduce innovation-related costs.

Open Innovation might evolve Service Design with users collaboration, innovation culture, structured processes, and Living Labs:

- Collaboration on the front end innovation
- Experimentation on real-world settings
- Ecosystem partnerships beyond ‘human-centered’ processes to create value for all actors across the product system

Entrepreneurship dynamism it is directly related to innovative behavior, risk assumption and error and trial processes according to the Schumpeterian idea that the entrepreneur's

leadership is not to discover opportunities for profit, but in value creation and capture once it has been perceived (Lara & Pérez, 2011). Regulatory procedures for company setup, market-entry, and exit barriers, funding — direct, indirect and third party such as crowdfunding —, labor force talent and public administration procurement where startups with inclusive business models have preferential treatment than larger companies are all influential factors.

Entrepreneurship highlights:

- Startups, and unmet needs not covered by the market offer
- Social entrepreneurship, organizations pursuing objectives not strictly commercial.
- The role of services in creating value, for example car sharing provides less pollution

Technology —besides the wireless internet, mobile phone networks access— through Information and Communication Technologies (ICTs), is a factor for absorptive capacity, empowerment, attractiveness, and capabilities for users and businesses (especially SMEs) and NGOs.

As research in the business models in the collaborative economy section, digital platforms can provide services, marketplaces, social media, mediating work and digital economy can improve services and address challenges in destinations.

ICTs - Technology/Science

- Efficiency, digital platforms for services and marketplaces, exploration of underuse resources, i.e. hotels with platforms for crowd working, platform to access local products either crafts or food
- Reduced Costs
- Service quality
- Facilitate dynamic intelligence/inference prediction/absorptive capacity
- Crowdsourcing/e-participation
- Prototyping/Minimum Viable Product (MVP) capabilities
- Influences consumer behavior, through artificial intelligence (AI) recommendations

Globalization includes international visitors, diversity of foreign-born residents, social networking users, cross-border e-commerce buyers, NGOs´ active role in policymaking, the presence of multinationals and the input of foreign value-added to local tourism supply chain and final consumption. According to the definition of the International Monetary Fund (1997), globalization refers to the world process of accelerated integration of economy, through production, trade, financial flows, technological diffusion, information networks, and cultural currents.

Globalization circumscribe:

- Global or regional scale
- Supply chain flow of firms, people, knowledge, practices, activities
- Direct or Networks

Eco-Innovation in products, natural and cultural heritage, processes of environmental certification bring benefits for other subsectors.

Eco-innovation an environmental benefit sought or not.

- Product
- Processes

Contributing to a holistic way to identify the indicators to measure the most innovative destinations a model (based on technological outputs, startups and innovative social entrepreneurship, globalization, eco-innovations initiatives, and service design creative outputs) is advance.

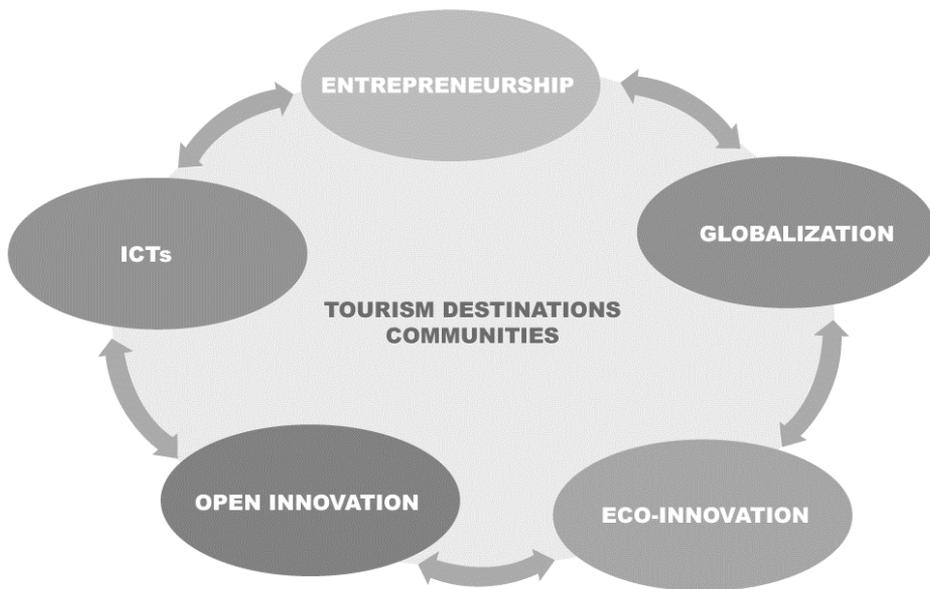


Figure: Innovation Model at Destinations

Source: author

3. CONCLUSIONS

Firms are dependent on their dynamic capabilities to generate, process and apply knowledge-based information. This is a process not exclusive of the large companies with the financial and intellectual capital to invest in research and development of new products and services.

Different systems are established of appropriation for commercial use of designs developed by users, platforms the firms made available for users to develop their creativity and appropriations and modifications made in the innovations by end-users during its diffusion sometimes in peer-to-peer processes.

The change of economic and social paradigm that has accelerated with the 2008 global crisis requires a different analysis of the innovation and new technologies, the growing role of the private capital, but also the participation from civil society, grassroots organizations and the third sector in the innovation ecosystem.

Public administrations might commit to establishing strategies and innovative culture across departments and agencies, requiring facilitators to bring the stakeholders together and embracing new design methods. The creation of networks of incubators, accelerators, innovation living labs to support local small businesses besides incentives such as vouchers, tax incentives, grants, subsidies.

Further research would need to examine if the inter-organizational collaboration approach to destination innovation focuses on R&D technologist approach (based on efficiency, customers operations and quality of service), an integrative approach (creation of new products derived from the combination of existing features) or a Service-Dominant Logic shared meaning approach (based on exchange, relationships, collaboration within actors roles).

Market and social collaborative approaches to innovation — understood as an action, deliberate and persistent, to search for new products, services, processes or social models, sometimes not recognized by the market (as in free innovation) — result in the generation of value for users in destinations.

On one hand, technological context like ICTs that reduces costs, eliminates entry barriers, facilitates dynamic, non-linear intelligence and collaborations added to the fact that many enterprises are organized on a global scale either directly or through networks. On the other hand entrepreneurialism, spin-offs, startups with new practices of innovation and problem/solution-based processes are other agents of change. Further, the diversity of profiles of innovators, entrepreneur, and teams with different characteristics, knowledge, and skills that complement each other contributed to the interdisciplinary and collaboration.

4. REFERENCES

- Bauer, M.W., Falade, B. A. (2008). Public understanding of science, survey research around the world, IN M. Bucci, B. Trench, (Eds.) *Handbook of public communication of science and technology*. London and New York: Routledge.
- Boland, R., Collopy, F. (2004). *Managing as designing*. Stanford University Press, Stanford, California.
- Brown, T. (2017). *Change by Design, Revised and Updated: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York, N.Y: Harper Collins Publishers.
- Bush, V. (1945). *Science, the endless frontier*. U.S. Government Printing Office, Washington, D. C.
- Chesbrough, H. (2003). Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. *Harvard Business School Press*.
- Chesbrough, H., Brunswicker, S. (2014). A Fad or a Phenomenon?: The adoption of open innovation practices in large firms. *Research-Technology Management* 57(2), 16-25.
- Cohen, B. (2016). Making sense of the many business models in the sharing economy. June 4. *Fast Company*, Co.Exist.
- Crane, A. Matten D. (2004). Business ethics: A European perspective, pp. 50–52. *Oxford University Press*.
- Dahlander, L. Wallin, M. W. (2006). A man on the inside: Unlocking communities as complementary assets. *Research Policy* 35(8), 1243–1259.
- Dodgson, M., Gann, D., & Salter, A. (2006). The role of technology in the shift towards open innovation: The case of Procter & Gamble. *R&D Management* 36(3), 333–346.
- Droge, C., Stanko, M. A., & Pollitte W. A. (2010). Lead users and early adopters on the web: The role of new technology product blogs. *Journal of Product Innovation Management* 27(1), 66–82.
- Ebner, W., Leimeister J. M., & Krcmar, H. (2009). Community engineering for innovations: The ideas competition as a method to nurture a virtual community for innovations. *R&D Management* 39(4), 342–356.
- Felson, M., Spaeth, J.L. (1978). Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach. *American Behavioral Scientist*, 21(March–April), 614–624.
- Freeman, E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. New York: Cambridge University Press.
- Freeman, E. (2003). Lecture – Stakeholder management revisited: What’s the state of the art? Leuven, 20 November.
- Füller, J., Matzler, K., & Hoppe, M. (2008). Brand community members as a source of innovation. *Journal of Product Innovation Management* 25(6), 608-619.
- Godin, B., Lucier, P. (2012). Innovation and conceptual innovation in ancient Greece (Working Paper No. 12). Project on the Intellectual History of Innovation, Montréal.
- Howe, J. (2006). The rise of crowdsourcing. *Wired* June issue.
- International Monetary Fund (1997). *World economic outlook*.

- Jeppesen, L. B., Lakhani, K. R. (2010). Marginality and problem solving effectiveness in broadcast search. *Organization Science* 21(5), 1016–1033.
- Lanning, M. J., Michaels, E. G. (1988). A Business is a value delivery system. McKinsey staff paper at Atlanta office.
- Lara, P. V., Pérez, J. P. (2011). El empresario innovador y su relación con el desarrollo económico. *TEC Empresarial*, 5(3), 21-27.
- Lundvall, B.A. (1985). Product innovation and user-producer interaction. *Industrial Development Research*. Series 31, Aalborg University Press.
- Lundvall, B. A. (Ed.). (1992). *National systems of innovation: Towards a theory of innovation and interactive learning*. London, Pinter Publishing.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. (2007). Social Innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated. Oxford Saïd Business School, Skoll Centre for Entrepreneurship.
- MSL Group (2013). Now and Next: Future of Engagement Report, pp 24/25. Retrieved from <https://issuu.com/mslgroupofficial/docs/now-next-future-engagement>
- Oslo Manual (2005). <https://www.oecd.org/sti/inno/2367580.pdf>
- Phills Jr, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, Fall 2008.
- Pfitzer, M. Bockstette, V., & Stamp, M., (2013). *Harvard Business Review*, September issue.
- Polino C., Castelfranchi, Y. (2012). 'The communicative turn' in contemporary technoscience: Latin American approaches and global tendencies, IN Schiele B., Claessens, M., & Shi, S. (Eds.). *Science communication in the world: Practices, theories and trends*. New York, London: Springer Dordrecht Heidelberg.
- Prahalad, C.K., Ramaswamy, V. (2000). Co-opting Customer Competence. *Harvard Business Review*, January-February 2000 issue.
- Rothwell, R., Zegveld, W. (1985). *Reindustrialization and technology*. Armonk, New York: M.E. Sharpe.
- Kline, S. J., Rosenberg, N. (1986). An overview of innovation, IN R. Landau, N. Rosenberg, (Eds.), *The positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth*, pp. 275–305. Washington, D.C.:National Academy Press.
- Kohler, T., Matzler, K., & Füller, J. (2009). Avatar-based innovation: Using virtual worlds for real-world innovation. *Technovation* 29(6–7), 395–407.
- Schumpeter A. J. (1939). *Business cycles, a theoretical, historical and statistical analysis of the capitalist process*. New York: McGraw-Hill.
- SIX. Retrieved from <https://socialinnovationexchange.org>
- Slaughter, S. (1993). Innovation and learning during implementation: a comparison of user and manufacturer innovation. *Research Policy*, 22(1), 81-97.
- Skinner, Q. (2002). *Visions of politics, volume I: Regarding method*. Cambridge, U.K.: University Press.
- Vanhaverbeke, W. (2014). Pushing the Boundaries – Part 2: Making open innovation relevant to more economic players, *Innovation Management*, May. Retrieved from <http://www.innovationmanagement.se/2014/05/06/pushing-the-boundaries-part-2-making-open-innovation-relevant-to-more-economic-players/>.

- Vargo S., Lusch, R. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing* 68(1), 1-17.
- Vargo S. L. (2011). Market systems, stakeholders and value propositions. Toward a service-dominant logic-based theory of the market, IN Extending service-dominant logic. *European Journal of Marketing*, 45(1/2), 217-222.
- Veugelers, M., Bury, J., & Viaene, S. (2010). Linking technology intelligence to open innovation. *Technological Forecasting and Social Change* 77(2), 335–343.
- Visnjic, K, Van Looy, B. & Neely, A. (2013). Steering manufacturing firms towards service business model innovation. *California Management Review* 56(1), 100-123.
- von Hippel, E. (1988). *The Sources of Innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- von Hippel, E. (2016). *Free innovation*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Waxenberger, B. L. Spence, (2003). Reinterpretation of a metaphor: From stakes to claims. *Strategic Change* 12, 239–249.
- West, J., Bogers, M. (2014). Leveraging external sources of innovation: A review of research on open innovation. *Journal of Product Innovation Management* 31(4), 814–831.

¿EXISTE DESARROLLO ENDOGENO EN LA COMUNA DE VALPARAISO? IS THERE ENDOGENOUS DEVELOPMENT IN VALPARAISO CITY?

Fernando Rowland López

Profesor Jornada Completa (Instructor Académico)
Escuela de Negocios – Universidad Técnica Federico Santa María
E-mail: fernando.rowland@usm.cl

Resumen

El desarrollo endógeno es un concepto más complejo que el crecimiento económico y la acumulación de capital, debido a que incluye también aspectos sociales, políticos-organizacionales, éticos, culturales y tecnológicos. La comuna de Valparaíso es la capital de la Región de Valparaíso y la más antigua del país, viven aproximadamente 300.000 personas y se caracteriza por su actividad portuaria. En la comuna de Valparaíso no sabemos si existe desarrollo endógeno. Por ello, utilizamos una metodología no experimental a través de un enfoque explicativo descriptivo de las políticas públicas aplicadas en la comuna de Valparaíso y su relación con el desarrollo endógeno. Encontramos muchos elementos de desarrollo endógeno en la comuna pero que aún hacen falta políticas a diferentes niveles para alcanzarlo.

Palabras claves: Desarrollo endógeno, comuna de Valparaíso, políticas públicas

Clasificación JEL: R15; R28; R38; R58

Abstract

Endogenous development is a more complex concept than economic growth and capital accumulation because it also includes social, political-organization, ethical, cultural and technological aspects. Valparaíso city is the oldest of the country and the capital of Valparaíso province, actually live approximately 300,000 people and it is characterized by the port activity. We don't know the existence of endogenous development in Valparaíso city. For this reason, we use a non-experimental methodology through a descriptive explanatory approach of the public policies applied in Valparaíso and its relationship with endogenous development. We found many elements of endogenous development in the city, but still need policies at different levels to achieve it.

Keywords: Endogenous development, Valparaíso city, public policies

JEL Classification: R15; R28; R38; R58

1. INTRODUCCIÓN

La ciencia económica lleva décadas de investigación sobre la localización y el desarrollo de los territorios, pero éstas no han podido determinar porqué se concentra la actividad en zonas específicas en vez de ser distribuidas homogéneamente por todo un territorio, problema que podemos apreciar en muchas ciudades de Latinoamérica.

En los últimos 20 años ha aparecido una nueva teoría sobre la dinámica económica de los territorios. El precursor de esta nueva teoría fue Paul Krugman (1997) con la creación de la Nueva Economía Geográfica, que explica la acumulación de capital en ciertos territorios, la aglomeración de la actividad productiva y condiciones para la sostenibilidad de un territorio. La Nueva Geografía Económica no considera una visión multidimensional del desarrollo, dejando fuera variables que determinan la calidad de vida de las personas. Es por esto, que es necesario investigar conceptos como el desarrollo económico local o el desarrollo endógeno para poner el foco en el desarrollo económico del territorio. Según Vásquez-Barquero (2000), el desarrollo endógeno es una teoría que explica los mecanismos de acumulación de capital en un contexto de globalización caracterizado por una fuerte competencia; mientras que para Alemán (2006) se basa en una lógica específica de organización de un territorio, un sistema de aprendizaje y una fuerte integración territorial, apostando por mantener una dinámica propia y dar a las comunidades locales un instrumento para la acción; y para Boisier (2004) en el territorio deben generarse las condiciones para que el ser humano pueda potenciarse a sí mismo.

La región de Valparaíso es la segunda región del país con más habitantes y su capital, la ciudad de Valparaíso, fue declarada patrimonio de la humanidad por parte de la UNESCO y es centro del poder legislativo del país.

Podríamos suponer que Valparaíso goza de una ventaja dada su importancia para el país, su atractivo turístico y su alto crecimiento de extensión (Fuentes y Pezoa, 2017), lo cual debería gatillar un alto crecimiento económico. Sin embargo, la ciudad posee un bajo nivel de calidad de vida urbana a diferencia de otras ciudades de la misma región, lo cual podemos demostrar a través del Indicador de Calidad de Vida Urbana (ICVU). En consecuencia, es necesario investigar porqué la comuna de Valparaíso no posee ventajas en concentración productiva ni tampoco goza de un alto nivel de calidad de vida urbana a diferencia de ciudades de la misma región como Viña del Mar o Quillota (Orellana, 2017). Por esto, es necesario conocer si la comuna de Valparaíso posee desarrollo endógeno. Para ello, utilizaremos una metodología no experimental a través de un enfoque explicativo descriptivo de las políticas públicas aplicadas en la comuna de Valparaíso y su relación con el desarrollo endógeno (Fernández y Nina, 2013).

Estudiamos las políticas públicas aplicadas en la comuna de Valparaíso en las seis dimensiones que componen el desarrollo endógeno: social, ética, económica, tecnológica, cultural y política. El principal resultado es que en la comuna de Valparaíso no existe desarrollo endógeno y proponemos una serie de recomendaciones para que el territorio pueda alcanzarlo.

Este trabajo se dividirá en cuatro secciones. Haremos una revisión de la literatura, explicaremos la metodología empleada, detallaremos los resultados obtenidos y finalizaremos con conclusiones y recomendaciones a partir de los resultados hallados.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Teorías de Economía Geográfica

La Escuela Alemana es la precursora de los estudios de Economía Geográfica comenzando con los estudios de economía espacial elaborado por Von Thunen (1826). Este modelo es de análisis espacial involucrando la maximización de la renta dada la competencia existente en el rubro de la agricultura. Además, este modelo involucra zonas óptimas que, de acuerdo con las distancias y pesos de los productos, se distribuyen alrededor del mercado a modo de círculos concéntricos.

Luego, en la primera década del siglo XX se logran importantes avances en la teoría de la localización que fueron desarrollados por Weber (1909) quien introduce los costos de transporte y las economías de aglomeración, Christaller (1933) quien destaca la disposición geográfica de los mercados y Losch (1939) quien realiza una síntesis de todas las teorías de localización de la economía a partir de la teoría de equilibrio original.

Pocos años después, viene la contribución de la academia norteamericana, comenzando con Zipf (1941), quien elaboró una ley para explicar la distribución del tamaño de las ciudades y factores que afectan el tamaño de sus poblaciones y la distancia entre ellas. Durante las dos décadas siguientes, se elaboraron la teoría multiplicador base-exportación (North, 1955; Friedmann, 1966) y el potencial de mercado (Harris, 1954), quienes introducen el papel de la demanda en la determinación de la actividad económica de una región.

Poniendo el foco más en las teorías de crecimiento y desarrollo económico que en teorías espaciales, surgen en los años 50 y 60 concepciones adicionales. Dentro de estas, encontramos la Teoría de Centro-Periferia y la Dependencia (Filippo, 1998), Teoría de la Causación Circular Acumulativa (Myrdal, 1957), Teoría del Crecimiento desequilibrado (Hirschmann, 1958; Rosenstein-Rodan, 1943) y la Teoría de los Polos de Crecimiento (Perroux, 1955).

2.2. Ciencia Regional y Economía Regional

El principal exponente y fundador de la disciplina Ciencia Regional es Walter Isard. Walter Isard (1975) dice que cada investigador y estudiante necesitará desarrollar o sintetizar su propia definición acerca de lo que es la Ciencia Regional ya que posee una gran variedad de definiciones; sin embargo, para los propósitos de esta investigación utilizaremos las siguientes definiciones:

- Ciencia regional es la ciencia que se ocupa del estudio comprensivo de una región significativa o sistema de regiones en todos sus aspectos económicos, políticos, sociales, culturales y psicológicos claves,

- Ciencia regional es la ciencia que se ocupa del estudio de la interacción conjunta del comportamiento de las unidades sociales, políticas y económicas y su medio ambiente físico dentro de regiones significativas y sistema de regiones y
- Ciencia regional es una síntesis del arte de planificación y gestión con la ciencia de sistemas espaciales.

De las definiciones anteriores, deducimos que dentro de la ciencia regional se insertan una serie de disciplinas como la economía, geografía, ciencias políticas, sociología y antropología.

La Economía Regional es solo una de las tantas disciplinas dentro de la Ciencia Regional. De acuerdo con Hoover y Giarratani (1984), la Economía Regional representa un “marco dentro del cual el carácter espacial de los sistemas económicos puede ser entendido; se busca identificar los factores que rigen la distribución de la actividad económica en el espacio y de reconocer que a medida que esta distribución cambia, habrá importantes consecuencias para los individuos y las comunidades”.

2.3. Teorías de Crecimiento Económico

La primera teoría de crecimiento económico corresponde a Robert Solow (1956) donde apreciamos que el crecimiento económico es afectado por el ahorro (crecimiento del stock de capital), crecimiento de la población y el progreso tecnológico de un país. El modelo de Solow supone una función de producción del tipo Cobb-Douglas con rendimientos constantes a escala y el producto marginal del capital es decreciente. Los dos factores que afectan el nivel de capital de una economía son la inversión en bienes de capital y la depreciación del stock de capital. La teoría explica que la economía llega un momento en que la inversión en capital se iguala con la cantidad de stock de capital depreciado, por lo que la variación de capital se hace nula, por lo tanto, la economía entra en un estado estacionario. A pesar de la solidez del modelo se critica que la variable de progreso tecnológico sea exógena en el modelo, lo que llevó a la creación de la teoría de crecimiento endógeno.

La teoría de crecimiento endógeno rechaza el supuesto de que el progreso tecnológico es exógeno al modelo de crecimiento, no incluye el supuesto de rendimientos decrecientes del capital (son constantes), el conocimiento presenta rendimientos crecientes dado los avances en la innovación y tecnología (Romer, 1986; Lucas, 1988).

2.4. Nueva Geografía Económica

La Nueva Geografía Económica plantea rendimientos crecientes en la producción, economías de escala y competencia imperfecta. También apunta a que las economías externas por tamaño de mercado e innovación tecnológica son producto de un proceso de aglomeración de naturaleza regional o local.

En el modelo se presentan dos tipos de fuerzas que interactúan en la economía de un territorio. En primer lugar, se mencionan las fuerzas centrípetas que son aquellas que promueven la concentración geográfica de la actividad productiva; por ejemplo, el tamaño

del mercado, mercados laborales densos y economías externas puras. En segundo lugar, están las fuerzas centrífugas que operan en dirección opuesta a la concentración y son los factores fijos, la renta de la tierra y las deseconomías externas.

Este modelo posee dos conclusiones relevantes. La primera es que los productores quieren situarse cerca de sus proveedores y de sus clientes, generando una mayor aglomeración. La segunda, es la inamovilidad de algunos recursos, como la tierra y la fuerza laboral.

Sin embargo, todavía se deja sin respuesta a la pregunta de por qué la acumulación de capital y concentración se produce en ciertos territorios y no en otros. Adicionalmente, se han planteado una serie de críticas al respecto, debido a su alto contenido matemático que vuelve los modelos demasiado limitado, irrealista y abstracto. Cabe también mencionar, su falta de incorporación de variables históricas, tecnológicas, capital humano e instituciones, que son relevantes para determinar causas de aglomeración de capital.

2.5. Desarrollo Económico Local

El crecimiento económico es un factor importante para que se puedan elevar los ingresos y así mejorar la calidad de vida de las personas en un territorio, sin embargo, el crecimiento por sí solo no garantiza que toda la ciudadanía goce de servicios básicos de calidad, instituciones robustas o equidad de ingresos. El desarrollo, en cambio, tiene una mirada más política y social.

Es más, hay muchas razones por la cual el foco de la política económica debe estar puesto en el desarrollo económico más que en el crecimiento económico, principalmente porque el desarrollo aumenta las oportunidades que tienen las personas de poder acceder a una vida más larga, más saludable y más plena (Ranice et al., 2002).

