

PROGRAMA DE ESTUDIO

INVERSIONES DE IMPACTO

Misión Facultad de Economía y Negocios

“La misión de la Facultad de Economía y Negocios es formar profesionales de excelencia en el campo de la administración, la economía, el emprendimiento y la innovación, que se distingan por su capacidad en la creación de nuevos negocios, su integridad y compromiso con el desarrollo del país.”

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS					
2. Carrera	INGENIERÍA COMERCIAL					
3. Código del ramo	EELF553					
4. Ubicación en la malla	V año, X semestre					
5. Créditos	10					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio		Electivo	X	Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	0	Ayudantía	0
9. Pre-requisito	No tiene					

Perfil de Egreso del Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo

“El Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo es un profesional formado en el campo de la administración, capaz de comprender la evolución de la economía nacional y mundial, y capaz de realizar en forma exitosa funciones de gestión y creación de negocios. Se caracteriza por su capacidad emprendedora, liderazgo y trabajo en equipo, comprometido con el desarrollo del país, actuando con rectitud en su quehacer académico y profesional, y preparado para enfrentar el mundo del trabajo”

B. Aporte al Perfil de Egreso

A través de las inversiones de impacto se busca generar beneficios sociales y medioambientales logrando además retornos económicos. Este curso explorará esta disciplina financiera que está experimentando un fuerte desarrollo, y que genera entusiasmo, pero al mismo tiempo escepticismo.

Este curso aborda temas fundamentales para entender como las empresas deben enfocar sus estrategia de negocios para ser sustentables en el mediano y largo plazo. Parte importante de la reflexión y estudio se centrará en el rol social de la empresa, para lo que se analizarán diversas visiones, modelos y tendencias.

Esta asignatura pertenece al ciclo “Título Profesional”.

C. Objetivo de Aprendizaje General de la asignatura

Entregar una visión amplia de la disciplina de las inversiones de impacto y de otras temáticas relacionadas a la obtención de retornos económicos y sociales, con especial atención a la realidad chilena.

D. Unidades de Contenido y Objetivos de Aprendizaje.

Unidades de Contenidos	Objetivos de Aprendizaje
<p>Unidad I: Introducción a las inversiones de impacto</p> <p>Ámbito, definición y características de las Inversiones de impacto.</p>	<p>Comprender el ámbito de las inversiones de impacto y adquirir un marco conceptual.</p>
<p>Unidad II: Conceptos de Finanzas</p> <p>Teoría moderna de portafolio, CAPM, modelos alternativos, preferencias del inversionista.</p>	<p>Revisar los conceptos de finanzas que están en la base de las inversiones de impacto.</p>
<p>Unidad III: Inversiones Socialmente Responsables</p> <p>Tendencias, criterios ESG, portafolios SRI.</p>	<p>Comprender el ámbito de las inversiones socialmente responsables.</p> <p>Conocer cómo se construye un portafolio SRI.</p>
<p>Unidad IV: Negocios Sostenibles</p> <p>Las empresas y su rol social, Responsabilidad Social Corporativa, concepto de <i>stakeholders</i>, <i>The Performance Frontier</i>, <i>Shared Value</i>, <i>Conscious Capitalism</i>, Emprendimiento Social, Empresas B, entre otras.</p>	<p>Explorar la manera en que empresas privadas entienden su rol social y conocer los distintos modelos y conceptos que se aplican en la actualidad.</p>

<p>Unidad V: Modelos de Impacto</p> <p>Microfinanzas, Base de la Pirámide.</p>	<p>Conocer modelos de negocios que han abierto nuevas oportunidades, a la vez que han ampliado -o intentado ampliar- el mercado hacia segmentos de menores ingresos y generando así un impacto social.</p>
<p>Unidad VI: Filantropía y ONGs</p> <p>Concepto de filantropía y su historia. Desarrollo en el último tiempo y tendencias como el <i>Philanthrocapitalism</i>.</p>	<p>Comprender el ámbito de la filantropía y su rol en las inversiones de impacto.</p>

E. Estrategias de Enseñanza

El curso se dictará a través de clases expositivas en las que se incentivará la participación activa de los alumnos. Se expondrán casos reales y se analizarán temas actuales, por lo que es necesario que los alumnos estén al tanto del acontecer nacional. Se entregará material adicional para lectura personal y para el trabajo en grupos, que será parte de la materia de estudio obligatorio del ramo.

F. Estrategias de Evaluación

El curso se evaluará mediante dos Certámenes, un trabajo de Investigación Grupal y un Examen final. El trabajo de Investigación Grupal se realizará durante la mayor parte del semestre y deberá presentarse en dos etapas, mediante dos presentaciones orales en clase apoyadas por Power Point y un Informe Final escrito.

Los procedimientos de evaluación podrían ser los siguientes:

Evaluaciones	Porcentaje
Certamen 1	20%
Certamen 2	20%
Proyecto Grupal	30% (presentación inicial 10%, presentación final 20%)
Examen	30%

Las fechas de las evaluaciones se definirán posteriormente al comienzo del curso.

Se exige un mínimo de asistencia de 75%.

G. Recursos de Aprendizaje

Brealey, Myers & Allen. (2010) Principios de Finanzas Corporativas. Novena Edición. McGraw-Hill, México. Capítulo 9.

Porter, Michael E., and Mark R. Kramer. "Creating Shared Value." Harvard Business Review 89, nos. 1-2 (January–February 2011): 62–77.

Milton, F. (1970). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. The New York Times Magazine, pp.173-178.

Eccles, Robert G., and George Serafeim. "The Performance Frontier: Innovating for a Sustainable Strategy." Harvard Business Review 91, no. 5 (May 2013): 50–60.

Bibliografía adicional se irá indicando a lo largo del curso.