De acuerdo con Tello (2010), hay que distinguir entre el desarrollo nacional y local, encontrando diferencias y justificaciones para aplicar el estudio del territorio de forma local en vez de nacional. Las justificaciones vienen dadas por los factores de localización, bienes y servicios públicos locales, participación de diferentes agentes privados y el enfoque multidisciplinario de las teorías del desarrollo económico local.

Adicionalmente, existen distintos tipos de desarrollo local de acuerdo con la tipología establecida por Boisier (1999): Desarrollo territorial, Desarrollo regional, Desarrollo local, Desarrollo descentralizado y Desarrollo de abajo-arriba.

Finalmente se encuentra el desarrollo endógeno que abordaremos en el punto siguiente.

2.6. Desarrollo endógeno

La teoría del desarrollo endógeno presenta varios matices y visiones que han enriquecido su fundamento teórico. De acuerdo con Vasquez-Barquero (2000), el desarrollo endógeno es una teoría que explica los mecanismos de la acumulación del capital en un contexto de globalización caracterizado por una fuerte competencia. Se basa en una lógica específica de organización de un territorio, un sistema de aprendizaje y una fuerte integración

territorial, apostando por mantener una dinámica propia y dar a las comunidades locales un instrumento para la acción (Alemán, 2006). Esta acción está ligada a políticas de desarrollo local con el fin de generar en un territorio las condiciones para que el ser humano pueda potenciarse a sí mismo (Boisier, 2004).

Los inicios del desarrollo endógeno se remontan a los años 80, con la unión de dos líneas de investigación. La primera que busca el desarrollo de territorios retrasados económicamente y la segunda del análisis de procesos de desarrollo endógeno en localidades del sur de Europa (Vásquez-Barquero, 2007).

La teoría de crecimiento endógeno posee similitudes y diferencias con la teoría de desarrollo endógeno. En cuanto a las similitudes, ambos modelos aceptan la existencia de diferentes maneras de crecer en base a los recursos disponibles y la capacidad de ahorro e inversión en una localidad, la existencia de rendimientos crecientes de escala en los factores, el progreso tecnológico como variable endógena en el crecimiento y la existencia de políticas de desarrollo industrial y regional. En cuanto a las diferencias, destacamos que el desarrollo endógeno tiene políticas de desarrollo desde el territorio y otorga a la ciudadanía un rol en éstas; a grandes rasgos, integra el crecimiento de la producción en la organización social e institucional del territorio, adopta una visión territorial más que funcional de los procesos de crecimiento y cambio estructural, incorporando en el modelo la sinergia existente en los mecanismos y fuerzas de desarrollo (Vásquez-Barquero, 2007).

A pesar de ser una teoría con fuertes fundamentos económicos, sus dimensiones van más allá. El modelo de desarrollo endógeno contempla aspectos sociales, políticos-organizacionales, éticos, culturales y tecnológicos. Este análisis busca como fin una propuesta de futuro para cada dimensión, diciendo que el desarrollo económico solo se logra mejorando la calidad de vida de las personas de forma integral y no solo desde el punto de vista económico (Mas, 2005).

Dentro de la literatura, se pueden identificar diversos enfoques o visiones del desarrollo endógeno. Estos enfoques son el desarrollo auto centrado de las localidades y territorios, el desarrollo humano y cultural, acumulación de capital y progreso económico, y la política de desarrollo local (Vásquez-Barquero, 2007):

2.7. Región de Valparaíso

La Región de Valparaíso tiene como ciudad capital Valparaíso, centro del poder legislativo y uno de los puertos más importantes del país. Además, es la segunda región más poblada del país después de la Región Metropolitana de Santiago, la cual contiene la ciudad de Santiago, capital del país.

El gobierno y la administración de la Región de Valparaíso se divide en 8 provincias, las cuales se dividen en 38 comunas. El gobierno de la región reside en el Intendente, designado por el Presidente de la República. El gobierno y la administración de cada provincia recae en el gobernador, el cual también es designado por el Presidente de la República.

En cuanto a la administración de la región, ésta recae en el Gobierno Regional, el cual está constituido por el Intendente y el Consejo Regional. A diferencia de los otros cargos, los consejeros son electos de manera directa por votación popular.

La administración local de cada comuna está a cargo de las municipalidades, el cual está presidido por el Alcalde y gobierno junto a los Concejales, todos quienes son elegidos democráticamente a través de votación popular.

Valparaíso posee una economía diversificada, donde podemos destacar rubros como la pesca, minería, comercio, turismo, silvoagropecuario, entre otros. Sin embargo, esta diversificación no logra concretarse en mayor crecimiento económico ya que se sitúa bajo el crecimiento nacional, ni tampoco en las cifras de desempleo porque ha ido constantemente en aumento.

En cuanto a su estructura vial y portuaria ha ido en aumento. Valparaíso posee el principal complejo marítimo portuario del país, “el mismo está conformado por el puerto de Valparaíso, principal puerto de exportación con un movimiento de 4,6 millones de toneladas en el año 2007; por el puerto de San Antonio, primer puerto regional de importaciones con un movimiento de 6 millones de toneladas en 2007 y por los puertos de Ventanas-Quintero, que se han constituido en el principal punto de tráfico nacional e internacional de combustibles líquidos” (Gobierno Regional de Valparaíso, 2012).

Las instituciones de educación superior tienen una alta presencia en la región, siendo la tercera región con más sedes de instituciones de educación superior del país con 71 sedes. La tendencia en cuanto a la oferta de programas de educación superior sigue al alza. La población de Valparaíso ha ido en aumento y se ha concentrado en los centros urbanos, lo cual se debe a la migración campo ciudad, que se ha acentuado por el desarrollo de las industrias y la mejora tecnológica. Además, la población de Valparaíso es la que más envejece a nivel nacional; de acuerdo con datos del Censo 2017, el 17% de la población supera los 60 años de edad.

En el ámbito cultural y social, la región se caracteriza por una fuerte identidad regional que se proyecta a nivel nacional e internacional; su historia, geografía y diversidad existente en el territorio generan un atractivo especial, como por ejemplo Isla de Pascua. Finalmente es importante destacar la alta vulnerabilidad social y territorial que existe en la región, lo cual se puede apreciar en los grandes campamentos ubicados en la localidad de Viña del Mar, siendo los más grandes del país. Además, muchas comunas de la región presentan elevados índices de pobreza, entre los que se encuentran Valparaíso, Putaendo, Panquehue, Rinconada, Calle Larga, Hijuelas, Cabildo, Olmué y Catemu.

3. METODOLOGÍA

En este trabajo aplicamos una metodología no experimental a través de un enfoque explicativo descriptivo de las políticas públicas aplicadas a la comuna de Valparaíso y su relación con el desarrollo endógeno (Fernández y Nina, 2013).

Iniciamos con una recopilación de políticas públicas aplicadas por el Gobierno Nacional, Gobierno Regional de Valparaíso, Ilustre Municipalidad de Valparaíso, entre otros.

Dada la complejidad del fenómeno de desarrollo y la perspectiva multidimensional del desarrollo endógeno, analizamos desde todas las visiones del desarrollo endógeno a través de las seis dimensiones utilizando como guía el trabajo de Mas (2005). Las dimensiones que componen el desarrollo endógeno son: social, ética, económica, tecnológica, cultural y política. A partir de estas dimensiones, identificamos y describimos los elementos de política pública presentes en la comuna, en atención a su vínculo con el desarrollo endógeno a fin de generar un diagnóstico de la situación actual en cada una de las dimensiones.

A continuación, procedemos a explicar cada una de las dimensiones.

3.1. Dimensión Social

Las interacciones sociales y los componentes que generan la plenitud en el ser humano son la imagen objetivo de sociedad para el desarrollo endógeno.

En primer lugar, cada individuo debe tener un "rol social", es decir, una posición, labor u ocupación dentro de la sociedad. En segundo lugar, el desarrollo endógeno busca la eliminación de desigualdades, minimiza la pobreza y genera riqueza para la comunidad. En tercer lugar, dada la presencia de distintos estratos socioeconómicos, la movilidad social es un factor de relevancia dentro del desarrollo endógeno. Finalmente, debe crearse un catastro integral que determine las condiciones en las que se encuentra la población, con un alto nivel de información y datos, para que la comunidad y especialistas puedan determinar los elementos para el cambio social.

3.2. Dimensión Ética

La ética está constituida por una serie de ideas que los grupos humanos tienen sobre lo bueno y lo malo. En ella, existe una serie de valores que la sociedad asume como propios, quedando establecidas en las normas y códigos que rigen en la sociedad.

En la sociedad actual el capitalismo y su modo de producción está fundado en valores como la libertad individual, igualdad, competencia y búsqueda de la eficiencia para ser más competitivos, y en paralelo, la existencia de un Estado que vela por el bien común. Ante la libertad empresarial, las organizaciones productoras crean su propia "moral empresarial", la que ha recibido una serie de cuestionamientos; en base a esto nacen conceptos como responsabilidad social empresarial, transparencia financiera, pobreza, exclusión social y conservación medio ambiental.

Finalmente, otro aspecto importante que resuelve la ética, son los medios que se utilizan para alcanzar los fines. Los medios quedan limitados por los valores que tenga una sociedad; son los fines, basados en la ética, los que indican los medios que se pueden utilizar para llegar al objetivo común.

3.3. Dimensión Económica

En esta dimensión es importante destacar tres elementos claves transversales: generación de economías de escala internas y externas, cooperación dentro del territorio y la competencia de forma exógena y las normas institucionales y organizacionales.

Los factores que influyen en el desarrollo económico de una unidad territorial son: Factores productivos, Intercambio comercial, Estrategia para la elección del negocio y Organización de la producción.

3.4. Dimensión Tecnológica

La dimensión tecnológica tiene presencia en cada bien y servicio que es consumido en la economía, por lo tanto, tiene una importancia vital para el desarrollo endógeno. Esta dimensión se constituye de tres elementos: la base material, el conocimiento y el propósito. La base material es el cuerpo físico compuesto de materia que posibilita la existencia de tecnología; el conocimiento corresponde a la mezcla entre experiencia empírica, investigación científica y técnicas para la acción; y el propósito es el fin que tiene la tecnología. Algún cambio en estos tres elementos es considerado como innovación.

La tarea de las políticas de desarrollo endógeno es que la brecha entre la tecnología disponible para la acción en un territorio y la tecnología que el territorio necesita sea la menor posible.

La tecnología cuenta con los siguientes elementos constitutivos y medidas básicas que permiten el despliegue tecnológico en el desarrollo endógeno: Propósito tecnológico; Datos, información y conocimiento; Organización; Infraestructura; y Capacidades del personal.

3.5. Dimensión Cultural

La cultura y su relación con el desarrollo endógeno son analizadas entendiendo la cultura como una forma de vida, como manifestación artística o de bellas artes, y como patrimonio. La cultura como forma de vida se refiere al conjunto de vivencias y convivencias humanas que a través de la historia van formando las costumbres, tradiciones y comportamientos. La manifestación artística o de bellas artes expone la cultura como manifestación de lo bello cuyas expresiones se proyectan en distintas dimensiones artísticas. Finalmente, la cultura como patrimonio se refiere a la creación y conquista de todo lo realizado por el ser humano. Para el desarrollo de los tres tipos de formas de entender la cultura para todas las dimensiones del desarrollo endógeno se proponen las siguientes medidas: fomentar políticas culturales alineadas a la estrategia y visión de desarrollo; promover el diálogo intercultural; otorgar y premiar la creación de manifestaciones artísticas; desarrollar y fomentar valores en concordancia con la cultura y la visión estratégica para el desarrollo endógeno; utilizar los logros y competencias del ámbito cultural alineadas a plataformas tecnológicas; desarrollar culturas organizacionales centradas en la tolerancia y respeto cooperativo; apreciar las obras y culturas extranjeras sin desmedro de las costumbres y obras nativas.

3.6. Dimensión Política

El desarrollo endógeno promueve una ideología basada en la ética, y es cada sociedad desde sus bases, la que forma los ideales políticos que constituyen su sociedad.

El rol del Estado no es intervencionista o protagónico en el desarrollo de las localidades, sino que es un guía o entrenador en base a los ideales y la forma en que la sociedad planea vivir.

Dado lo anterior, la base de la sustentabilidad política es la existencia de una comunidad política, la cual esté comprometida y preparada para apoyar el proyecto o visión objetivo para su desarrollo.

Para la formación de políticas endógenas es necesario abordar los ejes de educación política (educación cívica), autonomía del territorio (decisiones de política sobre el territorio deben ser tomadas por los mismos habitantes del territorio) y participación ciudadana.

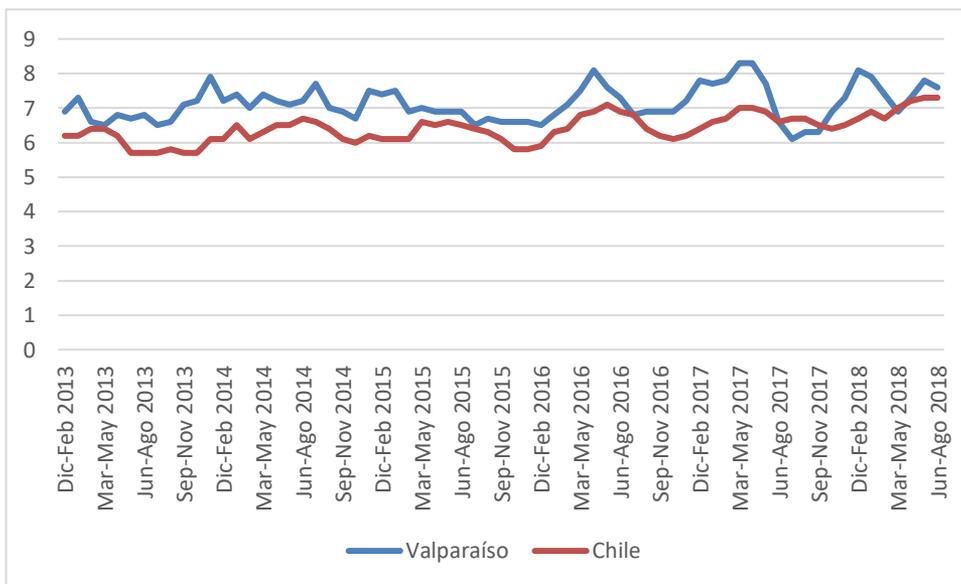
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Dimensión Social

4.1.1. Rol social

Es posible obtener una aproximación del rol social a través del trabajo que realiza cada persona en la comuna de Valparaíso. En esta materia la principal problemática es el desempleo, el cual como muestra el gráfico 1, en la región de Valparaíso se sitúa la mayor parte del tiempo por sobre el 7% y es superior al desempleo nacional en casi toda la serie.

Gráfico 1: Tasa de Desempleo Región de Valparaíso por Trimestres.



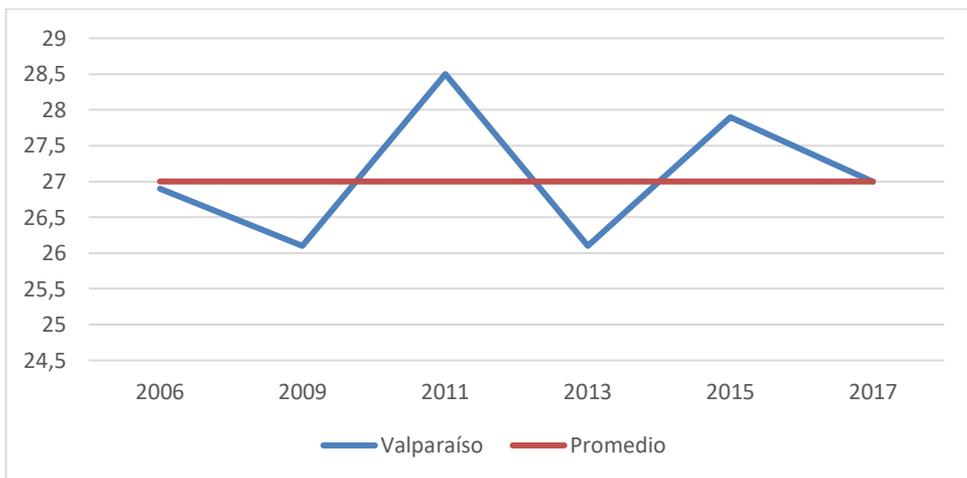
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadísticas.

En esta materia existen diferentes iniciativas como el programa “+Capaz” que entrega cursos de capacitación en oficios con el fin de capacitar a mujeres y jóvenes vulnerables para su próxima incorporación al mercado laboral. Además, a nivel comunal existe la Oficina Municipal de Intermediación Laboral (OMIL) que se encarga de vincular la oferta laboral con la demanda laboral de la comuna. Finalmente, la Municipalidad de Valparaíso desarrolló el proyecto “Escuelas Abiertas” en el territorio, donde se abrieron tres establecimientos educacionales a la comunidad para que padres y apoderados pudieran realizar diferentes talleres.

4.1.2. Movilidad Social

De acuerdo con la encuesta CASEN 2017, el porcentaje de las personas en hogares con ingreso per cápita inferior al 50% de la mediana del ingreso per cápita de los hogares varía entre un 26% y 29%, entre los años 2006 y 2017. Esto lo podemos apreciar en el Gráfico 2.

Gráfico 2: Porcentaje de personas en hogares con ingreso per cápita inferior al 50% de la mediana del ingreso per cápita de los hogares en la Región de Valparaíso



Fuente: Encuesta Casen 2017. Ministerio de Desarrollo Social

Las políticas en favor de una mayor movilidad social son las de educación. En este sentido la Municipalidad de Valparaíso implementó la primera etapa de co-diseño del Proyecto “Éxito Escolar”, entre el área de Educación de la Corporación Municipal para el Desarrollo Social y cinco establecimientos de la comuna.

En cuanto al desempeño educativo de la comuna, utilizamos los resultados del Sistema de Medición de la Calidad de la Educación (SIMCE)² y la Prueba de Selección Universitaria

² Las pruebas SIMCE se aplican a estudiantes de 2°, 4°, 6°, 8° básico, II y III medio en las asignaturas de Lenguaje y Comunicación; Matemáticas; Ciencias Naturales; Historia, Geografía y Ciencias Sociales e Inglés.

(PSU)³ 2016 de los establecimientos pertenecientes a la Corporación Municipal de Valparaíso. Los resultados de la prueba SIMCE los presentamos en la Tabla 2 y de la PSU en la Tabla 3.

Tabla 2. Resultados prueba SIMCE de Lenguaje y Matemática 2016

Prueba	4° básico	6° básico	2° medio
Lenguaje	236	217	225
Matemáticas	230	216	224

Fuente: Ilustre Municipalidad de Valparaíso

Tabla 3. Promedio prueba PSU.

Años	Científico-Humanista	Científico-Humanista Adultos	Técnico-Profesional
2012	421	430	442
2013	441	444	437
2014	432	391	420
2015	460	406	422
2016	477	400	409
2017	478	394	427

Fuente: Ilustre Municipalidad de Valparaíso

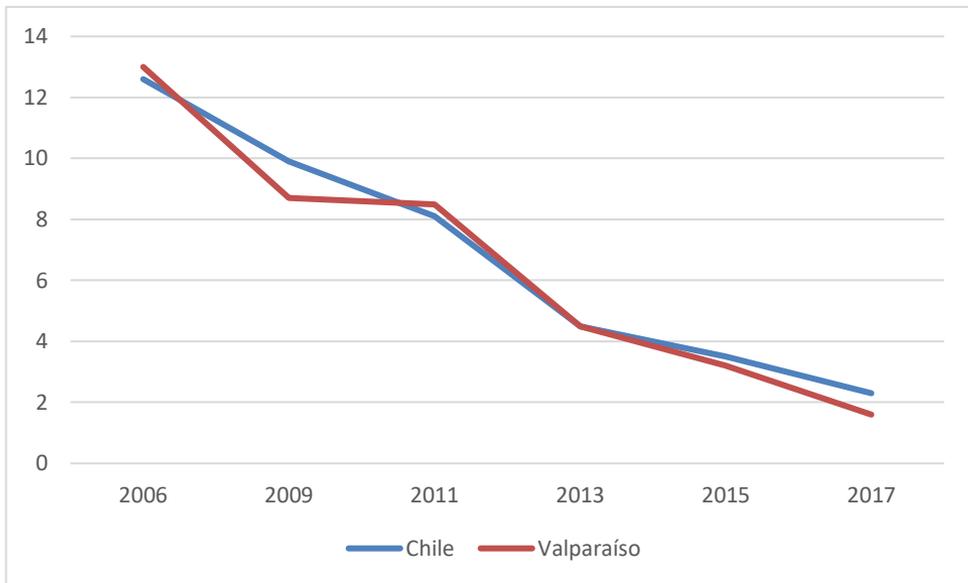
En el ámbito de las políticas a nivel nacional, destaca la gratuidad en la educación superior que beneficia directamente a la comuna de Valparaíso por ser una ciudad universitaria. Destaca también el fin al copago en educación secundaria, mayores becas nuevo milenio, creación del programa de acompañamiento y acceso efectivo a la educación superior (PACE), programa “Yo eligo mi PC”, entre otros.

4.1.3. Disminución de la pobreza y desigualdad

De acuerdo con la Encuesta CASEN 2017, la pobreza extrema en el país y en la región de Valparaíso continúa disminuyendo, alcanzando para el año 2017 un 1,6%. Las cifras de pobreza extrema calculadas a partir del ingreso para el país y la región las presentamos en el Gráfico 3.

³ La PSU es una batería de pruebas estandarizadas cuyo propósito es la selección de postulantes para la continuación de estudios universitarios.

Gráfico 3: Evolución de la pobreza extrema según ingresos



Fuente: CASEN 2017

Desde la Municipalidad trabajan en esta temática a través de la Dirección de Desarrollo Comunal, cuya misión es construir un modelo de gestión local de las políticas sociales y territoriales para la comuna de Valparaíso, considerando en su base el enfoque en derechos, género y participación ciudadana.

En cuanto a políticas nacionales destaca aumento de subsidios habitacionales, plan de seguridad pública, aumento de infraestructura para la salud y mayores fondos para salud. Además, desde el Ministerio de Desarrollo Social impulsan una serie de políticas como acceso a justicia para personas discapacitadas y fondos concursables inclusivos, apoyo a iniciativas familiares y comunitarias, iniciativa “Acción Educa”, apoyo a familias para el autoconsumo, bono al trabajo de la mujer, diversos programas para el adulto mayor y niños en situaciones difíciles, entre otros.

4.1.4. Catastro Social

El catastro social busca tener un registro de todas las necesidades en distintas áreas de los habitantes de un territorio. El instrumento Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) se asemeja a lo que puede ser un catastro social y que corresponde al del año 2002, lo cual la hace desactualizada a las necesidades vigentes de la comunidad.

4.2. Dimensión Ética

El PLADECO de la comuna de Valparaíso establece una imagen objetivo y valores que nacieron de la ciudadanía. De acuerdo con este documento, la imagen objetivo de

Valparaíso es “Valparaíso Primero Siempre: Valparaíso, Centro innovador, integrado al mundo, abierto al conocimiento, la cultura y el patrimonio, fundado en su capital humano”. Sin embargo, este instrumento está desactualizado porque fue elaborado en el año 2002. En el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial destacan: políticas de reciclaje y limpieza del entorno por parte de empresas de la zona; prácticas de sostenibilidad de empresas como Puerto Ventanas SA; comisión de RSE de la Asociación de Empresas V Región; planteamiento por parte de la Cámara Regional de Comercio y de la Producción del concepto de valor compartido, creándose el Comité de Valor Compartido. Por otra parte, las malas prácticas empresariales también se encuentran presentes. Destaca la demanda interpuesta por la Fiscalía Nacional Económica (FNE) a la Agrupación de Cirujanos de Valparaíso ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) por colusión. También demandas cruzadas entre el Terminal Pacífico Sur (TPS) y la Empresa Portuaria de Valparaíso (EPV) ante el TDLC. Políticas por parte del gobierno nacional destacan proyectos de protección medioambiental, proyecto de innovación energética, entrega de fondos a organizaciones medio ambientales, multa a empresas que contaminan, entre otros.

4.3. Dimensión Económica

Como proxy a la acumulación de capital utilizaremos el PIB Regionalizado de Valparaíso, PIB per cápita Regionalizado de Valparaíso y el % del PIB Regionalizado en el PIB Nacional entre los años 2014 y 2016. Es importante destacar el lento crecimiento del PIB per cápita Regionalizado entre estos años y la contribución del PIB Regionalizado en el PIB Nacional se mantiene prácticamente constante en un 8,2%, cifra que es preocupante considerando que en la década de los 90 esta cifra era de un 10% e inicios del 2000 era de un 9% aproximadamente (Corvalan, 2015).

En el caso de la competitividad de la comuna de Valparaíso existe el índice de competitividad de ciudades que evalúa cinco ámbitos, entre los que se encuentran económico, gobernanza, innovación, sociedad y urbanismo. En este índice fueron considerado 27 ciudades, donde la comuna de Valparaíso está incluida en el Gran Valparaíso (incluye las comunas de Viña del Mar, Quilpué, Villa Alemana y Con-Con). El Gran Valparaíso ocupa el lugar 15, y si consideramos solo el ámbito económico la comuna ocupa el lugar 13, siendo el factor más destacado en este ámbito el Mercado Laboral (3° lugar a nivel nacional).

En la Municipalidad de Valparaíso se encuentra el Departamento de Desarrollo Económico Local que organiza encuentros entre comerciantes y feriantes, elabora proyectos de desarrollo productivo como ferias libres y apoyo a artesanos, realiza talleres de capacitación, entre otros. Además, la Municipalidad cuenta con el Departamento de Proyectos y Cooperación Internacional que ejecuta diversos convenios internacionales.

Por parte del Gobierno Nacional destaca el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) que cofinancia inversión tecnológica, modernizando los procesos productivos de empresas campesinas. En esta materia también destacan Pro Chile, Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec) y Corporación de Fomento de la Producción (Corfo) en el desarrollo del emprendimiento y la competitividad de la región.

A la hora de medir el desempeño empresarial utilizaremos el Indicador de Actividad Económica Regional (INACER), donde existe una leve disminución en el crecimiento de la actividad económica.

La construcción desde el año 2015 viene disminuyendo; un aumento entre los años 2014 y 2017 de la actividad de los supermercados; una disminución en la actividad manufacturera desde el año 2014 al 2017, a partir del cual comienza a aumentar; decrecimiento del sector energía desde el 2014; y exportaciones fluctuando entre los 350 y 550 millones de dólares aproximadamente.

Las políticas para potenciar a las empresas de la región están basadas en colaboraciones pública privada; en julio del 2018 fue creada una Corporación de Turismo para la región de Valparaíso, organismo que busca aumentar las alianzas público-privadas para potenciar esta actividad económica.

Actores gremiales importantes son la Asociación de Empresas V Región que agrupa a grandes, medianas y pequeñas empresas de los sectores industriales, productivos y de servicios de la V Región, y, por otra parte, la Cámara Regional de Comercio y de la Producción quien representa al empresariado incorporando los intereses de sus integrantes.

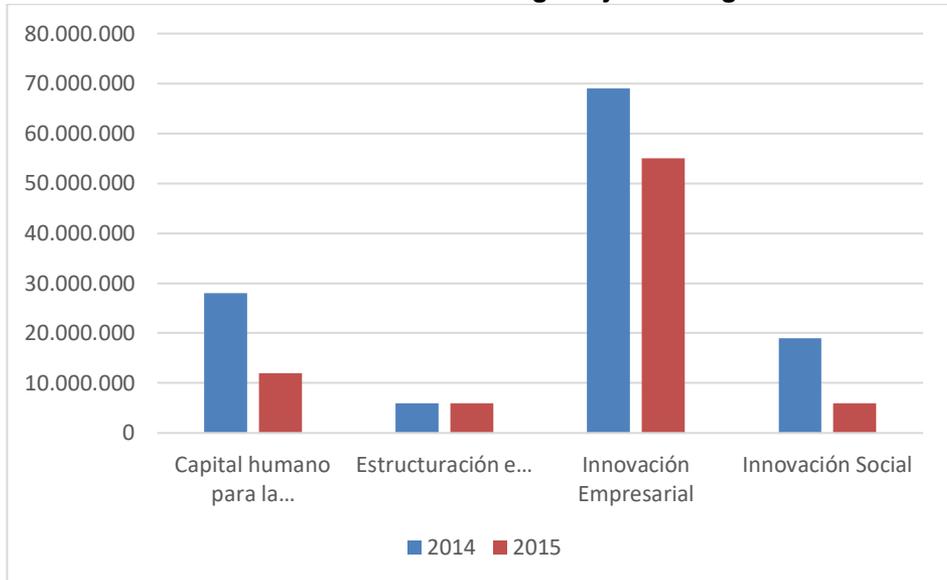
Con respecto al cooperativismo, el cooperativismo nace en Chile en el año 1887 con la creación de la Cooperativa de Consumo "La Esmeralda" en la región de Valparaíso. En el 2007 se registraron 3.302 cooperativas, de las cuales el 12,3% se encuentran en la Región de Valparaíso.

4.4. Dimensión Tecnológica

La Región de Valparaíso cuenta con una Estrategia Regional de Innovación que contempla 6 ejes de trabajo: innovación empresarial y creación de empresas innovadoras, capital humano para la innovación, innovación social, cultura de innovación y emprendimiento, estructuración e interrelación del sistema regional de innovación e institucionalidad regional para la innovación.

El Gobierno Regional dispone de los Fondos de Innovación para la Competitividad (FIC), los cuales están orientados a satisfacer las necesidades presentes en los ejes de la Estrategia Regional de Innovación. La mayor parte de estos fondos han sido destinados al eje innovación empresarial como muestra el Gráfico 7.

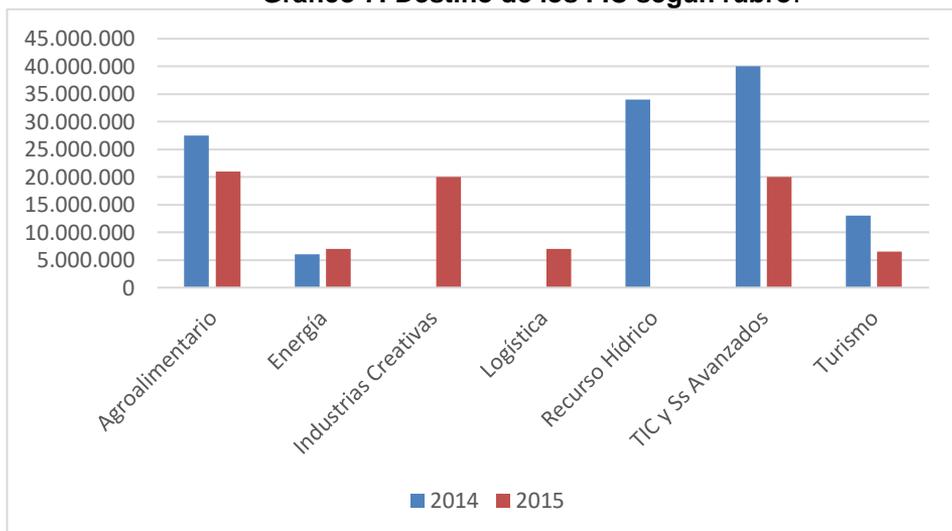
Gráfico 6: Fondos FIC-R según eje estratégico



Fuente: Informe del fondo de innovación y competitividad (FIC) ejecutado en la región de Valparaíso en el periodo 2014 – 2015

Respecto a los rubros en los cuales se han utilizado estos fondos destacan el sector agroalimentario, TIC y servicios asociados, y gestión del recurso hídrico. Esto lo podemos observar en el Gráfico 7.

Gráfico 7: Destino de los FIC según rubro.



Fuente: Informe del fondo de innovación y competitividad (FIC) ejecutado en la región de Valparaíso en el periodo 2014 – 2015

4.5. Dimensión Cultural

Valparaíso es la ciudad más antigua del país, caracterizado por una importancia histórica debido a su tradición en la actividad portuaria y mercantil dentro del plano del desarrollo nacional, lo que la llevó a ser el eje de la capital económica del país. Debido a esta importancia económica nacieron bancos, compañías navieras, compañías exportadoras y mercantiles, entre otras.

La ciudad sigue caracterizándose por una alta actividad portuaria y una morfología urbana especial que la determinaron como una ciudad-puerto. Su privilegiada situación facilitó la formación de una identidad local.

Entre los factores que conforman el patrimonio encontramos el aspecto geográfico, los monumentos y edificios históricos como el Palacio Lyon, Palacio Baburizza, Arco británico, biblioteca Santiago Severin, la Sebastiana, entre otros. Cabe señalar que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO) declaró a la ciudad de Valparaíso como Patrimonio de la Humanidad el 2003; esto implica un reconocimiento oficial y universal que tiene la ciudad desde un punto de vista histórico, urbano, arquitectónico, artístico, científico, estético, arqueológico y antropológico.

A pesar de la importancia de su patrimonio, existe una falta de iniciativas de protección y promoción del desarrollo patrimonial y mala accesibilidad de cerros habitados, aumentando el aislamiento de la población y empeorando la calidad de vida.

Actualmente la Municipalidad de Valparaíso cuenta con la Dirección de Desarrollo Cultural que dentro de sus ejes estratégicos busca promover, formar y difundir los principios y valores ciudadanos en la niñez y la juventud.

En temas de integración de culturas destaca el Departamento de Extranjería y Migraciones de la Subsecretaría de Interior. Además, el Consejo Nacional de las Culturas y las Artes creó una iniciativa programática Interculturalidad e Inclusión de Migrantes. Finalmente existe una línea de Fomento al Intercambio Intercultural como parte del Fondo Nacional del Desarrollo de la Cultura y las Artes (Fondart) que fue incorporada el 2016, y que desde 2017 toma el nombre de Culturas Migrantes.

En cuanto al fomento de la cultura del territorio en la Municipalidad de Valparaíso está el Fondo de Iniciativas Culturales.

Finalmente, en la comuna existen 13 organizaciones culturales como el Parque Cultural de Valparaíso.

4.6. Dimensión Política

4.6.1. Educación Política

El 2016 fue publicada la ley que crea el plan de formación ciudadana para los establecimientos educacionales reconocidos por el Estado.

Además, el Consejo Nacional de Educación aprobó la nueva asignatura de Educación Ciudadana para el Currículum Nacional de 3° y 4° medio, que se enmarca en la actualización de las Bases Curriculares para la Formación General de las Diferenciaciones Artística, Técnico Profesional y Humanístico-Científico.

Por otra parte, la Escuela de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso comenzó el año 2014 a impartir clases de educación cívica a estudiantes de enseñanza media de liceos emblemáticos, forjándose así el proyecto Curso de Educación Cívica “120 años de la Escuela de Derecho PUCV”.

4.6.2. Autonomía del territorio

La Municipalidad es la única institución donde la comuna elige a su representante y tiene como rol la administración comunal. Su presupuesto para el año 2017 fue de aproximadamente 66.348 millones de pesos.

El Gobierno Regional es el organismo encargado de la administración superior de la región, se le asignó un presupuesto para el año 2017 de 71.075 millones de pesos.

Los Programas Públicos de Inversiones Regionales (PROPIR) corresponden a la recopilación realizada por los servicios públicos con presencia regional, el cual para la región de Valparaíso corresponde aproximadamente a 2 billones de pesos. El presupuesto municipal corresponde al 3,31% de los gastos en PROPIR.

A pesar de estos avances, el presupuesto de todos los gobiernos regionales del país corresponde únicamente al 2% del presupuesto total de la nación para el 2019. Los gobiernos regionales en conjunto (incluyendo el de la Región Metropolitana) tienen un presupuesto de 1 billón 275 mil millones de pesos; de esos, el 84% proviene de ingresos propios, fondos de inversión regional y programas de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE), mientras que el otro 16% corresponde a un presupuesto que se va asignando a medida que transcurre el año bajo los criterios del gobierno central

4.6.3. Participación ciudadana

La comuna de Valparaíso a través de la Municipalidad cuenta con un eje de participación ciudadana como principio. A través de mecanismos de participación como las consultas ciudadanas y la construcción de políticas culturales y educativas se hace efectivo este principio.

Respecto a los niveles de participación ciudadana, un 31% de las personas habilitadas para sufragar participaron en la elección de Alcaldes y Concejales del 2016, mientras que un 42% para las elecciones Presidenciales del 2017

5. CONCLUSIONES

La existencia de desarrollo endógeno en la comuna de Valparaíso necesariamente debe partir por un mayor grado de autonomía en la inversión pública realizada en la zona. Antes de la creación de la ley que permite la elección de gobernadores, la única institución comunal que toma decisiones es la municipalidad, la cual cuenta con un presupuesto extremadamente bajo a comparación de la inversión pública total en el territorio. Es por ello, que, para generar un modelo de desarrollo endógeno, se debe partir por tomar las decisiones que afectan a los habitantes de la comuna por parte de los mismos habitantes y no casi completamente por un gobierno central.

La desactualización del Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO), no permite crear una visión objetiva de desarrollo de la comuna adaptada a las nuevas necesidades que tiene el territorio ni a la visión que los habitantes tienen de cómo debería ser la comuna. Esta herramienta con la que cuenta la comuna, debe utilizarse de forma participativa, vinculando a todos los actores sociales y habitantes del territorio de modo que se pueda crear un catastro social con las principales necesidades de los habitantes junto con la definición de los valores de modo que esta sea la raíz y el corazón de la política pública de la comuna. Al igual que el PLADECO, las políticas o estrategias regionales o comunales, deben plantearse desde la ciudadanía. Siguiendo esta línea, las políticas sociales y éticas, deben articularse a través del catastro social o cualquier instancia participativa que la comuna estime conveniente. De este modo se deben buscar soluciones en el corto plazo con los recursos existentes a problemáticas que actualmente tiene la comuna, como es el caso de la basura en la ciudad, malas jubilaciones, mal estado de las viviendas y el entorno, falta de trato igualitario de los habitantes y una baja movilidad social. Desde las instituciones que tienen impacto en la comuna, existen políticas que buscan disminuir los efectos de los problemas mencionados anteriormente, pero su efectividad aumentará si es de forma participativa con los afectados directos.

Para tener un modelo endógeno de desarrollo, la participación ciudadana debe ser de calidad. Es necesario superar los actuales cuórum de participación electoral e implementar educación política no solo en colegios, sino que en más generaciones para tener una comuna concientizada sobre el objetivo de desarrollo y los valores de la ciudad.

La vinculación con la ciudadanía también es un trabajo de las empresas que producen u ofrecen bienes y servicios en la comuna. Se destaca en esta materia el rol de ASIVA y la Cámara Regional de Comercio de Valparaíso, que poseen dentro de sus ejes estratégicos una mayor vinculación en responsabilidad social empresarial y medio ambiente. Sin embargo, este rol debe ser potenciado para tener efectos mucho mayores y reconocidos por los miembros de la comuna.

En términos económicos, la región posee bajos niveles de cooperación. Esto se ve a través de la baja cantidad y bajo crecimiento de cooperativas con el paso del tiempo. La base de la estrategia endógena, son modelos de economía social y solidaria y la cooperación entre empresas. A pesar de la cooperación generada por ASIVA y la Cámara Regional de Comercio de Valparaíso, es insuficiente para los niveles de cooperación que se espera en un modelo de desarrollo endógeno.

La estrategia regional de innovación, dejando de lado el hecho de que no es realizada con participación ciudadana, posee una lectura acertada bajo el punto de vista del desarrollo endógeno. Se busca solucionar problemas de la comuna en materia tecnológica como la mejora del capital humano capacitado para herramientas tecnológicas, la falta de infraestructura, innovación empresarial, entre otros.

En materia tecnológica para acercar a Valparaíso a un modelo de desarrollo endógeno, se debe realizar un análisis de brechas entre el propósito tecnológico, creado por la ciudadanía, y una mejora en la recopilación de datos de la comuna. Esta última, es una debilidad de la comuna y la región, que no posee prioridad en ningún nivel. El desarrollo Endógeno, necesita de datos sobre las variables económicas, sociales, éticas, políticas, tecnológicas y culturales que se encuentren agrupadas y de fácil acceso a la ciudadanía. Finalmente, Valparaíso como capital cultural del país, ha tenido la oportunidad de contar con diversas iniciativas culturales que fomentan el patrimonio, la integración y los valores. Lo anterior, se atribuye al ser una ciudad patrimonio de la humanidad. Por consiguiente, se debe explotar sus capacidades turísticas y las políticas deben ir dirigidas en conservar la ciudad, tanto en su arquitectura como en su entorno.

6. REFERENCIAS

- Alemán, A. (2006). Desarrollo territorial y desarrollo endógeno, *Economía Y Desarrollo*, 139(1), 113–124.
- Boisier, S. (1999). Desarrollo (Local): ¿De qué estamos hablando?
- Boisier, S. (2004). Desarrollo Endógeno: ¿ Para Qué ?, ¿ Para Quién ?, *Ponencia En El I Seminario Internacional “La Agenda Del Desarrollo En América Latina. Balance Y Perspectivas.”*
- Christaller, W. (1933). *Central Places in Southern Germany*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Corvalán, A. (2015). *Desafíos de Calado y Horizonte*. Valparaíso: Ediciones Universitarias de Valparaíso.
- Fernández, G. M. Q., & Nina, V. D. A. (2013). Políticas De Desarrollo En Los Procesos De Desarrollo Endógeno, *Development Policies for Endogenous Development Processes.*, 22, 151–187. Retrieved from
- Filippo, A. Di. (1998). La visión centro-periferia hoy. *Revista de La CEPAL*.
- Friedmann, J. (1966). *Regional development policy: a case study of Venezuela*. Cambridge, Mass, MIT Press.
- Fuentes, L., & Pezoa, M. (2017). Crecimiento urbano reciente del gran Valparaíso. ¿Hacia una reconfiguración com-fusa? *Revista 180*.
- Gobierno Regional Valparaíso (2012). *Estrategia Regional de Desarrollo – Región de Valparaíso 2020*.
- Harris, Z. (1954). Distributional Structure, *WORD*, 10:2-3, 146-162. DOI: 10.1080/00437956.1954.11659520
- Hirschmann, A. O. (1958). *The strategy of economic development*. New Haven: Yale University Press.
- Hoover, G. and Giarratani, F. (1984). *An Introduction to Regional Economics*. Knopf, New York. ISBN 9780394334134.
- Krugman, P. (1997). *Desarrollo, geografía y teoría económica*. Antoni Bosch Editor.
- Lucas, R. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics* 22, 3-42, North-Holland.
- Losch, A (1940). *Teoría económica espacial*.
- Mas Herras, M. J. (2005). *Desarrollo Endógeno, Cooperación y Competencia*. Caracas: Editorial Panapo de Venezuela.
- Myrdal, G. (1957). *Economic theory and under-developed regions*. London: G. Duckworth.
- North, D. (1955). Location Theory and Regional Economic Growth, *Journal of Political Economy*, vol. 63, 243.
- Orellana, A. (2017). Índice de Calidad de Vida Urbana 2017.
- Perroux, F. (1955). Note sur la notion de pôle de croissance, *Économie appliquée*(8), 307-320.
- Ranis, G., Luce, H. R., & Stewart, F. (2002). Crecimiento económico y desarrollo humano en América Latina, *Revista de La CEPAL*, 78.
- Romer, P. (1986). Increasing Returns and Long-Run Growth, *The Journal of Political Economy*, Vol. 94, No. 5, pp. 1002-1037.

- Rosenstein-Rodan, P.(1943). Problems of Industrialisation of Eastern and South-Eastern Europe, *The Economic Journal*, Vol. 53, No. 210/211, pp. 202-211.
- Solow, R. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 70, No.1, pp. 65-94.
- Tello, M. (2010). Del desarrollo económico nacional al desarrollo local: aspectos teóricos. *Cepal*, 51–67.
- Vázquez Barquero, A. (2000). Desarrollo endógeno y globalización, *EURE*, vol. XXVI, núm 79.
- Vázquez Barquero, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial, *Investigaciones Regionales*, 11, 183–210.
- Von Thunen, J. (1826). *Der Isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationaloekonomie*, Jena 1921. Vol. I (1826). Vol. II (1850).
- Weber, A. (1909). *Über den Standort der Industrien*.
- Zipf, G.K. (1941). *National unity and disunity. The nation as a bio-social organism*. Bloomington (IN): Princeton Press.

VALORACIÓN DE EMPRESA MEDIANTE OPCIONES REALES- EL CASO DE UNA EMPRESA RETAIL CHILENO

VALUATION OF THE COMPANY BY REAL OPTIONS - THE CASE OF A RETAIL CHILEAN COMPANY

Mauricio Gutiérrez Urzúa

Académico Depto. Economía y Finanzas
Facultad de Ciencias Empresariales
Universidad del Bío Bío
E-mail: mauricio.g@ubiobio.cl

Niksa Sáez Venegas

Magister (c) en Gestión de empresas
Universidad del Bío Bío
E-mail: niksasaez@gmail.com

Resumen

Valorar una empresa representa gran un desafío ya que es necesario incorporar los diversos factores de riesgo para determinar su valor justo. Basado en aquello, en este estudio determinamos el valor de una empresa del sector retail latinoamericano mediante la aplicación de la metodología de opciones reales. Las opciones aportan flexibilidad en la evaluación del riesgo financiero, ya que se ajusta a escenarios inciertos.

Palabras claves: Valor, opciones, riesgo, valoración, opciones reales

Clasificación JEL: G31 G32

Abstract

Valuing a company represents a great challenge since it is necessary to incorporate the various risk factors to determine its fair value. Based on that, in this research we determine the value of a company in the Latin American retail field through the application of the real options methodology. The options consider the contribution of flexibility in the evaluation, so it is adjusted to uncertain scenarios.

Keywords: Value, options, risk, valuation, real options

Clasificación JEL: G31 G32

1. INTRODUCCION

Valorar una empresa es un tema que genera controversias, ya que se ven involucrados una serie de variables tanto exógenas y endógenas, tangibles e intangibles, controladas y no controladas, conocidas y desconocidas.

Sí estas variables no son consideradas, o son erróneamente definidos arrojarán resultados lejanos a la realidad cuantía de la empresa. Por lo general los métodos tradicionales dejan fuera algunos de estos factores, que pueden ser primordial. Dado esto, la posibilidad de complementar los métodos actuales se hace necesaria, y ante esto incorporar el riesgo y la incertidumbre como un factor intrínseco en la vida de una empresa.

El artículo que sustenta esta investigación, contará con la metodología de DCF, y las opciones reales, arrojando resultados los cuales serán analizados. Para realizar este estudio se debe conocer el macro entorno y el micro entorno de la empresa. Con este análisis se puede explicar los motivos que afectan a los precios de las acciones y que tan diferente son los precios obtenidos con las distintas metodologías incluido el DCF, y principalmente conocer cómo se aplica este modelo a una empresa del sector retail latinoamericano, teniendo en cuenta que este estudio se puede generalizar.

Inicialmente, presentaremos un resumen de los principales métodos de valoración de empresas, incorporando la valoración a través de opciones reales. Posteriormente aplicaremos la metodología tradicional a la valoración de una empresa y compararemos sus resultados con la metodología propuesta en este artículo y así obtener las conclusiones fundamentales.

2. DESARROLLO

Según Fernández, P (2012). “Una valoración sirve para muy distintos propósitos: operaciones de compra-venta, valoraciones de empresas cotizadas en bolsa, salidas a bolsa, herencias y testamentos, sistemas de remuneración basados en creación de valor, identificación y jerarquización de los impulsores de valor (*value drivers*), decisiones estratégicas sobre la continuidad de la empresa, planificación estratégica, procesos de arbitraje y pleitos”.

En base a lo anterior, radica la importancia de valorar una empresa. Sin embargo, antes de comenzar con la valoración, se deben considerar distintos aspectos fundamentales, como son, los objetivos que se persiguen con esta valoración, en qué momento se está valorando, que disponibilidad de información se tiene de la empresa y cuáles son los posibles métodos a utilizar. Teniendo en cuenta esos antecedentes, se debe escoger el método adecuado para estimar dicho valor. Existen ciertas metodologías que son generalmente aceptadas, dentro de las más usadas son las basadas en valores contables, múltiplos y descuentos de flujos. A continuación se explican superficialmente los métodos más usados.

2.1. Métodos de valoración de empresas

2.1.1. Modelos basados en múltiplos

Santandreu & Torres, (2012) señalan que los múltiplos consisten en multiplicar algún parámetro de la compañía, como puede ser el beneficio, las ventas o el número de clientes, por un determinado valor (n). Esta (n) suele determinarse a partir de buscar relaciones entre el valor de compañías similares (mismo sector, tamaño, etc.) y el parámetro sobre el cual se aplicará el múltiplo. A diferencia de los anteriores, estos métodos se basan en la cuenta de resultados de la empresa.

2.2. Modelos basados en el balance

Estos métodos utilizan como materia prima la información contenida en el estado de situación financiera de la empresa. Tratan principalmente de determinar el valor de la empresa mediante la estimación del valor del patrimonio. Impidiendo de esta manera incorporar flexibilidad y tampoco tienen en cuenta un posible evolución futura, ni mucho menos toman en consideración factores que no son reflejados en el estado de situación. Los más utilizados son:

2.3. Métodos basados en el descuento de flujos

El método de valoración de la empresa por flujo de caja descontado (DCF, en inglés) se basa en la idea de que la empresa genera flujos y que su valor económico es igual a la cantidad de flujos de caja futuro que la empresa tiene capacidad de generar.

Este método es uno de los más utilizados, ya que sirve como base para otros métodos de valoración como en el caso de la valoración por opciones.

La metodología toma en consideración un horizonte de tiempo determinado, que luego se descuenta a una determinada tasa, la cual es generalmente el costo del capital, que refleja tanto el valor del dinero en términos de tiempo como el grado de riesgo de esos flujos de fondos, para finalmente obtener el valor presente. Estos flujos se evalúan a un mayor valor de horizonte para determinar la perpetuidad del crecimiento de los flujos.

En base a esto, la tasa de descuento utilizada crea un rol crucial a la hora de obtener el valor de la empresa, ya que esta determinaría la sensibilidad de la valoración. En definitiva el DCF, predice una corriente de flujos de fondos que pueden entrar o salir durante la vida probable de la empresa. En otras palabras, se trata de traer a valor presente los flujos de caja y esto se hace mediante la aplicación del valor actual de los flujos.

Denominamos Valor actual al valor actual de los flujos de fondos futuros:

$$VA = FF_1(1+i)^{-1} + FF_1(1+i)^{-2} + \dots + FF_n(1+i)^{-n} = FF_t(1+i)^{-t} \quad \text{Ec. (1)}$$

Donde i es la tasa de descuento acorde con el riesgo de la inversión, o costo de oportunidad del capital, y n es la cantidad de flujos de fondos. Por su parte, el VAN es la suma de los flujos de fondos descontados de la empresa, incluyendo el costo de la inversión. Podemos diferenciar dos componentes dentro del VAN: por un lado, la inversión inicial, que va a ser negativa; por el otro, los flujos de fondos futuros (FFt).

El VAN queda definido como:

$$\text{Inversión} + VA \quad \text{Ec. (2)}$$

$$VAN = -\text{Inversión} + FF_1(1+i)^{-1} + FF_1(1+i)^{-2} + \dots + FF_n(1+i)^{-n} = FF_t(1+i)^{-t} \quad \text{Ec. (3)}$$

En el año n se asume un crecimiento constante a perpetuidad y se obtiene un flujo al cual se denomina flujo perpetuo o valor residual.

El flujo perpetuo queda definido como:

$$\text{Flujo perpetuo} = \frac{\text{Promedio Flujos}}{(K_c - \text{Tasa de crecimiento})} \quad \text{Ec. (4)}$$

2.4. Limitaciones de modelos tradicionales

Los métodos de valoración que utilizan información contable, se ven enfrentados a una serie de problemas los cuales según Martin y Petty (2001), son:

Los beneficios contables no son iguales al flujo de efectivo

- Los datos contables hacen referencia al pasados
- Los datos contables no reflejan el riesgo
- Los datos contables no incluyen el costo de oportunidad del capital
- Las prácticas contables difieren de una empresa a otra

- Los datos contables no consideran el factor tiempo del dinero

Por otra parte, las valoraciones que consideran únicamente los flujos de caja futuros, subestiman el valor de las empresas al no considerar aspectos como la realización de un proyecto de inversión que supone la adquisición de oportunidad de crecimiento futuro en mercados y/o productos relacionados.

Como señalan Grinblatt, Titman y Wermers (1995), “Las nuevas oportunidades que se le presentan a la empresa son a menudo fruto de la información y de relaciones desarrolladas en el curso de los proyectos de inversión adoptados en el pasado. Por ello, las empresas deberían evaluar un proyecto de inversión teniendo en cuenta no sólo los flujos de caja directos que él mismo produce, sino también su potencial para generar información relevante y para desarrollar relaciones valiosas”.

Según Andalaft y Gallardo (2008) “El modelo tradicional de valoración del valor actual neto (VAN), tiene como limitante no incorporar la flexibilidad en la creación de valor económico del proyecto de inversión, ya que todo proyecto se gestiona en base a los acontecimientos que se van presentando. Esta posibilidad de inversión ante un desarrollo concreto se denomina flexibilidad operativa. Para lograr conocer este valor, por lo general se utilizan técnicas de valoración que incorporan escenarios futuros basados en probabilidades”.

2.5. Las Opciones financieras

Una opción ofrece a su propietario el derecho, pero no la obligación, a realizar una operación determinada durante un periodo de tiempo prefijado.

Principales definiciones:

- El activo sobre el cual se extiende este derecho se denomina *activo subyacente*.
- El precio de compra o de venta que da derecho a adquirir o vender el activo, durante el periodo en que la opción este vigente se le denomina de *precio de ejercicio* o (*strike Price*, en inglés).
- El costo del derecho de opción recibe el nombre de *prima* o (*Premium*, en inglés).
- La fecha en la que termina el derecho de opción recibe el nombre de *fecha de vencimiento* o (*expiration date*, en inglés).
- La opción que da derecho a comprar un activo se le denomina *opción de compra* (*call option*, en inglés).
- La opción que da derecho a vender un activo recibe el nombre de *opción de venta* (*put option*, en inglés).
- En cuanto al momento en que se pueden ejercer las opciones, estas se diferencian en *européas* si se ejercen sólo en la fecha de vencimiento o *americanas*, si se pueden ejercer en cualquier momento desde su contratación hasta la fecha de vencimiento.
- Las opciones cuyo activo subyacente es un activo financiero se *denominan opciones financieras*, y por otro lado, cuando se trata de un activo real recibe el nombre de *opciones reales*.

El valor de ambos tipos de opciones es función de seis variables las cuales, según Mascareñas (2014) son:

- a) El precio del activo subyacente (S): En la opción financiera indica el precio actual del activo financiero subyacente; mientras que en la opción real indica el valor actual del activo real subyacente, es decir, el valor actual de los flujos de caja que se espera genere dicho activo a lo largo de su vida futura. En el caso de la opción financiera lo normal es conocer con certeza el precio del activo financiero subyacente, mientras que en el caso de las opciones reales muchas veces el valor actual del activo real subyacente sólo se conoce de forma aproximada.
- b) El precio de ejercicio (K): En la opción financiera indica el precio al que el propietario de la opción puede ejercerla, es decir, el precio que debe pagar para comprar el activo financiero subyacente (call), o el precio que le pagarán por venderlo (put). En la opción real, indica el precio a pagar por hacerse con el activo real subyacente, es decir, con sus flujos de caja (por ejemplo, en un proyecto de inversión, será el desembolso inicial); o el precio al que el propietario del activo subyacente tiene derecho a venderlo, si la opción es de venta.
- c) El tiempo hasta el vencimiento (t): Tiempo de que dispone su propietario para poder ejercer la opción.
- d) El riesgo o volatilidad (σ): Varianza, o desviación típica, de los rendimientos del activo subyacente. Indica la volatilidad del activo subyacente cuyo precio medio es S pero que oscilará en el futuro. Desde el punto de vista de las opciones reales, la volatilidad nos indica cuán equivocadas pueden estar nuestras estimaciones acerca del valor del activo subyacente. Cuanto más incertidumbre exista acerca de su valor, mayor será el beneficio que obtendremos de la captación de información (de aprender, en una palabra) antes de decidirnos a realizar, o no, el proyecto de inversión.
- e) El tipo de interés sin riesgo (rf). Refleja el valor temporal del dinero.
- f) Los dividendos (D): Dinero líquido generado por el activo subyacente durante el tiempo que el propietario de la opción la posee y no la ejerce. Si la opción es de compra, este dinero lo pierde el propietario de la opción (porque si hablamos de una opción de compra de acciones, mientras ésta no se ejerza su propietario no será accionista y, por tanto, no tendrá derecho a los dividendos). En el caso de las opciones reales de compra, es el dinero que genera el activo subyacente (o al que se renuncia) mientras el propietario de aquélla no la ejerza.

2.5.1. Opciones Call y Put

Una opción de compra Call otorga el derecho, pero no una obligación, a comprar un activo en algún momento en el futuro a precios acordados hoy, por otro lado una opción de venta Put otorga el derecho, pero no la obligación, de vender un activo en algún momento en el futuro, a precios acordados hoy. Al costo del derecho se le denomina prima. El dueño de una opción call ejercerá su derecho, si el precio del activo subyacente (S), es mayor que el precio de ejercicio (K). Por el contrario, si el precio (S) es menor al precio del ejercicio (K),

entonces el dueño de la call no hará uso de su derecho. En este caso al dueño de la call le resultaría más favorable conseguir el activo directamente en el mercado.

$$Call = \text{Max}(S - K ; 0) \quad \text{Ec. (5)}$$

El dueño de la put, ejercerá su derecho de vender la acción cuando el precio del activo subyacente (S), sea menor al precio de ejercicio (K). Por el contrario, si el precio (S) es mayor al precio (K), entonces el dueño de la put no ejercerá su derecho. En este caso al dueño de la put le resultaría más favorable vender el activo directamente en el mercado.

$$Put = \text{Max}(K - S ; 0) \quad \text{Ec. (6)}$$

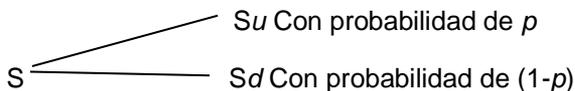
2.5.2. Métodos de valoración de opciones financieras

a) Método Binomial

Propuesto por Cox, Ross y Rubinstein en 1979. Es un método en tiempo discreto que considera que la evolución del precio del activo subyacente varía según el proceso binomial multiplicativo; es decir, sólo puede tomar dos valores posibles, uno al alza y otro a la baja, con probabilidades asociadas p y $(1-p)$. De esta forma, al extender esta distribución de probabilidades a lo largo de un número determinado de períodos se consigue determinar el valor teórico de una opción según Cox, Ross & Rubinstein, (1979). El modelo binomial, parte del cumplimiento de las siguientes hipótesis:

- Eficiencia y profundidad de los mercados.
- Ausencia de costes de transacción.
- Es posible comprar y vender en descubierto, sin límite.
- Los activos son perfectamente divisibles.
- Se puede prestar y tomar prestado al mismo tipo de interés.
- Todas las transacciones se pueden realizar de forma simultánea.
- El precio del activo subyacente evoluciona según un proceso binomial multiplicativo.

La última hipótesis se explica de la siguiente manera, si S es el precio del activo subyacente en el momento presente, en un periodo de evolución del mismo será:



b) Modelo de Black-Scholes

Publicado en 1973, es un modelo de matemática financiera, basado en la teoría de los procesos estocásticos. El modelo, le debe su nombre a los dos matemáticos que la desarrollaron Fisher Black y Myron Scholes. En el mismo año Robert C. Merton en una publicación, en la que generalizó la fórmula. Después de Black y Scholes hubo una contribución importante en 1977, publicada por Richard Roll. Este modelo parte de las siguientes hipótesis:

- Mercado financiero perfecto, en el sentido de que los inversores pueden pedir prestados los recursos monetarios que necesiten, sin limitación alguna, a la vez que prestar sus excedentes de liquidez al mismo tipo de interés sin riesgo (r_f), que es conocido y considerado constante en el período estimado.
- No existen comisiones ni costos de transacción ni de información.
- Ausencia de impuestos, y si existen, gravarían por igual a todos los inversores.
- La acción o activo subyacente no paga dividendos ni cualquier otro tipo de reparto de beneficios durante el período considerado.
- La opción es de tipo europeo, sólo puede ejercerse a su expiración.
- Son posibles las “ventas al descubierto” del activo subyacente, es decir, ventas sin poseer el activo.
- La negociación en los mercados es continua.
- El precio del subyacente (S) realiza un recorrido aleatorio con varianza (σ^2) proporcional al cuadrado de dicho precio.

Según Villamil (2006) el supuesto más importante de Black y Scholes es que el comportamiento del precio de un activo sigue un movimiento browniano geométrico (mbg). Para entenderlo es preciso conocer las propiedades del llamado movimiento browniano o proceso Gauss-Wiener estándar.

Se dice que el proceso estocástico $\{W_t, t \geq 0\}$ con respecto a la filtración \mathfrak{F}_t es un proceso Gauss- Wiener si cumple:

- $W_0 = 0$ con probabilidad uno
- $\{W_t - W_s\} \sim N(0, t - s)$
- Las variables aleatorias $\{W_t - W_s\}$ y $\{W_u - W_\mu\}$ son i.i. d $\forall s \leq t \leq \mu \leq u$ (incrementos independientes)
- $\{W_{t+s} - W_s\}^d = W_t$ (incrementos estacionarios)
- Las trayectorias de W_t son continuas con probabilidad uno.

La varianza de la rentabilidad del activo subyacente es constante por unidad de tiempo del periodo y la distribución de probabilidad de los precios es logarítmico – normal. Según este modelo, el valor teórico de una opción de compra se determina por la siguiente fórmula de Black & Scholes (1973):

$$C = SN(d_1) - Ee^{rft}N(d_2) \quad \text{Ec. (7)}$$

Dónde:

$$d_1 = \frac{\ln\left(\frac{S}{E}\right) + \left(r + \frac{\sigma^2}{2}\right)t}{\sigma\sqrt{t}} \quad \text{Ec. (8)}$$

$$d_2 = d_1 - \sigma\sqrt{t} \quad \text{Ec. (9)}$$

Siendo:

C= Precio de la acción call

S= Precio del activo subyacente

E= Precio del ejercicio

r= Tasa de interés en tiempo continuo: $r=1n(1+rp)$

t= tiempo hasta la expiración de la opción expresado en años

σ = Volatilidad del precio del subyacente (medida por la desviación estándar actualizada)

N(i)= Valores de la función de distribución normal estandarizada para i

Y el valor teórico de una opción de venta (P), viene dado por la fórmula:

$$P = Ee^{rft} N(-d_2) - SN(-d_1) \quad \text{Ec. (10)}$$

c) Modelo de Simulación de Montecarlo

La simulación de Montecarlo, es un método estadístico que implica la selección aleatoria de un resultado para cada variable de interés. Mediante la combinación de estos resultados con cantidades fijas y su respectivo computo, se obtiene una corrida en términos de la respuesta deseada. Esta operación se hace reiteradamente hasta conseguir las corridas suficientes para lograr una aproximación cercana a la media, varianza y a la forma de distribución, la clave principal de la simulación de Montecarlo es que los resultados de todas las variables de interés sean seleccionados aleatoriamente según Rose (1998) y Trigeorgis (1999).

La invención de este método se les asigna a Stanislaw Ulam y a John von Neumann, a mediados de los 40 en un laboratorio, cuando investigaban el movimiento aleatorio de los neutrones. En la actualidad es posible encontrar modelos que hacen uso de la simulación de Montecarlo en diversas áreas, como la economía, empresarial, industrial y/o social, entre otras. La simulación de Montecarlo está presente en todos aquellos ámbitos en los que el comportamiento aleatorio o probabilístico desempeña papel fundamental para encontrar los resultados deseados.

Según Garcia y Romero (2009), la simulación para resolver problemas de opciones reales, se basa en la simulación de miles de trayectorias de trayectorias que el valor del activo subyacente puede tomar durante la vida de la opción, dados los límites del cono de incertidumbre definido por la volatilidad del valor del activo.

Parámetros de entrada requeridos para la simulación:

- Valor Actual del Activo Subyacente (S_0)

- Volatilidad del Valor del Activo (σ)
- Precio de Ejercicio (X)
- Vida de la Opción (T)
- Tasa Libre de Riesgo correspondiente a la vida de la opción (r)
- Incremento de tiempo a ser considerado en cada paso (δt)

El valor del activo subyacente se obtiene con el flujo de caja descontado, la volatilidad se refiere a la variabilidad. En la simulación la vida de las opciones es dividida por un número determinado de periodos y miles de simulaciones se llevan a cabo para obtener el valor del activo en cada paso de la simulación. En el tiempo 0, cada simulación comenzara con el valor esperado del activo subyacente, en el siguiente paso el valor del activo, que puede aumentar o disminuir es calculado usando la siguiente ecuación:

$$S_T = S_{t-1} + S_{t-1}(r\delta t + \sigma\varepsilon\sqrt{\delta t}) \quad \text{Ec. (11)}$$

Donde:

S_T y S_{T-1} = Valor del activo subyacente en el período t y t-1

σ = Volatilidad del valor del activo subyacente.

ε = Valor simulado obtenido de una distribución normal estándar con media cero y varianza uno.

El valor del activo subyacente se calcula nuevamente utilizando la misma ecuación. De esta forma se calcula el valor del activo para cada periodo hasta el fin de la vida de la opción. La regla de decisión se aplica entonces comparando el valor final del activo con el precio de ejercicio. La simulación puede ser usada fácilmente para opciones europeas, donde hay una fecha de ejercicio fija, la vida de la opción puede ser dividida en un número determinado de períodos y simular la evolución del valor del activo para cada período.

2.6. Las acciones ordinarias como opciones

Las acciones ordinarias pueden ser vistas como opciones de compra, para ello Mascareñas (2014) realiza el siguiente análisis, los accionistas con responsabilidad limitada son los propietarios legítimos del activo de la empresa. Sin embargo, cuando esta está endeudada se debe enfocar en saldar ese compromiso y sólo después de eso repartir el sobrante entre los accionistas. Por tanto, el valor de las acciones (E), con relación al valor que tomará la empresa (V) en la fecha de amortización de las deudas (D), sería el siguiente:

$$\text{Si } V > D \rightarrow E = V - D$$

En caso de no ser posible saldar la deuda, la empresa deberá responder incluso con su activo, esto implica que mientras no se responda a los acreedores, estos son dueños de ese activo. En este caso se tiene que:

$$\text{Si } V \leq D \rightarrow E = 0$$

Por otro lado, se puede hacer un análisis con las opciones, si una compra C , sobre un activo subyacente S , con un precio de ejercicio K , se puede representar de la siguiente forma:

$$\text{Si } S > K \rightarrow C = S - K$$

$$\text{Si } S \leq K \rightarrow C = 0$$

Como se menciona anteriormente, si el precio del activo subyacente es mayor que el precio de ejercicio, la opción de compra se ejercerá. De caso contrario, la opción no se ejercerá. Finalmente es posible afirmar que las acciones vienen a ser opciones de compra sobre los activos de la compañía, opciones que poseen los accionistas y que se las han vedado los acreedores. Una vez que el inversor ha adquirido una acción ordinaria pagando su precio de mercado (prima de la opción), puede ganar una cantidad, o perder como máximo el precio pagado por la acción, eso producto de su responsabilidad limitada. Se puede contemplar que a la acción ordinaria como una opción de compra sobre el activo de la compañía, que ha sido emitida por los acreedores, siendo su precio de ejercicio el valor nominal de la deuda, más el cupón a pagar en la fecha de amortización y siendo esta última la fecha de ejercicio.

2.7. Opciones reales

A partir de los trabajos publicados por Black y Sholes (1973) y por Merton (1973), en materia de valuación de opciones, junto con las falencias en la toma de decisiones por medio del VAN, surgieron nuevas teorías para valorar empresas y proyectos de inversión.

La valoración de una empresa o de un proyecto que proporciona algún tipo de flexibilidad futura -opciones reales- no puede realizarse correctamente con las técnicas tradicionales de actualización de flujos futuros (VAN o TIR). Una opción real está presente en un proyecto de inversión cuando existe alguna posibilidad futura de actuación al conocerse la resolución de alguna incertidumbre actual (Fernández, 2001).

La teoría de opciones reales nace como complemento del VAN, en donde la metodología de valoración es la misma que para la valoración de opciones financieras. La característica principal de las opciones reales a diferencia del VAN, es que incorpora la flexibilidad de un proyecto o empresa. Las opciones reales permiten añadir valor a la empresa, al aumentar las ganancias o reducir las pérdidas. A menudo no se utiliza el término opción para hacer referencia a estas oportunidades, más bien se hace referencia a ellas como intangibles, pero cuando se quiere valorar una empresa o evaluar una propuesta de inversión, estas opciones intangibles son una clave fundamental.

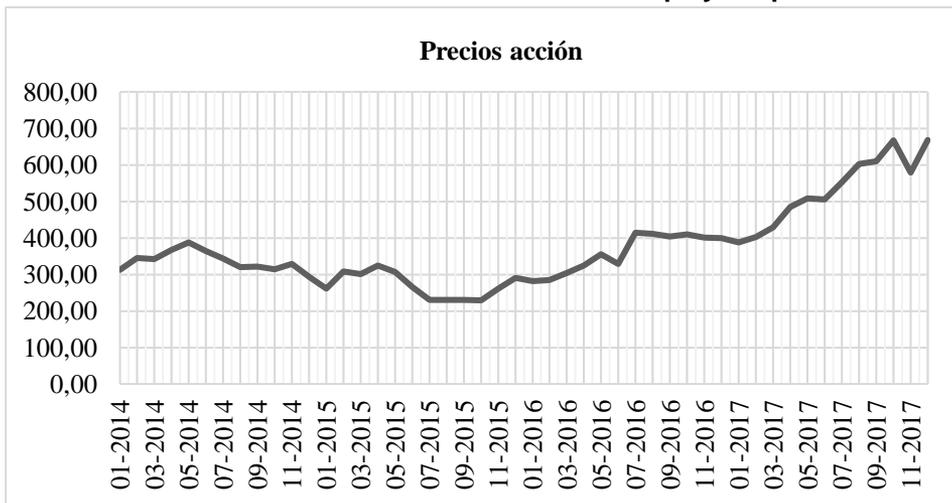
Finalmente, según Dixit y Pindyck, (1994), el enfoque de las opciones reales es la extensión de la Teoría de Opciones Financieras a opciones en activos reales (no financieros) que permiten modificar un proyecto con la intención de incrementar su valor.

3. APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA A UNA EMPRESA DEL SECTOR RETAIL CHILENO

3.1. La empresa

Ripley Corp S.A. concentra sus actividades en Chile y Perú. Su principal negocio es la venta al detalle de vestuario, accesorios y productos para el hogar, todo esto a través de distintos formatos de tiendas por departamentos y canal online, por otro lado tiene un negocio financiero, manejado por Banco Ripley. Además, Ripley participa en la propiedad de centros comerciales en Chile y Perú, actualmente administra 75 tiendas con una superficie total de más de 480 mil metros cuadrados de venta.

Gráfico 1. Precios de las acciones de Ripley Corp



Fuente: Elaboración propia

Tabla 1. Datos Históricos de la empresa

	Rent. Ripley	Rent. IGPA
Promedio	0,37%	7,92%
Desv. Est	36,08%	16,92%
Varianza	13,02%	2,86%

Fuente: Elaboración Propia

3.2. Valoración de la empresa mediante flujos de caja descontados

Preliminarmente a la proyección de los flujos se determina la tasa a la que estos son descontados, la tasa debe representar la estructura financiera de la empresa y su desempeño futuro en el horizonte al que se proyecta. Posterior a eso, se establecerá la tasa de crecimiento en base a la información obtenida del mercado o de las memorias de la empresa, para finalmente realizar la proyección y su posterior descuento.

3.2.1. Costo capital o tasa de descuento (Kc)

La tasa de interés de descuento que se utilizará es el WACC (Weighted Average Cost of Capital), que en nuestro caso le llamaremos Kc, el cual es costo promedio ponderado del capital, el cual surge como combinación del costo del capital propio y de la deuda, ponderado por sus proporciones en la empresa, según la fórmula:

$$Kc = Kp \frac{P}{P+D} + Kd (1 - t) \frac{D}{P+D} \quad \text{Ec. (12)}$$

Dónde:

P: Patrimonio de la empresa

D: Deuda de la empresa

Kp: Rentabilidad exigida por los accionistas

Kd: Rentabilidad exigida a la deuda

t: Tasa de impuesto

Al reemplazar se obtiene lo siguiente:

$$Kc = 0,1499 * (0,48212622327) + 0,0330 * (1 - 0,0964) * (0,517874) = 8,$$

$$Kc = 8,77\%$$

a) Relación entre patrimonio y deuda

Para determinar esta relación, se considera como patrimonio el producto entre el número de acciones y el precio de la acción de Ripley Corp al último día del año 2017.

Tabla 2. Deuda/patrimonio

Número de acciones	1.936.052.298,000000000000
Precio al 29/12/2017	668,260000000000
Patrimonio (P)	1.293.786.308.661,000000000000
Deuda (D)	1.389.714.912.000,000000000000
P / P+D	0,48212622327
D/ P+D	0,51787377672

Fuente: Elaboración Propia

b) Tasa de Impuesto (t)

Para determinar la tasa de impuesto, se obtiene una relación entre el monto de impuesto efectivamente pagado por la empresa, determinado en base a la norma tributaria de cada

país y la ganancia (perdida) antes de impuestos, la cual es determinada en base a contabilidad financiera, según NIIF. En base a lo anterior se obtiene una tasa de impuesto (t) del 9,64%

- **Tasa libre de riesgo (RF)**

Para determinar esta tasa se han considerado los bonos del Banco Central de Chile. Se usaron para este caso a 10 años, ya que los 10 años del bono cubren el horizonte de valuación que se requerirá para esta valoración. El periodo comprendido a considerar será desde el año 2013 al 2017, los valores son mensuales, teniendo un total de 60 datos. El promedio de estos 60 datos es de 4,64%.

- **Premio por riesgo de mercado (ERP)**

El premio por riesgo de mercado (Equity Risk Premium), en este caso fue obtenido mediante los datos estadísticos del sitio web Aswath Damodaran. El cual para Chile es de 5,78%.

- **Estimación Beta o Riesgo no diversificable ($\beta_{p.cd}$)**

Para determinar el beta, se utilizó el IGPA, ocupando la rentabilidad entre los años 2006 y 2017, utilizando una regresión.

Como se puede apreciar en el siguiente cuadro, el coeficiente de determinación R^2 es de 70,52%, lo que indica que la rentabilidad de la acción de Ripley Corp está altamente representada por la rentabilidad del IGPA, por otro lado, el beta es de 1,79, lo que indica que la rentabilidad de Ripley es un 79% más riesgosa que el mercado. Este beta calculado incorpora el riesgo financiero.

Tabla 3. Resumen de la regresión para el cálculo del beta

Coeficiente de determinación R^2	70,52%
R^2 ajustado	70,50%
Observaciones	2742
Beta	1,79

Fuente: Elaboración propia

- **Rentabilidad exigida por los accionistas (K_p)**

A continuación, la determinación de la rentabilidad exigida por los accionistas, de acuerdo al modelo CAPM está dada por:

$$K_p = R_f + (E(R_m) - R_f) * B_p * cd \quad \text{Ec. (13)}$$

Donde:

$$K_p = 0,0464 + (0,0578 * 1,79) \quad \text{Ec. (14)}$$

$$K_p = 14,99\%$$

- **Rentabilidad exigida a la deuda (Kd)**

Para determinar la tasa de la deuda se calcula de manera detallada la tasa promedio de las deudas de Ripley, en base a la ponderación de las distintas deudas y sus respectivas tasas. Preliminarmente y utilizando la ecuación de Irving Fisher se realizó una conversión de las tasas en moneda extranjera (USD, PEN) y tasas en unidades de fomento (UF) a peso chileno (CLP), para esto se determinó la variación anual de las distintas monedas, que en este caso son, -7,80% para el Dólar y -4,53% para el Nuevo Sol Peruano.

Para el caso de la UF, se consideró la tasa de inflación la que es 2,30%. Los resultados arrojan lo siguiente:

Tabla 4. Resumen de la determinación de Kd

Deuda	1.389.714.912.000
Tasa de interés	3,30%
Duración	2,962746
Deuda futura	1.530.035.081.976

Fuente: Elaboración propia

En consecuencia, Kd es de 3,30%

3.2.2. Tasa de Crecimiento

Esta tasa es en base a las variaciones del indicador IVCM (Índice de Ventas del Comercio Minorista), en este caso el promedio es de 6,98%.

Tabla 5. Resumen del IVCM (En miles de pesos chilenos - M\$)

Año	Ventas	Variación
2005	82,2	
2006	87,6	6,47%
2007	94,3	7,75%
2008	99,4	5,34%
2009	100,0	0,62%
2010	117,4	17,43%
2011	131,2	11,76%
2012	142,7	8,70%
2013	156,7	9,82%
2014	160,5	2,45%
2015	164,5	2,49%
2016	171,0	3,96%
	Promedio	6,98%

Fuente: Elaboración propia

3.2.3. Proyecciones

Una vez obtenida toda la información a utilizar, se realiza la proyección y los resultados obtenidos son los siguientes:

a) Flujo perpetuo

El flujo perpetuo reemplazando los datos ya obtenidos es el siguiente:

$$\text{Flujo perpetuo (M\$)}: \frac{\text{Promedio Flujos}}{(\text{Kc} - \text{Tasa de crecimiento})}$$

Flujo perpetuo (M\$): 6.707.057.749

b) Flujos proyectados

Para proyectar los flujos se debe determinar en primer lugar la tasa de crecimiento. Posteriormente a eso se proyectan los flujos tomando como base el año 2017, hasta llegar al año 2027, ya para el año 2028 en adelante corresponden los flujos perpetuos (Ver Anexo N°1). Del flujo se puede desprender el siguiente cuadro:

Tabla 6. Resultados de los flujos de caja proyectados

Nº Acciones	1.936.052.298
Tasa de crecimiento	6,98%
Tasa de descuento	8,77%
Flujo Perpetuo	\$ 6.707.057.749.020
VALOR ACTIVOS	\$ 3.270.156.541.121
DEUDA	\$1.389.714.912.000
PATRIMONIO	\$ 1.880.441.629.121
PRECIO ACCIÓN	\$ 971

Fuente: Elaboración propia

3.3. Valoración por opciones

Previo al desarrollo de estos tres métodos, es necesario determinar la variabilidad de los activos, a continuación se detalla lo realizado.

3.3.1. Varianza

En este caso se usará como varianza, la varianza obtenida a partir de los datos del indicador IVCM, que en este caso es un 0,22%. Lo que se puede apreciar a continuación:

Tabla 7. Resumen del IVCM (En miles de pesos chilenos - M\$)

Año	Ventas	Variación
2005	82,2	
2006	87,6	6,47%
2007	94,3	7,75%
2008	99,4	5,34%
2009	100,0	0,62%
2010	117,4	17,43%
2011	131,2	11,76%
2012	142,7	8,70%
2013	156,7	9,82%
2014	160,5	2,45%
2015	164,5	2,49%
2016	171,0	3,96%
Promedio		6,98%
Varianza		0,22%
Desviación		4,64%

Fuente: Elaboración propia

3.3.2. Modelo Binomial

Los siguientes son los datos que se ocupan en la valoración por opciones con el Modelo Binomial:

Tabla 8. Datos de ingreso para el modelo binomial

Valor Activo (S)	\$	3.270.156.541.121
Precio Ejercicio (K)	\$	1.530.035.081.976
Tiempo en meses (T)		35,552952
Varianza		0,22%
Tasa Libre de Riesgo (Rf)		4,64%

Fuente: Elaboración propia

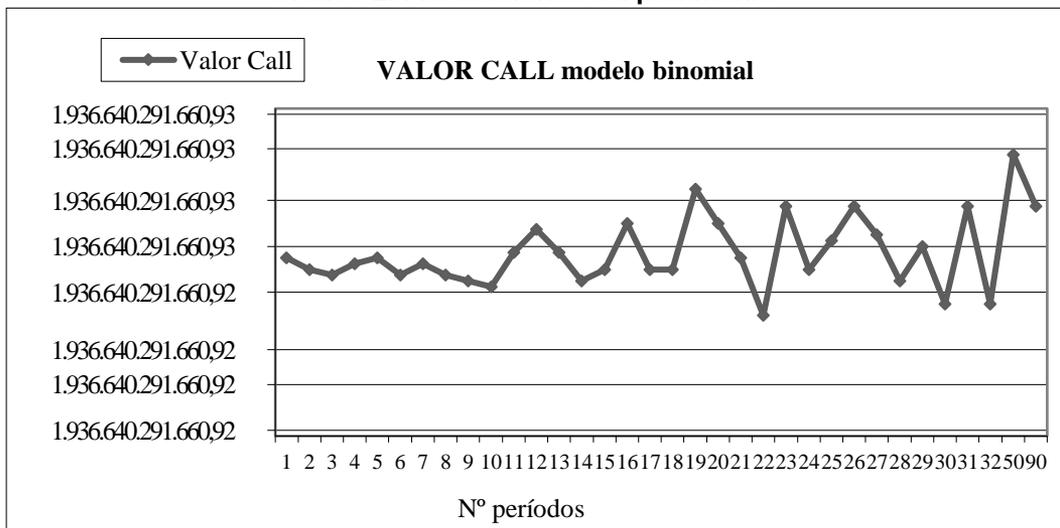
Al aplicar el Modelo Binomial con 90 iteraciones, se obtienen los siguientes resultados:

Figura 1. Resultados obtenidos usando modelo binomial

VALOR EMPRESA (Kc) \$ 3.270.156.541.121	PATRIMONIO (Kp) \$ 1.936.640.291.661
	DEUDA (Kd) \$ 1.333.516.249.460
VALOR ACCIÓN:	\$ 1.000

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2. Fluctuaciones del patrimonio



Fuente: Elaboración propia

3.3.3. Modelo Black-Scholes

Para el estimar con este método se recurre a la siguiente formula:

$$C_o = S \times (d_i) - E \times N(d_z) \times e^{-rft}$$

Ec. (15)

En donde:

- C_o: Valor del patrimonio estimado
- S: Valor de los activos proyectados al 31 de Diciembre de 2017
- E: Deuda de Ripley Corp al 31 de Diciembre de 2017
- (d): Distribución

t : Tiempo ponderado de vencimiento de la deuda que posee Ripley
 r_f : Tasa libre de riesgo

Los siguientes son los datos que se ocupan en la valoración por opciones con el Modelo Black-Scholes:

Tabla 9. Datos de ingreso para el modelo Black-Sholes

Valor Activo (S)	\$	3.270.156.541.121
Precio Ejercicio (K)	\$	1.530.035.081.976
Tiempo en años (T)		2,962746
Varianza		0,22%
Tasa Libre de Riesgo (Rf)		4,64%

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos por este modelo son los siguientes:

Figura 2. Resultados obtenidos usando modelo Black-Sholes

VALOR EMPRESA (Kc) \$ 3.270.156.541.121	PATRIMONIO (Kp) \$ 1.936.640.291.661
	DEUDA (Kd) \$ 1.333.516.249.460
VALOR ACCIÓN:	\$ 1.000

Fuente: Elaboración propia

3.3.4. Modelo Montecarlo

Los siguientes son los datos que se ocupan en la valoración por opciones con el Modelo Montecarlo:

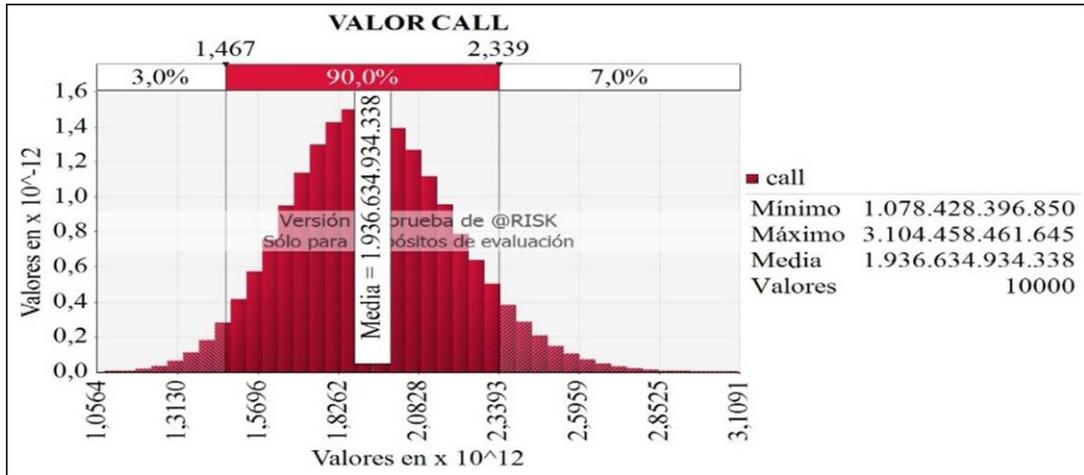
Tabla 10. Datos de ingreso para el modelo Montecarlo

Valor Activo (S)	\$	3.270.156.541.121
Precio Ejercicio (K)	\$	1.530.035.081.976
Tiempo en años (T)		2,962746
Varianza		0,22%
Tasa Libre de Riesgo (Rf)		4,64%

Fuente: Elaboración propia

La simulación de Montecarlo, busca establecer un rango en el cual fluctúan los precios de un activo, en este caso, el valor de la call fluctúa con una probabilidad de un 89,4% entre \$1.500.000.000.000 y \$2.350.000.000.000, con un valor promedio de \$1.936.640.710.635.

Gráfico 3. Simulación de montecarlo en programa @Risk



Fuente: Elaboración propia

A partir de lo anterior, los resultados obtenidos por este modelo son los siguientes:

Figura 3. Resultados obtenidos usando modelo Black-Sholes

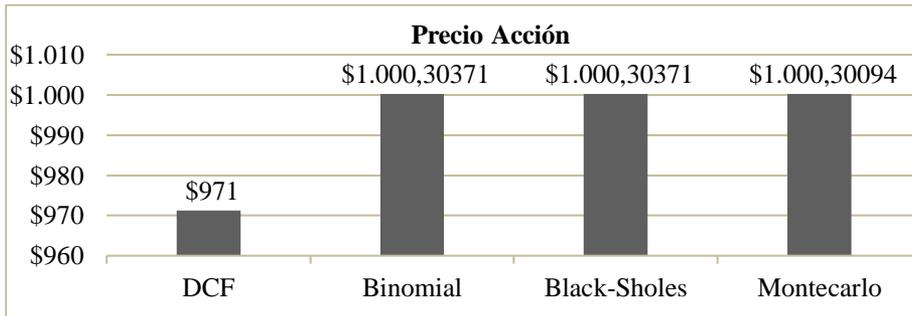
	PATRIMONIO	
VALOR EMPRESA (Kc)	\$	1.936.634.934.338
	DEUDA	
\$ 3.270.156.541.121	(Kd)	\$ 1.333.521.606.783
VALOR ACCIÓN:	\$	1.000

Fuente: Elaboración propia

3.4. Análisis de resultados

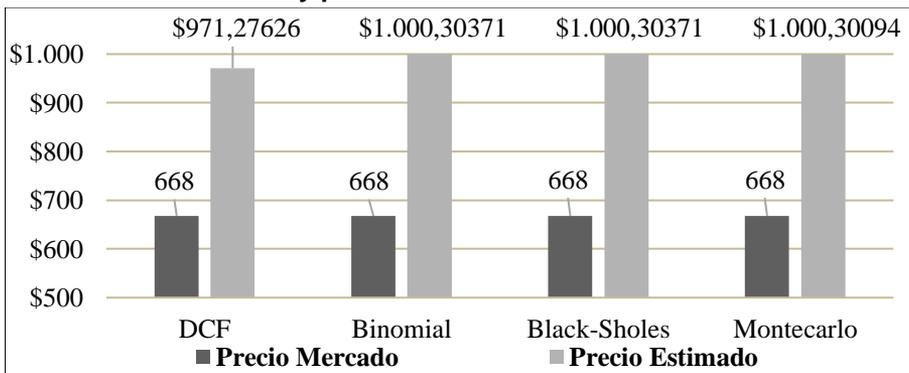
Según nuestros resultados el precio de la acción se es de \$1.000 en los 3 modelos, no obstante, los resultados de las figuras que se muestran a continuación incluyen 5 decimales para poder entregar mayor exactitud en los resultados.

Gráfico 4. Comparativo de los precios obtenidos por cada modelo



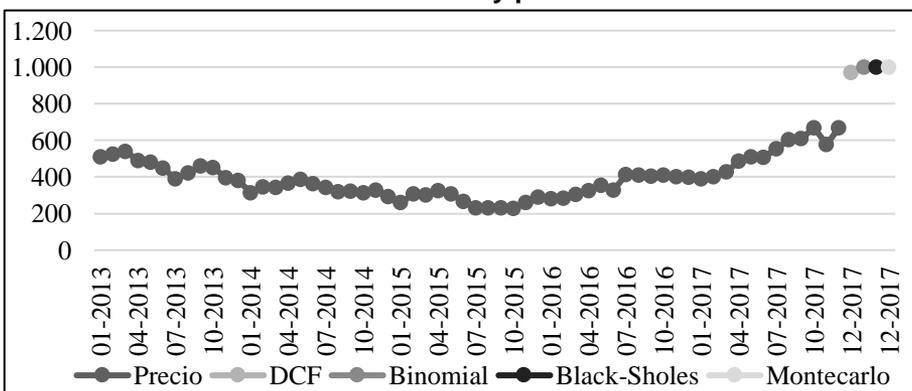
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5. Resultados y precio de mercado al 31 de diciembre de 2017



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6. Resultados obtenidos y precio de acción histórico



Fuente: Elaboración propia

Luego de terminada la valoración a Ripley Corp mediante la metodología de Flujos de Caja Descontado, se puede observar que la valoración entregó un valor de \$971 por acción, el que si se compara con el precio de la acción a la fecha de la valoración que fue de \$668, se encontraría subvalorada.

Existen múltiples motivos que pueden explicar esta diferencia entre los cuales se pueden señalar:

- En mayo del 2017 se informó como hecho esencial el término de acuerdo de asociación con Liverpool, previamente en el año 2015 se realizó el término de operaciones en Colombia, este término se informó como hecho esencial el año 2016, sin embargo, ya desde el año 2015 se registran en sus estados financieros, las pérdidas o ganancias por las operaciones discontinuadas lo que continúa hasta el año 2017. Por otro lado, el país ha tenido un crecimiento moderado, esto, sumado a los variables antes mencionadas pueden provocar que los inversionistas tomen posición más cauta.
- Dentro de los factores que influyen en la valoración positiva de Ripley, se encuentran principalmente los resultados financieros del sector retail, como es el caso de los ingresos por actividades ordinarias los cuales aumentaron en un 4,8%, en comparación con el año anterior, esto se debe principalmente al crecimiento de las marcas propias de vestuario y al mejor desempeño del canal online, junto con sus estrategias del área tecnología como son la omnicanalidad, eCommerce, aplicación móvil y POS móvil. Por otro lado, el resultado operacional sufrió una variación positiva junto con los resultados de operaciones continuadas, de esta manera el EBITDA creció un 6,3%, tal como se mencionaba anteriormente principalmente por los mejores resultados del sector retail y por el efecto de la consolidación del negocio inmobiliario en Perú a partir del 2016.

4. CONCLUSIONES

Como se mencionó anteriormente, la importancia de esta investigación radica en encontrar un método adecuado de valoración para la empresa en estudio, en donde se incorpore la flexibilidad operativa y el riesgo que enfrentan las organizaciones.

Con los resultados obtenidos se logró mostrar el efecto del factor riesgo en dichas valoraciones. Cuando se valora una empresa hoy en día, en un contexto de cambios constantes en lo económico y político, se generan distintos riesgos que afectan el proceso de toma de decisiones, derivando en contingencias que cambien el futuro de la empresa o proyecto que se esté valorando, el análisis de opciones reales puede proveer una mejor evaluación en estos casos. Ante todo, utilizar la metodología de opciones resulta útil para complementar la metodología de flujos de caja descontados, sin embargo, no la sustituye.

La visión tradicional de la valoración de empresas a través del flujo de caja descontado, considera únicamente a los flujos de caja directamente generados o por generar de la empresa que se está valorando, partiendo del supuesto de la normalidad, es decir, el promedio es el valor más representativo, sin considerar los efectos que podría causar un posible proyecto de inversión que supone la adquisición de oportunidades de crecimiento futuro en los mercados y/o productos relacionados. Además es necesario incorporar la incertidumbre que provienen de la industria, de los mercados e internacional. Por lo tanto, el método DFC, al ser menos flexible podría llevarnos a subestimar a la compañía. Es en este punto, donde reside principalmente la importancia de la valoración a través del método de opciones reales.

5. REFERENCIAS

- Andalaft, A., & Gallardo, M. (2008). Análisis de la incorporación de flexibilidad en la evaluación de proyectos de inversión utilizando opciones reales y descuento de flujos dinámico. *Horizontes Empresariales*, 7(1), 41-56.
- Black, F., & Scholes, M. (1973). The Pricing of Options and Corporate Liabilities. *The Journal of Political Economy*, 81(3), 637-654.
- Cox, J., Ross, S., & Rubinstein, M. (1979). Option pricing: A simplified approach. *Journal of Financial Economics*, 7(3), 229-263.
- Dixit, A., & Pindyck, R. (1994). *Investment under Uncertainty*. Princeton university press.
- Fernández, P. (2008). *Métodos de valoración de empresas*. IESE Business School - Universidad de Navarra.
- Fernández, P. (2008). *Valoración de opciones reales: dificultades, problemas y errores*. IESE Business School - Universidad de Navarra.
- García, F., & Romero, R. (2009). Caracterización y análisis de modelos de evaluación económica de proyectos de inversión bajo incertidumbre. *Ingeniería Industrial*, 8(1), 35-50.
- Grinblatt, M., Titman, S., & Wermers, R. (1995). Momentum Investment Strategies, Portfolio Performance, and Herding: A Study of Mutual Fund Behavior. *The American Economic Review*, 85(5), 1088-1105.
- Martin, J., & Petty, J. (2001). *La gestión basada en el valor: La respuesta de la empresa a la revolución del accionista*. Gestión 2000.
- Mascareñas, J. (2014). *Las acciones ordinarias como opciones sobre el Activo de la empresa*. Universidad Complutense de Madrid: Monografías de Juan Mascareñas sobre Finanzas Corporativas.
- Merton, R. (1973). Theory of rational option pricing. *The Bell Journal of Economics and Management Science*, 4(1), 141-183.
- Roll, R. (1977). An analytic valuation formula for unprotected American call options on stocks with known dividends. *Journal of Financial Economics*, 5(2), 251-258.
- Rose, S. (1998). Valuation of interacting real options in a tollroad infrastructure project. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 38(3), 711-723.
- Romero, R. R., & García, F. A. (2009). *Caracterización y análisis de modelos de evaluación económica de proyectos de inversión bajo incertidumbre*. *Revista Ingeniería Industrial*, 8(1), 35-50.
- Rose, S. (1998). *Valuation of Interacting Real Options in a Tollroad Infrastructure Project*. *The Quarterly Review of Economics and Face*, 38(3), 71 1-743.
- Santandreu, P, & Torres; J. (2012), *Selección del método de valoración de empresas en función de la empresa y el ciclo económico: El modelo QQC*, *Revista de Contabilidad y Dirección* Vol. 15, 2012, pp. 115-132.
- Trigeorgis, L. (1999). *Real Options: Managerial Flexibility and Strategy in Resource Allocation*. Boston, MA: Asco Trade Typesetting.
- Torres, J., & Santandreu, P. (2012). Selección del método de valoración de empresas en función de la empresa y el ciclo económico. *Revista de contabilidad y dirección*, 15, 115-134.
- Villamil, J. (2006). Modelos de valoración de opciones europeas en tiempo continuo. *Cuadernos de Economía*, 25(44), 177-196.

6. ANEXO

Flujos proyectados	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Items	MM(\$)											
Ingresos por venta	1.674.748	1.791.645	1.733.196	1.762.421	1.747.809	1.755.115	1.751.462	1.753.288	1.752.375	1.752.831	1.752.603	
Costos por venta	1.058.778	1.132.680	1.095.729	1.114.205	1.104.967	1.109.586	1.107.276	1.108.431	1.107.854	1.108.142	1.107.998	
Ganancia explotación	615.970	658.965	637.467	648.216	642.842	645.529	644.185	644.857	644.521	644.689	644.605	
Gastos administrativos	501.477	536.480	518.978	527.729	523.354	525.541	524.447	524.994	524.721	524.858	524.789	
Depreciación	39.453	42.207	40.830	41.518	41.174	41.346	41.260	41.303	41.282	41.292	41.287	
Otros ingresos	8.753	9.364	9.058	9.211	9.135	9.173	9.154	9.163	9.159	9.161	9.160	
Resultado operación	83.793	89.642	86.718	88.180	87.449	87.814	87.632	87.723	87.677	87.700	87.689	
Impuesto	9.689	8.641	8.360	8.501	8.430	8.465	8.448	8.456	8.452	8.454	8.453	
Ganancia neta	74.104	81.001	78.358	79.679	79.019	79.349	79.184	79.266	79.225	79.246	79.235	
Depreciación	39.453	42.207	40.830	41.518	41.174	41.346	41.260	41.303	41.282	41.292	41.287	
Flujos de caja	113.557	123.207	119.188	121.198	120.193	120.695	120.444	120.570	120.507	120.538	120.523	6.707.058

Fuente: Elaboración propia

PERCEPCION RESPECTO A LA FUNCION DE LA CONTABILIDAD EN GRANDES EMPRESAS DEL GRAN CONCEPCIÓN (CHILE)⁴

PERCEPTION REGARDING THE FUNCTION OF ACCOUNTING IN COMPANIES BIG OF THE GREAT CONCEPTION (CHILE)

Navarrete Esparza Marcelo

Universidad del Bío Bío

Académico del Departamento de Administración y Auditoría

Ingeniero Comercia – Contador Auditor

E-mail: m.navarrete@ubiobio.cl

Landaeta Bahamondes Jaime

Universidad del Bío Bío

Académico del Departamento de Administración y Auditoría

Contador Auditor – Magister en Tributación

E-mail: jlandaet@ubiobio.cl

Salazar María Fernanda

Universidad del Bío Bío

Contadora Pública y Auditora

E-mail: mfsalaza@alumnos.ubiobio.cl

Resumen

La investigación analizó descriptivamente 21 respuestas de empresas del gran Concepción – Chile seleccionadas de manera aleatoria. Se analizó percepciones positiva/negativa de la Administración respecto a la función de la contabilidad. El alcance del trabajo fue exploratorio dado que es una situación poco estudiada en Chile. La metodología consideró un enfoque mixto cualitativo/cuantitativo basado en una medición numérica y análisis estadístico. Uno de los resultados del trabajo indica que la percepción de la función contable depende de la formación profesional. Otro resultado indica una percepción positiva; los ejecutivos responden que el área será más exitosa si el personal incluye dentro de su formación profesional, aspectos tales como; el análisis de gestión y el proceso de mejora(s) en la Organización.

Palabras claves: Función, Contabilidad, Contador, Percepción, Gestión.

Clasificación JEL: M12; M19; M49

⁴ Trabajo financiado por el Proyecto de Investigación en Iniciación, código DIUBB 173516 3/I, Dirección de Investigación y creación artística, Universidad del Bío Bío de Chile.

Abstrac

The research descriptively analyzed 21 responses from companies of the great Concepción - Chile selected randomly. Positive / negative perceptions of the Administration regarding the accounting function were analyzed. The scope of the work was exploratory since it is a situation little studied in Chile. The methodology considered a mixed qualitative / quantitative approach based on a numerical measurement and statistical analysis. One of the results of the work indicates that the perception of the accounting function depends on the professional training. Another result indicates a positive perception; executives respond that the area will be more successful if staff includes aspects such as; the management analysis and the improvement process (s) in the Organization.

Keywords: Function, Accounting, Accountant, Perception, Management.

Classification JEL: M12; M19; M49

1. INTRODUCCION

La función de la contabilidad y de las personas que la ejercen dentro de una Organización está directamente relacionada con la disciplina “contable” la cual es vista en muchas instancias que se limita, entre otras actividades, sólo a la teneduría de libros, registros y aplicación de normas contables específicas.

A través del tiempo la contabilidad se ha ido fortaleciendo y complementando con otras disciplinas del saber, tales como; finanzas, economía, administración, legislación tributaria, auditoría, etc. Prácticamente en todas estas áreas se puede distinguir un componente contable que beneficia al entendimiento y lenguaje de cada una de estas disciplinas.

Las personas que estudian contabilidad deben ser capaces de comprender el lenguaje y uso práctico de esta disciplina, de manera que, ellos logren contribuir a satisfacer múltiples necesidades de información que necesita administrar una organización.

Subsisten múltiples necesidades de información generada de manera interna en cualquier tipo de organizaciones (tales como; empresas, organismos públicos, ONG, etc.) y en este sentido se observa un denominador común entre ellas, esto tiene relación con la necesidad de registrar de manera sistemática sus operaciones financieras que suceden dentro de las mismas. Se requiere entonces de profesionales especialistas que pueden llevar a cabo el almacenamiento, orden y ejecución de la información al interior de estas entidades. Estos profesionales se transforman entonces en piezas claves dentro de estas entidades que utilizan entre otras herramientas, la Contabilidad.

Desde el punto de vista externo, cobra relevancia la información que se genera desde el interior de la organización hacia los distintos usuarios que consultan habitualmente información, por ejemplo; el paquete de estados financieros. En este sentido es importante considerar el concepto de stakeholder (partes interesadas) asociado a una mirada de gobierno corporativo (Freeman, 1983). Estos entes externos a la organización poseen intereses sobre la empresa y constantemente observan, aspectos tales como; la estabilidad y continuidad de sus operaciones en el tiempo.

Resulta importante saber cuál es la percepción dentro de la Administración superior (llámese; Gerencia, Gobierno Corporativo, Sub Gerencia. En general, mandos ejecutivos), respecto a la función de la contabilidad en las decisiones de la organización. Considerando que esta área genera información la cual podría ser de importante, o sencillamente poco relevante para el apoyo de la gestión de la Administración. Surge entonces la necesidad de investigar de manera empírica la percepción positiva y/o negativa que posee la administración respecto a la función de la contabilidad.

1.1. Revisión de Literatura

Desde tiempos antiguos la contabilidad nace para efectos de satisfacer necesidades de información del hombre y la sociedad (García, 2004). Esta información ha ido evolucionando con el tiempo, y a medida que surgen nuevas necesidades de información se requirió de una disciplina estructurada que pudiera satisfacerlas. Cada vez hace más sentido que la contabilidad genere más bondades que ciertas actividades de carácter normativo y/o de cumplimiento.

El uso que recibe la contabilidad y lo relevante de su información que genera debería ser considerado en todo proceso de toma de decisiones, este es el punto fundamental que acompaña esta investigación, en el sentido de encontrar la conexión entre la herramienta y su aplicabilidad a distintas operaciones que subsisten dentro de una organización y especialmente aquellas con fines de lucro, como por ejemplo; operaciones financieras, operaciones administrativas y operaciones de gestión, más allá de los aspectos básicos que podemos encontrar en ella, eso es lo interesante, capturar a través de la percepción de la Administración su mirada de la función que cumple ésta área dentro de la organización. Demostrar empíricamente si la información que genera la contabilidad o departamento contable aporta o no a las decisiones que normalmente debe tomar la Administración, es un desafío para esta disciplina contable.

Efectivamente, conectar a la contabilidad con el interés de la Administración de la empresa ha sido un punto de reflexión para muchos autores, por ejemplo, (Cañibano, 2004) escribe sobre la experiencia en España para empresas que cotizan en mercados de valores, y se refiere a la interrelación entre la información contable y el gobierno de la empresa. El autor sostiene que la información contable-financiera constituye el principal vehículo de comunicación entre los distintos entes internos y externos de la empresa, y en especial, el gobierno corporativo.

En este sentido y de acuerdo a esta investigación, los autores concuerdan en ver a la contabilidad como una herramienta que deja de ser básica y que se transforma en un motor de información útil para interpretar lo que sucede dentro de la empresa y además, sea capaz de comunicar información relevante hacia los distintos entes de interés.

Una postura muy similar es la de (Dueñas, 2007), el cual hace una introducción al inicio de su escrito expresando que: “ha cambiado la contabilidad vista como un enfoque tradicional y de medición del beneficio, es decir, cambia el modelo práctico de la contabilidad”. Respecto a este cambio, expresa lo siguiente: “esta última concepción está mucho más relacionada con las actuaciones de los agentes en un entorno complejo llamado mercado, y que por su naturaleza exige la toma adecuada de decisiones en hechos particularmente económicos. Y como sabemos, la toma de una decisión –que básicamente implica una elección entre opciones– depende principalmente de una evaluación que sobre determinado hecho o cosa realice un individuo”.

Los autores de esta investigación coinciden con lo anterior, en el sentido que la contabilidad no se relaciona solo con registros básicos y cumplimientos de normas, sino también, ella debe responder a distintos tipos de entidades que se hallan en el mercado y por lo tanto,

debe; apoyar los procesos de toma de decisiones, rescatar información integral económica de la organización y al mismo tiempo, debe cumplir un rol de ser funcional y no neutral.

Respecto a la integridad y funcionalidad de la contabilidad, el autor (Monterrey, 1998) hace un estudio al respecto remontándose al nacimiento del movimiento positivista (contabilidad positiva) a objeto de conocer y explicar el mundo real de la contabilidad, de los contables y de las instituciones con él relacionadas. El autor expresa una idea central: “la contabilidad debe entenderse como una parte integral de la economía, en interacción con otros ámbitos de esta, y que la información contable no es un fenómeno neutral, ya que afecta a la asignación de recursos y tiene consecuencias tanto en el ámbito de las organizaciones como en el de los mercados”.

De otra manera los autores, (Carrizo & León, 2007) sostienen que: “no es posible concebir a la Contabilidad como una disciplina que sólo intenta describir fenómenos, siempre el fin será el de utilizar información con algún propósito”.

Es decir, la contabilidad puede ser más que lo que en esencia representa para efectos de su uso práctico, la cual, en complemento con otra información, apoya a la Administración día a día en la toma de decisiones.

Los autores (Buelbas & Mejía, 2014) destacan el papel que ejerce la contabilidad de gestión dentro del sistema de información contable. La investigación desarrollada por estos autores es muy importante para este trabajo de investigación. Ellos destacan en su escrito el sentido que posee el rol de la contabilidad de gestión, y al respecto señalan: “La contabilidad de gestión se constituye en el pilar para la toma de decisiones y así permanece en competencia en este mundo globalizado”.

Los autores revisados hasta aquí coinciden en que la contabilidad va más allá de cumplir normas y registros. Las personas que conforman el área/departamento de contabilidad cumplen una función importante en el sentido que ella debe responder a las necesidades de los agentes externos e internos de la empresa, y a su vez, la Administración debe construir información clave para sus decisiones, del mismo modo, generar reportes hacia el exterior con información que proporciona el área de la contabilidad.

1.2. Situación en Chile

A partir de los años 2008 – 2009, Chile inicio un proceso de convergencia a nivel de la normativa contable vigente en ese momento. Antes de este proceso de convergencia, dicha información se utilizaba sólo como marco normativo y políticas contables adaptadas de las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC). Este significativo cambio contable implicó introducir un nuevo lenguaje a esta disciplina, ella abrió conceptos técnicos tales como; deterioro, revaluación, goodwill, instrumentos financieros, vida útil financiera, entre otros.

La convergencia en el país significó dar énfasis a conceptos financieros contable que las normas internacionales incluían dentro de su propósito principal, del mismo modo, agregó valor al uso de este lenguaje, haciéndolo más cercano y entendible a las necesidades de la Administración a través de las distintas operaciones y/o transacciones diarias.

Hasta antes de estos cambios en nuestro país, la contabilidad era vista sólo como un marco de referencia y recibía un carácter de registro limitado a cumplimientos básicos de esta disciplina. Chile, a través de distintos organismos reguladores, como lo son la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financiera (SBIF), la Comisión para el Mercado Financiero (CMF, Ex – SVS), y otros entes reguladores del mercado financiero, hizo homogéneo este lenguaje internacional “contable-financiero” en todas las empresas del país, específicamente, aquellas bajo regulación de las entidades fiscalizadoras, de las cuales la más grande corresponde a la CMF que incluye cerca de 362 empresas en Chile.

Los cambios ocurridos en nuestro país a nivel de la contabilidad permiten observar que es una herramienta cuantitativa, que transforma los hechos económicos en montos y/o cifras numéricas (moneda, cantidad, precio, etc.), y es cualitativa, por que agrupa esos hechos económicos en acuerdos y/o convenciones que más tarde se clasifican en cuentas contables codificadas. Esta herramienta -la contabilidad- contribuye en la administración de una organización para apoyar sus decisiones estratégicas/gestión tanto interna (contabilidad administrativa), como externa (contabilidad financiera).

Es importante destacar que la contabilidad ha evolucionado en la forma de llevar sus registros de información desde sus orígenes. Hasta hace unas décadas atrás, se registraba única y exclusivamente en registros de papel, hoy en día podemos observar la contabilidad electrónica y digital a través del uso de sistemas computacionales que son capaces de almacenar grandes cantidades de bases de datos contables, y a través de esta información digital se pueden construir un sin límite de reportes, análisis, estadísticas, comportamientos, etc., que son necesario para tomar o gestionar decisiones en cualquier organización.

1.3. ¿Qué es la Contabilidad?

En este sentido es importante resaltar la mirada de los autores (Gordon & Shillinglaw, 1978): “La contabilidad es un medio de escribir e interpretar la historia económica de organizaciones individuales. Su propósito principal es suministrar información, primero a la administración de la organización, y luego a personas ajenas a la misma. También aporta un marco conceptual que puede usarse para expresar y poner a prueba los planes de la administración en relación con el futuro de la organización”.

Por otra parte, los autores (Meigs, Meigs, Bettner, & Whittington, 1998), definieron a la contabilidad como: “simplemente el medio por el cual medimos y describimos el resultado de una actividad económica... a menudo, la contabilidad es llamada el “lenguaje de los negocios” debido a que muy usada en la descripción de todo tipo de actividades comerciales. El propósito de la contabilidad es suministrar información valiosa para la toma de decisiones económicas a las personas encargadas de tomarlas”.

Adicionalmente, (Horgren, Harrison, & Bamber, 2003) sostienen que: “La contabilidad es el sistema de información que mide las actividades de las empresas, procesa esa información en estados (informes) y comunica los resultados de decisiones... es frecuente que se llame “lenguaje de los negocios” a la contabilidad. Ellos sostienen que: “Cuanto mejor entienda este lenguaje, tanto mejores serán sus decisiones de negocios y la administración de los aspectos financieros de su vida personal”.

Tanto los autores expuestos anteriormente, como quienes construyeron esta investigación, coinciden en que es una herramienta útil capaz de interpretar los hechos económicos de una organización y transformarlos en información clave. La contabilidad es llamada también un lenguaje de los negocios, por tanto, el propósito final de la contabilidad es suministrar de información relevante para la toma de decisiones de la Administración.

1.4. La Percepción

Este trabajo de investigación utiliza el concepto “percepción” como un medio a través del cual podemos conocer lo que opina la Administración Superior de una organización sobre la función de la contabilidad, por lo tanto tener entendimiento acerca de la “percepción” es muy importante para poder explicar este trabajo. Como dato general, este vocablo es ampliamente estudiado en el campo de la filosofía y la psicología.

En esta sección no pretendemos hacer una profundización filosófica acerca de esta palabra, lo que se intenta exponer es una idea base acerca del vocablo para lograr posteriormente entender la palabra percepción y comprender qué elementos reúne este concepto a través del cual, la Administración tiene una determinada percepción respecto a la función de la contabilidad.

A través de (Balmes, 1848) encontramos conceptos básicos acerca de la percepción. El autor desarrolla un capítulo especial para referirse a este tema; en primer lugar el autor comienza explicando el concepto de “entendimiento”, el cual es la facultad de conocer. Luego el autor agrega que el entendimiento está compuesto de tres actos: “percepción, juicio y raciocinio. La percepción es el acto con que conocemos la cosa, sin afirmar ni negar nada de ella. Juicio es el acto con el cual afirmamos o negamos una cosa de otra y raciocinio es el acto con el cual inferimos”.

Al respecto (Armstrong, 1966) sostiene que: “la percepción no es nada más que la adquisición de conocimiento de, o, en ocasiones la adquisición de una inclinación a creer en, hechos particulares acerca del mundo físico, por medio de nuestros sentidos”.

Bajo el análisis de Armstrong podemos afirmar que la percepción utiliza los sentidos de una persona sobre la base de un conocimiento acerca del mundo físico. El autor, más adelante

en su obra se refiere a que la percepción proviene de una experiencia previa (conocimiento acerca del mundo) y del uso de los sentidos (órganos sensoriales), ambas acciones constituyen los hechos particulares del mundo físico por medio de nuestros sentidos.

Por su parte (Arnheim, 1971), indica: “la colaboración entre la percepción y el pensamiento en la cognición resultaría incomprensible si tal división existiera”, más adelante el autor expresa: “son todas las operaciones mentales implicadas en la recepción, almacenaje y procesamiento de la información: Percepción sensorial, memoria, pensamiento, aprendizaje. Aun cuando el autor asocia su obra al pensamiento visual, específicamente, al arte visual, es importante destacar que la percepción de lo que vemos y observamos guarda directa relación con el conocimiento que poseemos respecto a un objeto de estudio.

Según Carterette y Friedman citado en (Arias Castilla, 2006), la percepción es: “una parte esencial de la conciencia, es la parte que consta de hechos intratables y, por tanto, constituye la realidad como es experimentada. Esta función de la percepción depende de la actividad de receptores que son afectados por procesos provenientes del mundo físico. La percepción puede entonces definirse como el resultado del procesamiento de información que consta de estimulaciones a receptores en condiciones que en cada caso se deben parcialmente a la propia actividad del sujeto”

Una percepción simplista de la Administración tiende a visualizar que la función de la contabilidad queda relegada sólo a registrar. Otras administraciones tienen una percepción más práctica y perciben que la función contable debería tender más a allá del registro contable y su transacción, es decir, esta área debería involucrarse en administración de información clave para ser usada en la gestión del negocio y sus operaciones, aprovechando la fuente de información que se genera al interior de la contabilidad.

2. DESARROLLO

2.1. Fundamento del objetivo

Si pensamos en el beneficio que puede otorgar la contabilidad para la toma de decisiones de la Administración, debemos mencionar a (Zeff, 1985). En los años ochenta, el autor ya se refería a la evolución que había experimentado la contabilidad en Estados Unidos durante los últimos veinte años, la contabilidad pasó desde un carácter normativo a una disciplina denominada de utilidad para la toma de decisiones, capaz de proveer de información útil a distintos usuarios.

Al respecto los autores (Buelbas & Mejía, 2014) exponen un tema muy relevante a partir de experiencias en Colombia. La evolución y rapidez con que se llevan a cabo las transacciones suponen el uso de mayor tecnología de información. En tiempos modernos surge la necesidad de administrar grandes bases de datos conocidas hoy en día como “big data”. Es por ello que la función de la contabilidad pasa a transformarse en un núcleo generador de información importante para la empresa. Para Buelbas & Mejía la contabilidad de gestión se convierte en una herramienta competitiva útil y atingente a estos nuevos tiempos de modernidad de negocios. Ellos sostienen que: “en el ámbito empresarial, sus directivos se han dado cuenta que es imposible tomar decisiones contando sólo con la información que les brindan los estados financieros, saben que es relevante otra información complementaria de carácter financiero y no financiero que les brinda la contabilidad de gestión”.

Hasta aquí, resulta importante pensar que habría una necesidad que el profesional contable se especialice en un área específica, como podría ser; Contabilidad de Gestión.

En Chile, la contabilidad de gestión es vista como ajena a las actividades que normalmente desempeña un profesional de esta disciplina, sin embargo, para la Administración esta área/departamento se ha transformado en una fuente de información relevante en relación a la función que debe entregar la contabilidad para los directivos, vista desde un punto de vista de gestión para la Organización. ¿La función de la contabilidad dependerá de la formación del profesional que integra a la Administración?. A partir de los resultados que se obtengan se puede vislumbrar qué observan los ejecutivos que poseen distintos cargos y formación profesional respecto a la función de la contabilidad.

2.2. Objetivo e interrogante

En este sentido, el propósito principal de este trabajo de investigación, es hacer un análisis descriptivo sobre la base de la percepción de la Administración respecto al impacto de la función contable en las decisiones de la Organización.

A partir de este objetivo surge la siguiente interrogante:

- ¿La percepción de la función contable depende de la formación profesional que poseen los integrantes de la alta administración?

2.3. Metodología de la Investigación

La presente investigación es de carácter empírico e intenta describir la percepción que posee la Administración respecto al impacto de la función contable en las decisiones de la organización, y sobre la base de la revisión bibliográfica que se ha estudiado previamente. La metodología utilizará un enfoque cuantitativo, ya que llevará a cabo una recolección de datos para responder a la interrogante, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). Por lo anterior, el alcance dado a esta investigación fue, en exploratorio, debido a que corresponde a una situación poco estudiada en Chile.

La herramienta estadística para describir la percepción de las 21 empresas en esta interrogante es la utilización del análisis de correspondencia múltiple (MCM) a través del programa SPSS, para la variable Formación Profesional y las afirmaciones negativas de la Categoría 1; para Formación Profesional y las afirmaciones negativas de la Categoría 3; para Formación Profesional y las afirmaciones positivas de la Categoría 1 y 2; y para Formación Profesional y las afirmaciones positivas de la Categoría 3.

El propósito de usar MCM es describir las relaciones entre dos variables nominales múltiples en un espacio de pocas dimensiones (afirmaciones en positivo y en negativo) por medio del uso de un mapa perceptual.

2.4. El Instrumento

En este estudio se aplicó una encuesta (en adelante, “el instrumento”) que consta de 2 partes. La primera parte solicita al encuestado su identificación a través de 13 preguntas, luego, la segunda parte se enfoca en 31 preguntas que pretendieron captar la percepción de la persona respecto a la investigación. Las respuestas del instrumento consideraron sólo respuestas cerradas de 5 puntos de acuerdo a la escala de Likert⁵. El instrumento fue confeccionado sobre la base de indagaciones y/o consultas efectuadas a 3 ejecutivos escogidos al azar pertenecientes a las organizaciones bajo estudio. Se les consultó qué aspectos de la función de la contabilidad eran consideradas por ellos como aspectos negativos, en el sentido que esta función podría no contribuir o apoya el trabajo de la Administración en la toma de decisiones. Otros asuntos que también fueron consultados con estos ejecutivos, son los aspectos positivos que ellos perciben de la función de la contabilidad en su organización. Finalmente, el instrumento fue dividido entre afirmaciones que son percibidas como negativas para la Administración y afirmaciones que son percibidas como positivas por la misma.

2.5. La población

De un total de 430 grandes empresas que existen en el Gran Concepción (Chile), se seleccionaron aleatoriamente 215 organizaciones para ser investigadas, de ellas, sólo 39 (población objetivo) tienen su contabilidad en el Gran Concepción⁶, luego de las 39 sólo el 53,8% (21 empresas) de la población respondieron el instrumento enviado por correo

⁵ Likert utilizado: (1) Siempre, (2) Casi siempre, (3) Muchas veces, (4) Muy pocas veces, (5) Nunca

⁶ Las 39 empresas con contabilidad en el Gran Concepción se obtuvieron luego de indagar telefónicamente o de manera personal en cada una de las 215 empresas seleccionadas aleatoriamente.

electrónico o aplicado en forma presencial. En la **Tabla 1** se detalla la población de grandes empresas en Chile y en el Gran Concepción:

Tabla 1. Grandes empresas en Chile y en el Gran Concepción

Cantidad de Grandes Empresas	Nº Empresas
Chile	14.172
VIII Región del Bío Bío	636
Gran Concepción	430
1) Lota	6
2) Coronel	48
3) San Pedro de la Paz	44
4) Santa Juana	1
5) Concepción	215
6) Chiguayante	9
7) Hualqui	4
8) Talcahuano	59
9) Hualpén	22
10) Penco	15
11) Tomé	7

Fuente: Servicio de Impuestos Internos (SII), 2015

2.6. Respuestas recibidas

Las respuestas recibidas correspondieron a 21 grandes empresas⁷ situadas dentro del gran Concepción (octava Región de Chile, provincia de Concepción), que reúne 11 comunas de esta provincia (Lota, Coronel, San Pedro de la Paz, Santa Juana, Concepción, Chiguayante, Hualqui, Talcahuano, Hualpén, Penco, Tomé). Las respuestas recibidas pertenecen a ejecutivos de industrias importantes y de gran relevancia del Gran Concepción pertenecientes a los siguientes sectores económicos (*). Ver **Tabla 2**:

Tabla 2. Actividad económica, separadas por industrias con su comportamiento del PIB

Actividad económica	PIB en MM\$ / año 2016
Industria manufacturera (*)	2.242
Servicios personales	1.695
Servicios de viviendas e inmobiliarios	998
Servicios financieros y empresariales	944
Transporte, información y comunicaciones (*)	938
Construcción (*)	773
Comercio, restaurantes y hoteles	756
Administración pública	709
Agropecuario – silvícola	624
Electricidad, gas y agua	599
Pesca (*)	97
Minería	2
PIB Región del Bío Bío	10.350

Fuente: Informe de la CPCC⁸– Región del Bío Bío 2017

⁷ Estratificación de empresas en Chile, Ley 20.416.

⁸ CPCC: Cámara de la Producción y del Comercio de Concepción. Gremio empresarial multisectorial de la Región del Bío Bío cuya labor está orientada a promover el desarrollo productivo local fundado el 23 de marzo de 1927. [file:///C:/Users/Marcelo/Documents/2017%20-%20paper%20MNE%202017/SEGUNDA%20ESCRITURA%20_FINAL/Actividad-Econ%C3%B3mica-Regi%C3%B3n-del-Biob%C3%ADo-2017_CPCC%20Regi%C3%B3n%20del%20BB.pdf]

2.7. Descripción de los resultados obtenidos

De acuerdo a esta investigación, se revisaron respuestas a las afirmaciones positivas y afirmaciones negativas con el propósito de obtener la percepción de la Administración desde dos puntos de vistas; Percepción que depende de la formación profesional bajo una mirada positiva hacia la función contable, como también, la percepción hacia la misma función por medio de afirmaciones negativas.

a) Afirmaciones formuladas en negativo, Categoría 1: Actitudes Profesionales

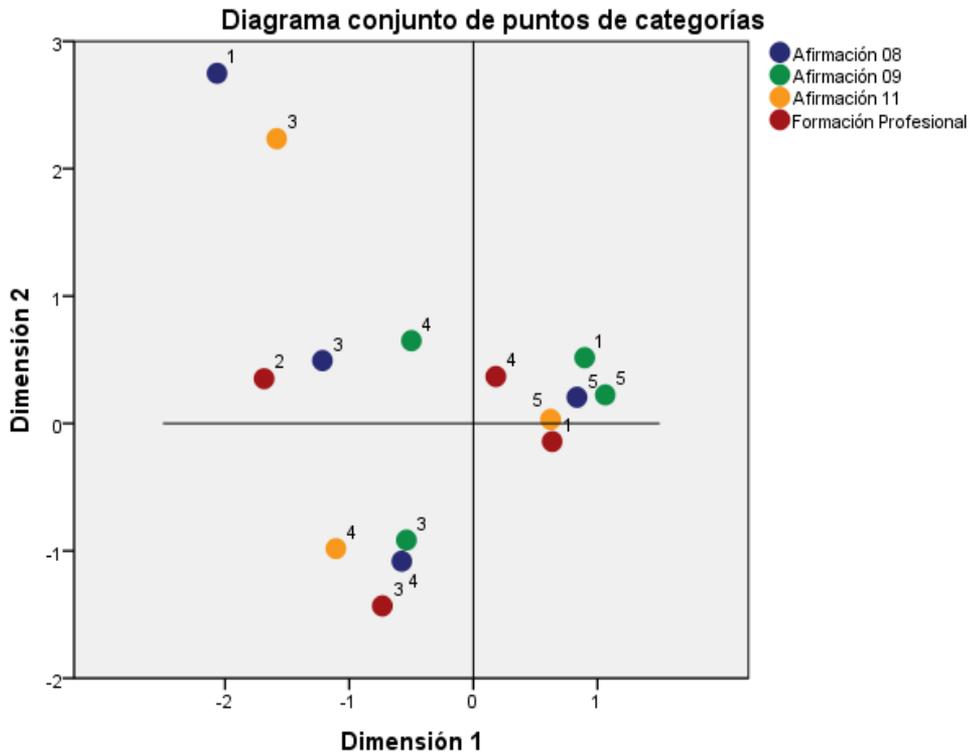
Las afirmaciones negativas relacionadas con la Categoría 1 Actitudes del Profesional (**Ver tabla 3 y gráfico 1**) muestran que, para 3 afirmaciones negativas, la formación profesional del Ingeniero Comercial se relaciona con percepciones positivas para un mismo nivel (nunca) frente a las Actitudes del Profesional que se desempeña en la función de la contabilidad dentro de la organización, al respecto, el Contador Auditor y los encuestados que poseen ambas formaciones profesionales, se relaciona con distintas percepciones de las actitudes del profesional, y en una de las 3 afirmaciones, su relación es con percepción negativa. Por otra parte, la formación profesional del Ingeniero Civil Industrial o Ingeniero Civil está más relacionado a tener una percepción negativa respecto a las actitudes del profesional.

Tabla 3. Variables, etiquetas y valores usados en Análisis de Correspondencia Múltiple.

Variables y/o afirmaciones	Etiqueta	Valores
Formación Profesional	Ingeniero Comercial	1
	Ingeniero Civil Industrial o Ing. Civil	2
	Ing. Comercial y Contador Auditor	3
	Contador Auditor	4
8.- El (los) profesional (es) del Área/Dpto. de contabilidad no ejecuta (n) sus actividades con autonomía, depende de la Gerencia de la Organización.	Siempre	1
	Casi siempre	2
	Muchas veces	3
	Muy pocas veces	4
	Nunca	5
9.- La actitud del (los) profesional (es) del Área/Dpto. de contabilidad es "rígida" cuando se trata de incluir nuevas operaciones contables requeridas por la Gerencia.	Siempre	1
	Casi siempre	2
	Muchas veces	3
	Muy pocas veces	4
	Nunca	5
11.- El (los) profesional (es) del Área/Dpto. de contabilidad no demuestran interés en actualizar y/o incrementar su conocimiento de manera que le permitan aportar valor a la gestión de la Gerencia en la Organización.	Siempre	1
	Casi siempre	2
	Muchas veces	3
	Muy pocas veces	4
	Nunca	5

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1. Gráfico de dos dimensiones del MCA de la percepción de la función contable categoría 1 afirmaciones negativas.



Normalización principal por variable.

Fuente: Preparación propia

b) Afirmaciones formuladas en negativo, Categoría 3: Responsabilidad del Profesional

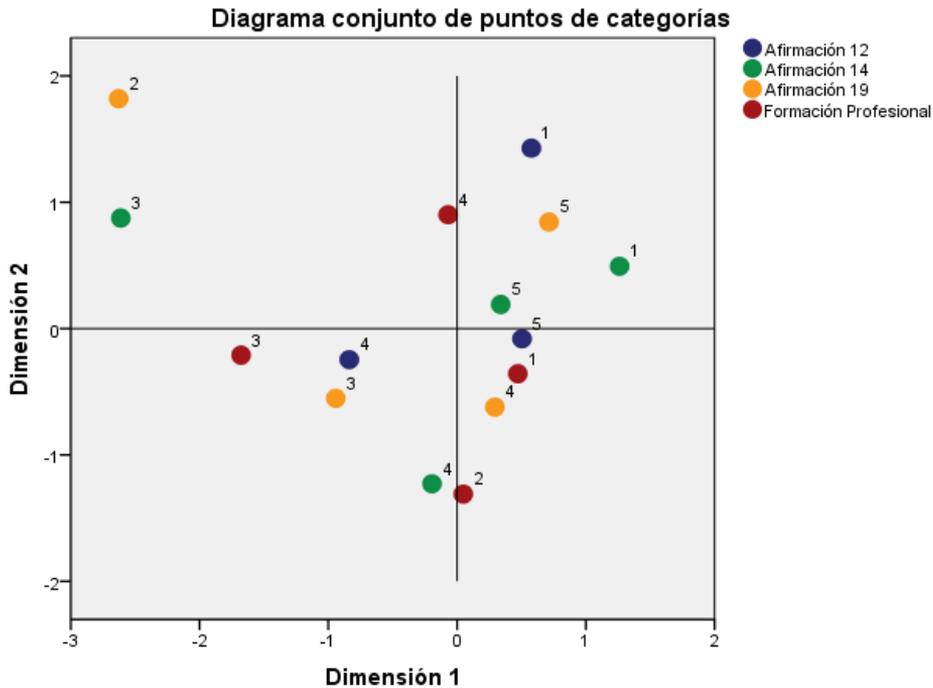
En la Categoría 3 Responsabilidad del Profesional con afirmaciones negativas (Ver tabla 4, gráfico 2), los resultados que pretenden ver la relación de la formación profesional v/s las afirmaciones, muestran en esta categoría que el Ingeniero Comercial está más relacionado a tener percepciones positivas respecto a la Responsabilidad del Profesional. El Contador Auditor tiene relación con distintas percepciones que corresponde a una percepción negativa y a dos positivas. Los ejecutivos que poseen ambas profesiones también poseen percepciones distintas, una se relaciona con positiva y otra con negativa. Por su parte, el Ingeniero Civil Industrial o Ingeniero Civil está relacionado sólo con una percepción positiva respecto a la responsabilidad del profesional.

Tabla 4. Variables, etiquetas y valores usados en Análisis de Correspondencia Múltiple.

Variables y/o afirmaciones	Etiqueta	Valores
Formación Profesional	Ingeniero Comercial	1
	Ingeniero Civil Industrial o Ing. Civil	2
	Ing. Comercial y Contador Auditor	3
	Contador Auditor	4
12.- El (los) profesional (es) del Área/Dpto. de contabilidad preparan informes y/o reportes que no son de utilidad a la decisiones que toma la Gerencia.	Siempre	1
	Casi siempre	2
	Muchas veces	3
	Muy pocas veces	4
	Nunca	5
14.- El (los) profesional (es) del Área/Dpto. de contabilidad no utiliza (n) la tecnología de la información para preparar informes de utilidad a la Gerencia.	Siempre	1
	Casi siempre	2
	Muchas veces	3
	Muy pocas veces	4
	Nunca	5
19.- La Gerencia observa que las funciones del Área/Dpto. de contabilidad sólo se limita a generar los números contables de la Organización y no abarca los aspectos cualitativos de esta función.	Siempre	1
	Casi siempre	2
	Muchas veces	3
	Muy pocas veces	4
	Nunca	5

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2. Gráfico de dos dimensiones del MCA de la percepción de la función contable Categoría 3 afirmaciones negativas.



Normalización principal por variable.

Fuente: Preparación propia

c) Afirmaciones formuladas en positivo, Categoría 1: Actitudes Profesionales / Categoría 2: Gestión del Profesional

Las Categorías 1 y 2 analizadas para afirmaciones positivas; Actitudes Profesionales y Gestión del Profesional, respectivamente (**Ver tabla 5, gráfico 3**), proporcionan el siguiente resultado de relaciones. Tanto el Ingeniero Comercial como el Contador Auditor tienen relación con percepciones positivas a un mismo nivel (siempre), tanto para las actitudes profesionales, como para gestión del profesional. Los ejecutivos que poseen ambas profesiones, también tienen relación con percepciones positivas, pero en distinto nivel (casi siempre) para gestión del profesional. Al respecto, el Ingeniero Civil Industrial o Ingeniero Civil también está relacionado a tener percepción positiva para la gestión del profesional.

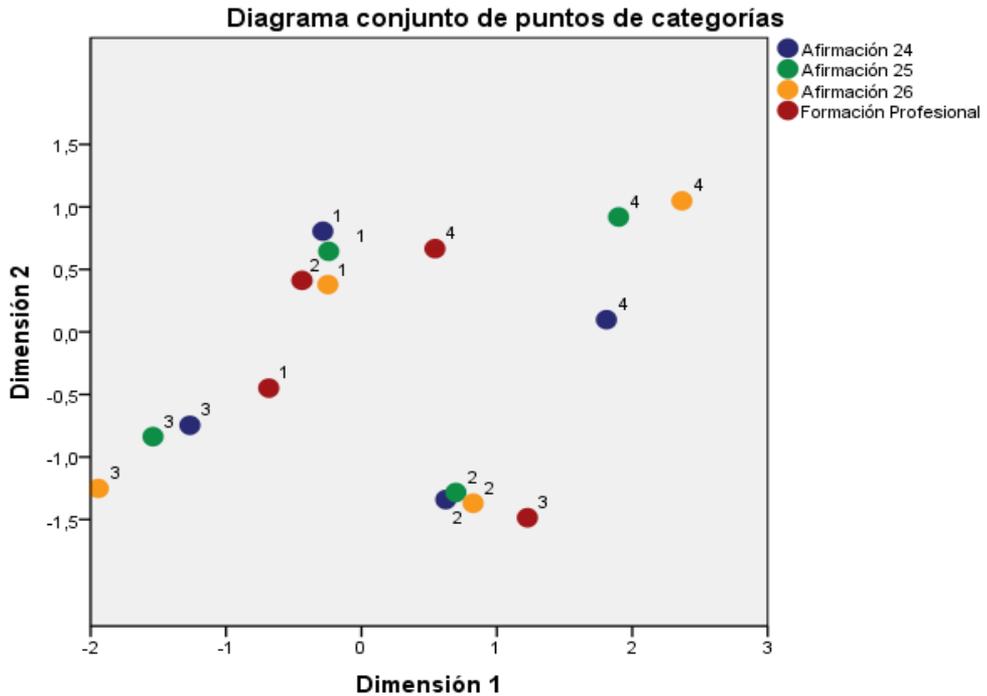
Tabla 5. Variables, etiquetas y valores usados en Análisis de Correspondencia Múltiple.

Variables y/o afirmaciones	Etiqueta	Valores
Formación Profesional	Ingeniero Comercial	1
	Ingeniero Civil Industrial o Ing. Civil	2

	Ing. Comercial y Contador Auditor	3
	Contador Auditor	4
31.- El (los) profesional (es) del Área/Dpto. de contabilidad poseen actitud y formación profesional ética en sus funciones contables que se desempeñan en la Organización.	Siempre	1
	Casi siempre	2
	Muchas veces	3
	Muy pocas veces	4
	Nunca	5
17.- El (los) profesional (es) del Área/Dpto. de contabilidad generan informes contables de gestión que la Gerencia necesita para tomar decisiones en la Organización.	Siempre	1
	Casi siempre	2
	Muchas veces	3
	Muy pocas veces	4
	Nunca	5
29.- Los profesionales que se desempeñan en el Área/Dpto. de contabilidad son responsables en el cumplimiento de las normas, políticas y procedimientos internos emanados por la Organización y Gerencia.	Siempre	1
	Casi siempre	2
	Muchas veces	3
	Muy pocas veces	4
	Nunca	5

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3. Gráfico de dos dimensiones del MCA de la percepción de la función contable Categoría 1 y 2 afirmaciones positivas.



Normalización principal por variable.

Fuente: Elaboración propia

d) Afirmaciones formuladas en positivo, Categoría 3: Formación del Profesional

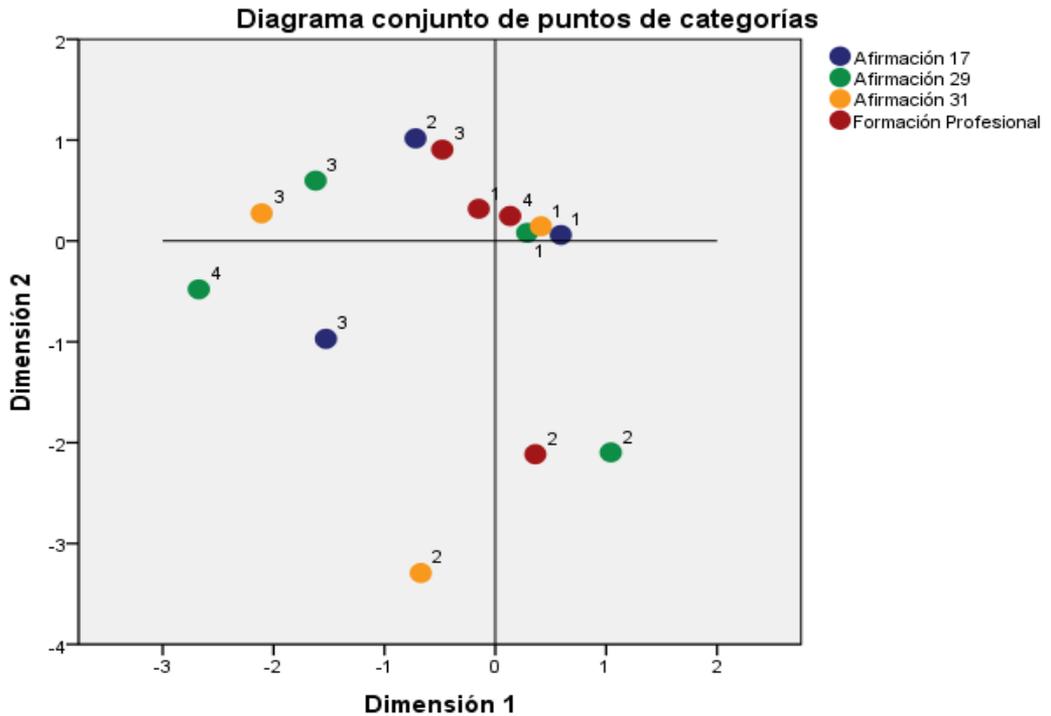
Finalmente, del resultado de análisis de correspondencia de la Categoría 3 Formación del Profesional (**Ver tabla 6, gráfico 4**), se desprende lo siguientes. El Ingeniero Comercial está relacionado con percepciones positivas en distintos niveles (muchas veces y siempre). El Contador Auditor, también tiene mayor relación a percepciones positivas (en un nivel siempre) para la formación profesional. Por otra parte, los ejecutivos que poseen ambas profesiones presentan una clara relación con percepciones positivas (en un nivel casi siempre) respecto a la formación profesional. Los ejecutivos Ingenieros Civiles Industriales o Ingenieros Civiles, tienen clara relación con percepciones positivas (en nivel siempre). Se destaca que las 3 afirmaciones son bastantes coherentes en sus percepciones, ya que están relacionadas entre sí, en las percepciones de igual categoría.

Tabla 6. Variables, etiquetas y valores usados en Análisis de Correspondencia Múltiple.

Variables y/o afirmaciones	Etiqueta	Valores
Formación Profesional	Ingeniero Comercial	1
	Ingeniero Civil Industrial o Ing. Civil	2
	Ing. Comercial y Contador Auditor	3
	Contador Auditor	4
24.- Las funciones del Área/Dpto. de contabilidad serán exitosas para la Gerencia sólo si el personal que las ejecuta incluye dentro de su formación profesional el análisis de gestión en la Organización.	Siempre	1
	Casi siempre	2
	Muchas veces	3
	Muy pocas veces	4
	Nunca	5
25.- Las funciones del Área/Dpto. de contabilidad serán exitosas para la Gerencia sólo si el personal que las ejecuta incluye dentro de su formación profesional el proceso de mejora (s) en la Organización.	Siempre	1
	Casi siempre	2
	Muchas veces	3
	Muy pocas veces	4
	Nunca	5
26.- Las funciones del Área/Dpto. de contabilidad serán exitosas para la Gerencia sólo si el personal que las ejecuta incluye dentro de su formación profesional una visión general de las operaciones de la Organización.	Siempre	1
	Casi siempre	2
	Muchas veces	3
	Muy pocas veces	4
	Nunca	5

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4. Gráfico de dos dimensiones del MCA de la percepción de la función contable Categoría 3 afirmaciones positivas.



Normalización principal por variable.

Fuente: Elaboración propia

Del análisis descriptivo se desprende un cuadro resumen que reúne las relaciones de percepciones de los ejecutivos desde su formación profesional hacia las distintas categorías. **Ver tabla 7.**

Tabla 7. Resumen de las relaciones de percepciones para las distintas categorías

Categorías	Formación Profesional del Ejecutivo de la Administración			
	Ing. Comercial	Ing. Civil Industrial o Ing. Civil	Ing. Comercial y Contador Auditor	Contador Auditor
Actitudes Profesionales (Afir. Negativa)	Relaciones más cercanas con percepción positiva	Relaciones con percepciones negativas en 1 de las afirmaciones	Relaciones con distintas percepciones, 1 de ellas es negativa	Relaciones con distintas percepciones, 1 de ellas es negativa
Responsabilidad del Profesional (Afir. Negativa)	Relaciones más cercanas con percepción positiva	Relaciones más cercanas con percepción positiva, pero sólo en una afirmación	Relaciones con distintas percepciones, 1 es negativa, y 1 es positiva	Relaciones con distintas percepciones, 1 es negativa, y 2 son positivas
Actitudes Profesionales (Afir. Positiva)	Relaciones más cercanas con percepción positiva	Sin relaciones cercanas	Relaciones más cercanas con percepción positiva	Relaciones más cercanas con percepción positiva
Gestión Profesional (Afir. Positiva)	Relaciones más cercanas con percepción positiva	Relaciones más cercanas con percepción positiva, pero sólo en una afirmación	Relaciones más cercanas con percepción positiva	Relaciones más cercanas con percepción positiva
Formación del Profesional (Afir. Positiva)	Relaciones más cercanas con percepción positiva	Relaciones más cercanas con percepción positiva	Relaciones más cercanas con percepción positiva	Relaciones más cercanas con percepción positiva

Fuente: Preparación propia

i. En relación a la categoría de **Actitudes Profesionales** con **tres afirmaciones negativas**:

- Los **Ingenieros Comerciales** poseen relaciones con percepciones positivas a esta categoría, es decir ellos se relacionan a percibir que; los profesionales del área/Dpto. de contabilidad ejecutan con autonomía sus actividades y no dependen de la Gerencia para llevarlas a cabo, por otra parte estos ejecutivos se relacionan con percibir que la actitud de estos profesionales del área no es rígida a la hora de incluir nuevas operaciones contables que son requeridas por la Gerencia, además, los Ingenieros Comerciales se relacionan con percibir que los profesionales de esta área demuestran interés en actualizar y/o incrementar su conocimiento que les permiten aportar valor a la gestión de la Gerencia.

- El **Contador Auditor** posee relación con distintas percepciones para la función de los profesionales del área/Dpto. de contabilidad, es decir; su relación de respuestas es positiva para los profesionales del área/Dpto. de contabilidad dado que ejecutan con autonomía sus actividades y no dependen de la Gerencia y demuestran interés en actualizar y/o incrementar su conocimiento, sin embargo, perciben de manera negativa a estos profesionales del área por cuanto consideran que son rígidos a la hora de incluir nuevas operaciones contables que son requeridas por la Gerencia.

- Los ejecutivos que poseen **ambas profesiones** (Ing. Comercial/Contador Auditor) coinciden con la relación de percepción de los Contadores Auditores en que los profesionales del área/Dpto. de contabilidad ejecutan con autonomía sus actividades y no dependen de la Gerencia y demuestran interés en actualizar y/o incrementar su conocimiento, sin embargo, tienen una clara relación con que los profesionales del área son rígidos cuando se trata de incluir nuevas operaciones contables que son requeridas por la Gerencia.

- Los **Ingenieros Civiles Industriales o Ingenieros Civiles** están más relacionados con percepciones negativas para una de las afirmaciones la cual dice relación con que los profesionales del área/Dpto. de contabilidad No ejecutan con autonomía sus actividades y no dependen de la Gerencia para llevarlas a cabo.

ii. Para la categoría **Responsabilidad del Profesional** con **tres afirmaciones negativas**:

- Los **Ingenieros Comerciales** tienen relación más cercana con percepciones positivas, es decir, ellos se relacionan a percibir que los profesionales del área/Dpto. de contabilidad preparan informes que son de utilidad para la Gerencia, además, tienen relación con percibir que los profesionales del área/Dpto. de contabilidad si utilizan tecnología de la información para preparar informes de utilidad a la Gerencia, y que las funciones del área/Dpto. de contabilidad no se limitan sólo a generar los números contables de la organización, sino también abarca los aspectos cualitativos de esta función.

- La relación de las percepciones que se halló en los **Contadores Auditores** se encuentra separada; La respuesta dice tener relación con percepción negativa en el sentido que estos ejecutivos no consideran que los profesionales del área/Dpto. de contabilidad

preparen informes que sean utilidad para las decisiones que toma la Gerencia. Por otra parte, los mismos ejecutivos también tienen relación con percepciones positivas para las otras afirmaciones de la Categoría; Los profesionales del área/Dpto. de contabilidad si utilizan tecnología de la información para preparar informes de utilidad a la Gerencia, y, las funciones de esta área/Dpto. no se limitan sólo a generar los números contables de la organización, sino también abarca los aspectos cualitativos de esta función.

- Los ejecutivos con **ambas profesiones**, tienen mayor relación a una afirmación positiva y una negativa. De forma positiva ellos tienen mayor relación con que los profesionales del área/Dpto. de contabilidad preparan informes y/o reportes que son de utilidad a las decisiones que toma la Gerencia, y el resultado negativo tiene relación con que las funciones del área/Dpto. de contabilidad sólo se limitan a generar los número contables de la organización y no abarca los aspectos cualitativos de esta función.

- Los **Ingenieros Civiles Industriales o Ingenieros Civiles** tienen mayor relación de percepción positiva en una sola afirmación respecto a la responsabilidad del profesional; Los profesionales del área/Dpto. de contabilidad utilizan tecnología de la información para preparar informes de utilidad a la Gerencia.

iii. En las categorías **Actitudes Profesionales y Gestión del Profesional** con tres afirmaciones positivas, observamos que la formación profesional que poseen los integrantes de la alta administración está relacionado a percepciones positivas, pero en distintos niveles, para las Actitudes Profesionales y para la Gestión del profesional. Así encontramos por ejemplo que:

- Los **Ingenieros Comerciales**, como los **Contadores Auditores**, coinciden con respuestas positivas para las tres afirmaciones de ambas categorías, es decir, los profesionales del área/Dpto. de contabilidad poseen actitud y formación profesional ética en sus funciones contables que se desempeñan en la Organización, además, generan informes contables de gestión que la Gerencia necesita para tomar decisiones en la Organización, y son responsables en el cumplimiento de las normas, políticas y procedimientos internos emanados por la Organización y Gerencia. Estas percepciones hacen que sea una relación positiva las dos categorías evaluadas.

- Por otra parte, los ejecutivos que posee **ambas profesiones** tienen mayor cercanía con una afirmación positiva que indica que los profesionales del área/Dpto. de contabilidad generan informes contables de gestión que la Gerencia necesita para tomar decisiones en la Organización, esto hace que esté relacionado a una percepción positiva la Gestión del Profesional de esta área.

- Por su parte, los **Ingenieros Civiles Industrial o Ingenieros Civiles** sólo poseen relación con percepciones positivas para la afirmación; Las funciones del Área/Dpto. de contabilidad serán exitosas para la Gerencia sólo si el personal que las ejecuta incluye dentro de su formación profesional una visión general de las operaciones de la Organización.

- iv. En la categoría **Formación del Profesional** con tres afirmaciones positivas, observamos que la formación profesional que poseen los integrantes de la alta administración está relacionado a percepciones positivas, pero en distintos niveles, para esta categoría.

- El **Contador Auditor** muestra una mayor relación con percepciones positivas para las 3 afirmaciones, es decir; Las funciones del Área/Dpto. de contabilidad serán exitosas para la Gerencia sólo si el personal que las ejecuta incluye dentro de su formación profesional el análisis de gestión y el proceso de mejora(s) en la Organización y si el personal que las ejecuta incluye dentro de su formación profesional una visión general de las operaciones de la Organización. Sin embargo, las únicas percepciones negativas (muy pocas veces, 4) están relacionadas con el Contador Auditor, pero en menor intensidad que la relación con las percepciones positivas para las 3 afirmaciones.

- El **Ingeniero Comercial**, como así también los ejecutivos que poseen **ambas profesiones** (Ingeniero Comercial y Contador Auditor), y los **Ingenieros Civiles Industriales o Ingenieros Civiles**, muestran relación con percepciones positivas para las tres afirmaciones de la categoría evaluada, es decir; Las funciones del Área/Dpto. de contabilidad serán exitosas para la Gerencia sólo si el personal que las ejecuta incluye dentro de su formación profesional el análisis de gestión en la Organización, también serán exitosas para la Gerencia sólo si el personal que las ejecuta incluye dentro de su formación profesional el proceso de mejora (s) en la Organización, y por último, serán exitosas para la Gerencia sólo si el personal que las ejecuta incluye dentro de su formación profesional una visión general de las operaciones de la Organización.

3. CONCLUSIONES

El resultado de la investigación muestra relaciones cercanas en 21 empresas del gran Concepción - Chile proveniente de las respuestas de los ejecutivos.

Los ingenieros comerciales tienen mayor relación con percepciones positivas en todas las categorías evaluadas; Actitudes Profesionales (en afirmaciones positivas y en negativas), Responsabilidad del Profesional (afirmación negativa), Gestión del Profesional (afirmación positiva) y Formación Profesional (afirmación positiva). En este caso se observa que por el grado de formación profesional, aun cuando los ejecutivos de esta profesión no tienen profundización en la disciplina contable, sin embargo, perciben favorablemente a los profesionales del área/Dpto. en relación la función de la contabilidad dentro de la Organización. En el caso de los Contadores Auditores se observó, en general, que existe relación cercana con distintas de percepciones en las categorías evaluadas, por lo que las respuestas de los Ingenieros Comerciales difieren con los Contadores Auditores. Se observó que los Contadores Auditores fueron más duros a la hora de evaluar la función de la contabilidad hacia sus propios pares disciplinarios. Para los ejecutivos que poseen ambas formaciones profesionales (Ingeniero Comercial y Contador auditor), perciben de manera muy similar a los ejecutivos de formación Contador Auditor. Finalmente, los Ingenieros Civiles Industriales o Ingenieros Civiles, hacen la diferencia marcada en su percepción respecto a la función de la contabilidad. Mayoritariamente, estos ejecutivos tienden a ser más estrictos en sus percepciones respecto esta función. Finalmente, dada las distintas relaciones en las percepciones de los ejecutivos que respondieron la encuesta, efectivamente la percepción de la función contable depende de la formación profesional que poseen los integrantes de la alta administración.

Un segundo análisis de los resultados, indica que, a nivel de categoría de formación profesional, prácticamente todos los ejecutivos coinciden en relaciones más cercanas con percepción positiva, en el sentido que esta área será más exitosa si el personal incluye dentro de su formación profesional el análisis de gestión y el proceso de mejora(s) en la Organización, y si el personal que las ejecuta además, incluye dentro de su formación profesional una visión general de las operaciones de la Organización. Los autores de esta investigación vislumbran una tendencia hacia la especialización de los profesionales que ejercen la función de la contabilidad, en ámbitos tales como; gestión contable, administrativa y financiera. La Administración requiere que sus profesionales vayan más allá de las cifras de los estados financieros, por lo tanto, para estos profesionales será un desafío que las cifras de la contabilidad se transformen en herramientas para tomar decisiones en distintos ámbitos de la organización. Un desafío a futuro será el de investigar los contenidos disciplinares contables y de malla curricular que poseen las carreras de Auditoría / Contador Auditor/ Contador Público y Auditor de las instituciones de educación superior en Chile. Quizá una de las interrogantes que se buscará dar respuesta es; ¿será necesario contar con académicos especialistas en asignaturas específicas para reforzar herramientas como las que los ejecutivos han evaluado a través de su percepción, ¿pero qué otras herramientas más debería potenciar los profesionales de la contabilidad?. Este estudio se limitó sólo a 21 respuestas de la muestra aleatoria, sería interesante ampliar la muestra al máximo de la población posible, repetir esta investigación pero en empresas que no respondieron, sería relevante poder analizar en futuras investigaciones una mayor cantidad de respuestas posibles.

4. REFERENCIAS

- Alvarez - Dardet, C., Cuevas Rodriguez , G., & Araújo Pinzón, P. (1999). Un estudio exploratorio sobre el uso de la información contable de gestión en los procesos estratégicos en las empresas españolas. VIII Encuentros de la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad, 29-46.
- Armstrong, D. (1966). *La Percepción y el mundo físico*. Madrid, España: Tecnos, S.A.
- Arias Castilla, C. A. (2006). Enfoques Teóricos sobre la percepción que tienen las personas. *Horiz. Pedóg.*, 9-22.
- Arnheim, R. (1971). *El pensamiento visual*. Buenos Aires, Argentina: Universitaria de Buenos Aires.
- Balmes, J. (1848). *Curso de Filosofía Elemental* (Corregida ed.). Paris, Francia: Garnier Hermanos. Recuperado el 1 de octubre de 2018, de [https://archive.org/details/cursodefilosofae00balm]
- Buelbas, C. G., & Mejía, G. E. (Octubre de 2014). El papel de la contabilidad de Gestión en el sistema de información contable y su incidencia en la rentabilidad de las empresas. *Panorama Económico_Journal_ ISSN 0122-8900*, 22, 91-108.
- Cañibano, L. (2004). Información Financiera y Gobierno de la Empresa. *Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría*, n°19, 157-223.
- Carrizo, W., & León, S. (2007). ¿Qué realidad representa la Contabilidad? *Pecunia*, 5 (2007), 17-27.
- Dueñas, N. (July/Dec de 2007). La teoría subjetiva del valor en contabilidad: comentarios sobre la valoración con base en las emociones. *Innovar vol.17 no.30*, Print version ISSN 0121-5051.
- Freeman, R. E. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governace. *California Management Review*, 15(3), 88.
- García, M. T. (2004). *Fundamentos y Normativas de la Contabilidad* (Tercera Edición actualizada 2004 ed.). Valparaíso: LexisNexis.
- Gordon, M. J., & Shillinglaw, G. (1978). *Contabilidad* (Vol. Primera Parte). Buenos Aires, Argentina: El Ateneo.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). (I. E. C.V., Ed.) Ciudad de México: McGraw-Hill, 2010.
- Horgren, C., Harrison, W., & Bamber, L. (2003). *Contabilidad* (Quinta ed.). Ciudad de México, México: Pearson Prentice Hall.
- Meigs, R., Meigs, M., Bettner, M., & Whittingtong, R. (1998). *Contabilidad La base para decisiones gerenciales*. Bogotá, Colombia: McGRAW-HILL Interamericana S.A.
- Monterrey, J. (abril-junio de 1998). Un recorrido por la Contabilidad Positiva. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol XXVII n°95, 427-467.
- Palacios, A. S. (2018). La contabilidad. *CAPIC Rewiev*, 14-22.
- Pérez, M. A. (2017). La aplicación de los gráficos radiales en el análisis contable del sector pesquero en Cataluña: Gráfico radial y análisis contable. *Revista Internacional de Economía y Gestión de las Organizaciones*, Volúmen 1, número 2.
- Santibañez, C. (2017). La Contabilidad. *CAPIC Review*, 20-30.
- Zeff, S. (Marzo de 1985). Evolución de la Teoría Contable. Las investigación empírica. *Contaduría Universidad de Antioquía*, 25-53.

Curriculum de los miembros del Comité Editorial

Arcadio Cerda Urrutia

Ph.D. in Agricultural & Resource Economics, Oregon State University

MBA Master of Business Administration, Oregon State University

M.Sc. in Agricultural and Resource Economics, OSU

Ingeniero Comercial, Universidad de Concepcion

Licenciado en Ciencias Económicas, Universidad de Concepción

Profesor de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Talca, Chile

Áreas de interés

Economía Ambiental, Economía de Recursos Naturales, Economía aplicada, Economía Agraria

Samuel Mongrut Montalván

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, con especialidad en Economía

Financiera, de la Universidad de Barcelona (España), Magíster en Economía de la

Universidad de Maastricht (Holanda) y Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad del Pacífico.

Profesor de Finanzas en la Escuela de Graduados del Tecnológico de Monterrey, México

Jorge Pérez Barbeito

Master en Administración y Gestión de Empresas, Universidad Católica de Lovaina, Bélgica.

Ingeniero Comercial, Universidad del Norte.

Área de Conocimiento: Finanzas.

Profesor Facultad de Administración y Economía de la Universidad de Santiago de Chile

Osvaldo Pino Arriagada

Profesor del Departamento de Economía y Finanzas,

Universidad del Bío-Bío, Concepción, Chile

M.S. in Economics

Ph.D. in Economics

Áreas de Especialización

Insumo-Producto, Empleo

Claudio Rojas Miño

Ingeniero Comercial, Pontificia Universidad Católica de Chile

Diplomado en Gestión del Desarrollo Regional en el Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES)

Doctor en Sociología, Universidad Complutense de Madrid, España

Ignacio Vélez Pareja

Ingeniero Industrial, Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia (1962-1966).

M. Sc. en Ingeniería Industrial University of Missouri Columbia, Missouri, U.S.A. (1967-1968).

Profesor en Finanzas y Director de Relaciones Internacionales e Inter Institucionales en el Politécnico Grancolombiano, Bogotá (Colombia)



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y FINANZAS

HORIZONTES EMPRESARIALES

Normas para autores/as

Horizontes Empresariales es una revista enfocada en las áreas temáticas de la Economía y las Finanzas, en todas las ramas, cuyo objetivo es la difusión del conocimiento entre la comunidad académica y profesional, través de la publicación de artículos inéditos, relevantes, de alta calidad.

Se privilegia la publicación de la producción intelectual con origen en investigaciones científicas o tecnológicas y que susciten artículos de investigación, reportes de casos, ensayos, revisiones bibliográficas, y otros que sigan una rigurosa metodología investigativa con aportes significativos a una determinada área de conocimiento.

- El Comité Editorial se reserva el derecho de publicar los artículos que cumplen con los criterios de publicación de la revista.
- Previamente a la publicación, los artículos serán sometidos a la valoración de pares anónimos, el concepto que estos emitan se les dará a conocer a los autores.
- Los autores son responsables de obtener los permisos para reproducción de material con derechos de autor (imágenes, fotos, etc.), los cuales serán anexados dentro de los documentos enviados para postulación.
- Se recibirán artículos en español y en inglés

Los artículos deben contener:

1. Hoja de presentación del artículo. Primera página del documento debe separarse del resto del manuscrito. Incluye:

TÍTULO EN ESPAÑOL

(Arial, tamaño 10, mayúscula, centrado, negrita, no debe exceder las 20 palabras)

TÍTULO EN INGLÉS

(Arial, tamaño 10, mayúscula, centrado, negrita, no debe exceder las 20 palabras)

Nombre Autor 1 (Arial, tamaño 9, izquierda, negrita sólo nombre autor)

Cargo – Profesión

Universidad o institución/empresa (dirección de correspondencia)

e-mail: Autor1@institución (quitar hipervínculo)

Nombre Autor 2 (Arial, tamaño 9, izquierda, negrita sólo nombre autor)

Actividad – Profesión

Universidad o institución/empresa

e-mail: Autor2@institución (quitar hipervínculo)

Resumen en español

(Título: Arial, tamaño 10, minúscula, centrado, negrita)

El resumen no debe exceder las 120 palabras e incluirá: objetivo del trabajo, metodología, y el resultado o recomendación más importante que surge del trabajo. (Texto: Arial, tamaño 10, justificado)

Palabras Claves: mínimo 3, máximo 5 (Arial, tamaño 10, justificado)

Clasificación JEL: para todos los artículos.

Abstract in English

(Título: Arial, tamaño 10, minúscula, centrado, negrita)

El abstract debe escribirse en inglés (traducción fiel al inglés del resumen), no debe exceder las 120 palabras. (Texto: Arial, tamaño 10, justificado)

Keywords: mínimo 3, máximo 5 (Arial, tamaño 10, justificado).

JEL Classification: para todos los artículos.

*Si es el caso, se debe anexar la información básica de las investigaciones que dan origen al artículo, fuentes de financiación y agradecimientos a los que se dé lugar (opcional).

2. Cuerpo del artículo. Empieza en la segunda página del archivo con un orden similar al siguiente:

1. INTRODUCCIÓN

(Título: Arial, tamaño 10, mayúscula, centrado, negrita, título enumerado)

Da cuentas de los antecedentes y el objetivo de investigación. Plantea el hilo conductor del artículo. (Texto: Arial, tamaño 10, justificado, interlineado 1,0).

2. DESARROLLO

(Título: Cada ítem debe ir enumerado, Arial, tamaño 10, mayúscula, centrado, negrita)

Se presenta y justifica la metodología escogida; para luego pasar a desarrollarla y mostrar los resultados de la aplicación de la misma, como su discusión. (Texto: Arial, tamaño 10, justificado interlineado 1,0).

2.1. Subítem 1

2.2. Subítem 2

(Título de cada subítem debe ir enumerado según corresponda al ítem principal - Arial, tamaño 10, minúscula, izquierda, negrita)

3. CONCLUSIONES

(Título: Arial, tamaño 10, mayúscula, centrado, negrita interlineado 1,0)

Se resaltan los principales aspectos del artículo mas no representa un resumen del mismo. Se resaltan las recomendaciones, limitaciones del artículo y se plantean futuras líneas de investigación. (Texto: Arial, tamaño 10, justificado).

4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(Título: Arial, tamaño 10, mayúscula, centrado, negrita interlineado 1,0)

Se presentarán de acuerdo al estilo APA. Se incluirán en el cuerpo del texto de dos formas: (Texto: Arial, tamaño 10, justificado).

- Como narrativa (se encierra entre paréntesis sólo el año de publicación, ejemplo: Apellido (año)).
- Como referencia (se encierra entre paréntesis el apellido del autor y el año, ejemplo: (Apellido, año)). En el caso de ser más de dos autores cite el apellido de todos la primera vez y luego sólo el primero seguido de "et al."

EJEMPLOS:

a) Revista: Apellido, inicial(es) del nombre (año). Título artículo. Nombre de la revista, Volumen (Número), rango de páginas citadas.

1. Jensen, M. y Meckling, W. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. Journal of Financial Economics, 3(4), 305-360..

b) Libro: Apellido, inicial(es) del nombre (año). Título (# ed., rango de páginas). Ciudad: Editorial.

c) Ponencia o comunicado en congreso: Apellido, inicial(es) del nombre (año). Título de ponencia o comunicado. Editado por (Ed.). Título del congreso (rango de páginas citadas). Ciudad. Editorial.

d) Internet: Apellido, inicial(es) del nombre (año). Título. Recuperado el día del mes del año, de dirección electrónica.

5. ANEXOS

(Título: Arial, tamaño 10, mayúscula, centrado, negrita)

3. Tablas y gráficos.

TABLAS, GRÁFICOS, FIGURAS

- Las tablas, gráficos y figuras se insertarán en texto y además deben enviarse en un archivo aparte al del artículo.
- En el texto se deben mencionar todas las tablas, gráficos y figuras antes de ser presentados.
- Todos los gráficos, fotografías y tablas se deben centrar en el texto.
- Cada una de estas categorías llevará numeración en el título (continúa de acuerdo con su aparición en el texto).
- Las imágenes que sean copiadas de otro texto, deben ser de buena calidad, en blanco y negro de preferencia, en formato jpg o gif.
- La ubicación que les corresponde dentro del texto.
- Las tablas, gráficos y figuras deben tener fuente, las que sean copiados reproducidos de otras fuentes, deben agregar el número de página del que fueron tomados, en caso de no ser de “elaboración propia”.
- Las tablas, gráficos y figuras no deben tener líneas horizontales y en general, deben diseñarse en escala de grises o en blanco y negro; en las figuras puede haber excepciones de color.

EJEMPLOS:

Tabla 1. xxx

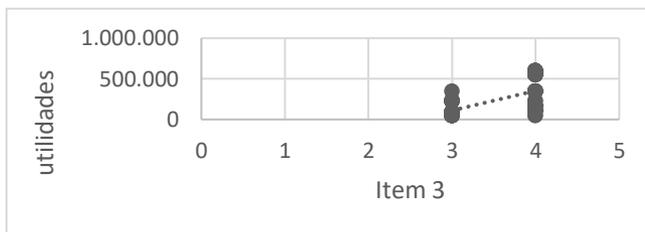
(Título arriba de tabla: Arial, tamaño 10, centrado, negrita)

Nombre	ítem	ítem	ítem

Fuente: xxx (Arial, tamaño 8, centrada)

Gráfico 1. xxx

(Título arriba de gráfico: Arial, tamaño 10, centrado, negrita)



Fuente: xxx (Arial, tamaño 8, centrada)

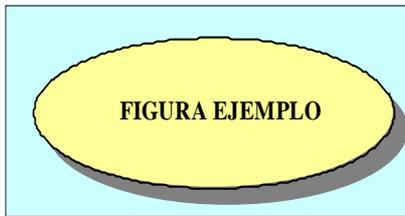


Figura 1. Ejemplo de Figura

(Título debajo de figura: Arial, tamaño 10, centrado, negrita)

Fuente: xxx (Arial, tamaño 8, centrada)

4. Ecuaciones. Las ecuaciones se realizarán únicamente con el editor de ecuaciones.

- Las ecuaciones deberán estar numeradas con el número entre paréntesis y al margen derecho del texto. (Texto: Arial, tamaño 10)
- Todas las ecuaciones deben enumerarse en orden de aparición.
- Para su mención utilice la abreviatura: Ec. (n°)

EJEMPLO:

$$V_{GS} = V_{GG} - I_D R_S \quad \text{Ec. (1)}$$

5. Notas de pie de página: Se mostrará solo información aclaratoria, cada nota irá en numeración consecutiva y sin gráficos.

EJEMPLO:

¹ OCDE, 2014. Oficina europea de lucha contra el fraude (OLAF). *“Detección de conflictos de intereses en los procedimientos de contratación pública en el marco de las acciones estructurales”*.

² Término que procede del griego "monos", que significa etimológicamente uno. El monismo es la doctrina filosófica que defiende que todas las cosas son uno.

(Texto: Arial, tamaño 8, justificado, sangría francesa 0,25 cm.)

6. Citas textuales. Corresponde a material citado original de otra fuente. Una cita textual corta (con menos de 40 palabras) se incorpora en texto y se encierra entre comillas dobles (“ ”).

7. Consideraciones generales:

- a) **Extensión:** No exceder de 20 páginas en total (incluye bibliografía, gráficos, tablas y anexos).

- b) **Márgenes:** Márgenes superior e inferior 2,5 cm y márgenes izquierdo y derecho 3 cm
- c) **Formato texto y páginas:** Fuente Arial, tamaño 10, 9 u 8 según corresponda (ver en cada ítem anterior), tamaño de página carta, interlineado 1.0, márgenes simétricos de 3 cm.
- d) Los artículos se deben redactar en **tercera persona del singular (impersonal)**, contar con adecuada puntuación y redacción, carecer de errores ortográficos.
- e) **Abreviaturas y Acrónimos**, defínalos la primera vez que sean utilizadas en el texto. Evite emplear abreviaturas en el título, salvo que resulte imprescindible.

Recepción de artículos, arbitraje y evaluación

Los artículos deben ser totalmente inéditos y, por tanto, se incorporan a los registros de base de trabajos para evaluación, y los autores ceden a HORIZONTES EMPRESARIALES los derechos sobre los mismos.

Los escritos se evalúan inicialmente por el Consejo Editor y el Comité Editorial, quienes determinan la pertinencia de su publicación. De acuerdo con el interés temático de la Revista, los artículos son enviados anónimamente a árbitros especialistas en temas de Economía y Finanzas. Cada trabajo es enviado a la evaluación de dos árbitros, los que podrán recomendar: (i) su publicación original; (ii) su publicación sujeta a modificaciones; (iii) su no publicación. En caso de discrepancia, ésta se resuelve enviando el artículo a un tercer árbitro. La decisión final sobre la publicación del artículo, es competencia exclusiva del Comité Editorial de la Revista. En caso de no publicación, HORIZONTES EMPRESARIALES, fundamentará a los autores las razones aducidas para ello.

Para postular un artículo se deberá enviar un correo a la dirección hempresa@ubiobio.cl con los siguientes archivos:

- a) Artículo en archivo en Word ajustándose a todas las normas para autores(as)
- b) Formulario de postulación de artículos
- c) Archivo de gráficos, tablas, de preferencia en Excel

Al cabo de dos a tres días deberá recibir un acuso de recibo de los documentos. En caso contrario podrán comunicarse con los editores de la Revista a los teléfonos (56-41-2731715 o 56-41-2731272) o a los correos hempresa@ubiobio.cl, lmendez@ubiobio.cl



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

SEDE CONCEPCIÓN



SEDE CHILLÁN



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

En las áreas de postgrado y continuación de estudios, la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Bío-Bío ofrece los siguientes programas:

CAMPUS CONCEPCIÓN

- Magister en Gestión de Recursos Humanos y Habilidades Directivas
- Magister en Gestión Tributaria
- Magister en Ciencias de la Computación
- Diplomado en Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial
- Programas Especiales de Continuación de Estudios de:
 - Ingeniería Comercial
 - Ingeniería de Ejecución en Administración de Empresas
 - Técnico Universitario en Administración

CAMPUS CHILLAN

- Magister en Agro-Negocios
- Magister en Ciencias de la Computación
- Magister en Dirección de Empresas
- Diplomado en Gerencia Pública
- Programas Especiales de Continuación de Estudios de:
 - Ingeniería Comercial
 - Ingeniería de Ejecución en Administración
 - Técnico Universitario en Administración

CAMPUS LOS ANGELES

- Programas Especiales de Continuación de Estudios de:
 - Ingeniería Comercial
 - Ingeniería de Ejecución en Administración
 - Técnico Universitario en Administración

Telefonos 41-311-1472
42-463314
43-329899

Diriga sus consultas a:

E-mail: jsaez@ubiobio.cl
E-mail: nquinez@ubiobio.cl
E-mail: cetorres@ubiobio.cl

Concepción
Chillán
Los Angeles

H O R I Z O N T E S E M P R E S A R I A L E S

ISSN 0717-9901

18-2



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO