



FACULTAD
DE **INGENIERÍA**
UNIVERSIDAD FINIS TERRAE

2021

DESAFIOS PARA CHILE



FACULTAD
DE **INGENIERÍA**
UNIVERSIDAD FINIS TERRAE

2021
DESAFIOS PARA CHILE

Los desafíos se enfrentan con Innovación

Según la RAE Innovación es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado. Pero innovar no siempre significa éxito y de ahí viene una gran incógnita.

¿Lo que se me ocurrió, es una buena idea o es realmente una buena idea de negocios?

Todos hemos tenido buenas ideas, pero si es tan buena , por qué no la hemos llevado a la práctica... la creatividad, se trata de conectar cosas.

Por lo anterior presentamos las variables que debemos conjugar para crear esta "Fórmula del éxito estas son :

$$I = (C + T) \times D^2$$

Innovación = (Creatividad + Tecnología) x Datos

#warketingTheory



FACULTAD
DE **INGENIERÍA**
UNIVERSIDAD FINIS TERRAE

2021
DESAFIOS PARA CHILE

Muchas innovaciones comenzaron como preguntas curiosas, pero lamentablemente los curiosos se ven enfrentados siempre a tan detestable frase **“Siempre lo hemos hecho así”**

Esta claro que la curiosidad ayuda a que los negocios funcionen bien, pero se deben desbloquear esa intención de investigar para descubrir.

85 de nuestros alumnos de la Facultad de Ingeniería de la universidad Finis Terrae, nos cuentan cuales son los desafíos que nos veremos enfrentados el próximo año en Chile.

Espero que sea el comienzo de ese despertar de curiosidad para después de investigar, puedan crear soluciones con innovación y ser un gran aporte para Chile

Sergio Gajardo Ugás
sergio@warketing.cl
Docente de Marketing
Universidad Finis Terrae



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

MARKETING

1



Switch 2021

Ciertamente el año 2020 fue bastante complicado tanto para las empresas, como para los civiles. La pandemia de COVID-19 afectó de tal forma, que muchas pymes y empresas tuvieron que terminar sus actividades para poder vivir esta etapa de la vida. Es por esto, que en el año 2021 se plantea el desafío de cambiar el estilo de vida y las formas de organización de las personas, considerando que estaremos viviendo un periodo pandemia y de post-pandemia en caso de que la vacuna llegue al país.

En base a lo mencionado anteriormente, se debe reorganizar la vida de las personas asumiendo un escenario de nueva normalidad. En el caso de las pymes, debido a que muchas quebraron por la pandemia, se tiene el desafío del cambio de modelos de negocios rentables en esta nueva normalidad y mas que eso, se debe cambiar la mentalidad y el “Switch” para poder adaptarse de la mejor manera y vivir nuevamente un periodo que pueda ser estable.

La mascarilla, el alcohol gel, el distanciamiento y el temor del contagio, es algo que se vive en todos lados del país, y es por esto que el año 2020 se cataloga como uno de los peores para mucha gente, llevando consigo pobreza, bancarrotas, aumento de la delincuencia, morbilidad y mortalidad, etc., de modo que, ciertamente se debe realizar este cambio de “Switch” pensando que no se puede vivir como en años anteriores, sino que, cambiando la forma en que uno vive, produce, publicita o vende. Se debe ser activo y productivo pensando en el futuro, adelantándose a las oportunidades y amenazas que debemos afrontar y eso solo se puede realizar aceptando que estamos viviendo en una nueva realidad.

Alumno: SEBASTIÁN IGNACIO LASTRA ITURRA
slastrai@uft.edu



Tecnología que no se te pase el tren

Uno de los desafíos más importantes que se viene presentando hace un largo tiempo, es la modernización de las empresas, sean o no del área tecnológica deben saber estar “en línea” para poder expandirse y crecer o simplemente no quedar en el olvido por no satisfacer las nuevas necesidades y comodidades que entregan los avances tecnológicos.

Ya bien conocidas son las empresas que fueron olvidadas por el reemplazo de las tecnologías y estas empresas tecnológicas como en el caso de Blockbuster – Netflix. Si bien son evoluciones del área digital que representa un cambio completamente necesario, también existen empresas con poco contenido online o paginas con precario contenido e información a futuros clientes. Es conocido y sabido lo importante que se convirtió la venta de productos vía online debido a la pandemia mundial, esto agudizo aun más la necesidad de subirse al carro de la tecnología como se vio obligado gran parte de empresas y quienes no lo hagan se arriesgan a perder nuevos clientes y ser arrasado por las empresas.

La tecnología es el futuro de las empresas y queda demostrado con la gran cantidad de personas conectadas, el 53% del mundo esta conectado a diario a internet

Alumno: JAVIER IGNACIO GONZALEZ FARFAN
jgonzalezf1@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

2



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

3

MARKETING

Redes sociales, la mayor fuente de publicidad.

Como se ha visto a lo largo de los años la tecnología ha avanzado a pasos gigantescos, pero esto ¿Puede generar problemas?

La tecnología tiene múltiples usos, sin embargo hoy en día las redes sociales se utilizan de una manera impresionante por marcas y empresas, éstas las ocupan con el fin único de publicidad, el principal beneficio de las redes sociales es que la publicidad resulta ser gratis, a menos que quieras pagar “publicidad” para de este modo los que usan esta plataforma y no te sigan puedan conocer tu marca.

¿De qué modo una marca y/o empresa pueden realizar publicidad gratuita?

Hoy en día se está utilizando mucho los “concursos” y para participar en ellos la mayoría de veces debes seguir 3 simples pasos, cómo compartir la publicación comentar y etiquetar a 3 amigos, y dar like a la publicación. La principal ventaja de este modo de publicidad es que si eres amigo de alguien es principalmente por que tienen gustos en común, es decir este amigo que etiqueta a 3 amigos es probable que a uno de esos 3 también le interese el concurso y quiera participar y es por ello que de esta forma múltiples personas irán conociendo el producto.

A medida que crezcan las redes sociales irá creciendo la competencia, además hoy en día se puede observar que muchas personas que son famosas o son de la televisión utilizan productos de marcas pequeñas, sin embargo estos famosos deben etiquetar a la marca y mostrarla de este modo hacer una especie de “canje” el cual conociste en recibir un producto gratis o descuento en cambio de publicidad por el famoso a través de su redes sociales.

Cada día debe darse más a conocer estas plataformas y enseñarle a empresas un buen uso de estas con sus respectivos horarios cuando subir una foto o un concurso, ya que una publicación que se sube a las 8 de la mañana no tendrá las mismas visitas que una que se sube a las 19 horas, ya que en el último horario mencionado la gente se encuentra en su casa, o simplemente va viajando en transporte público con su celular y sin la preocupación de que no llegará atrasado a ningún lado.

Alumno: PEDRO PABLO RIQUELME GUTIÉRREZ
priquelmeg@uft.edu

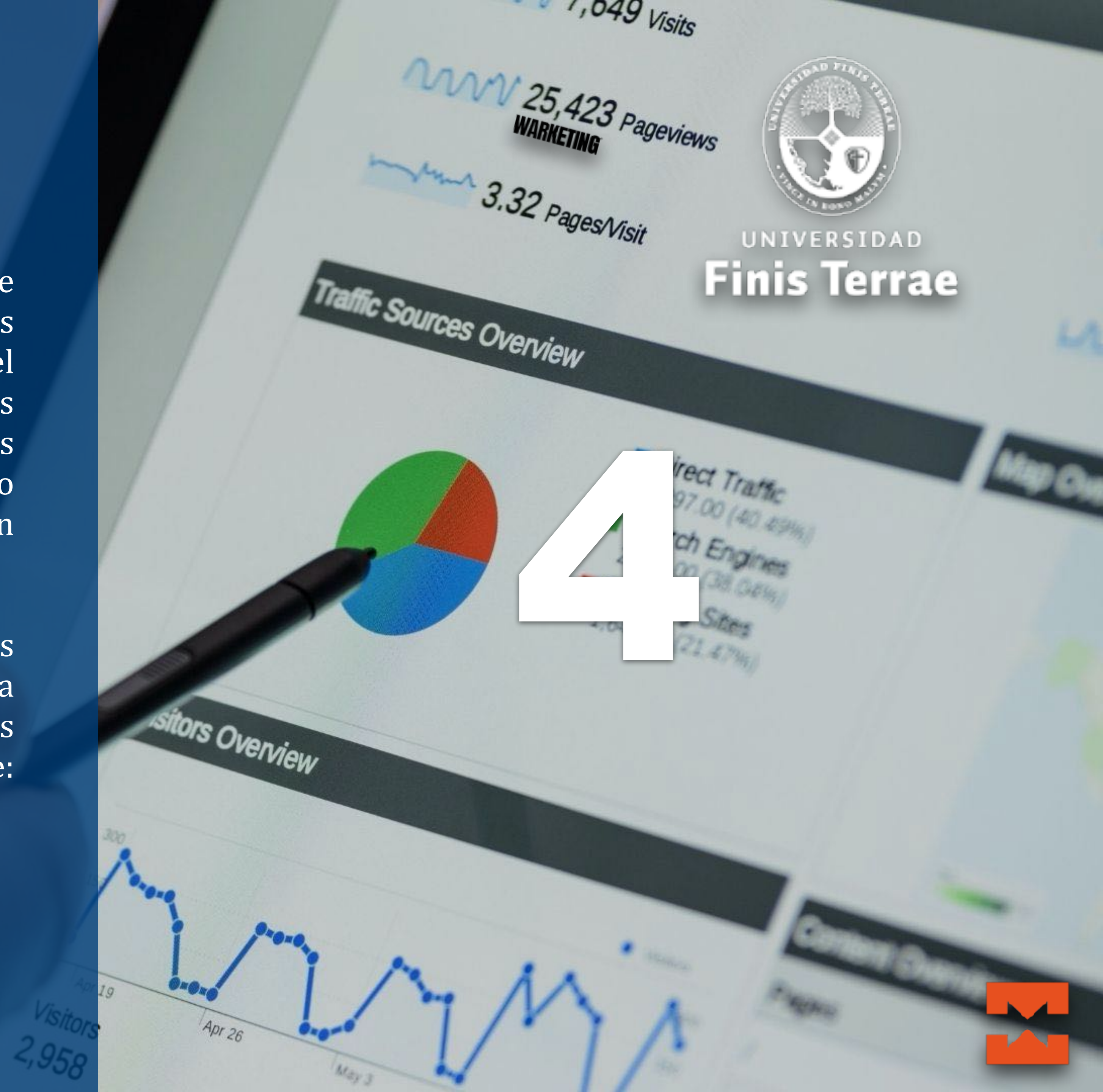


El Futuro de los cambios o los Cambios del Futuro

El neuromarketing del 2021 engloba una serie de aspectos relevantes para la vida de los consumidores, principalmente empatiza con el bienestar, protege y cuida. Cumple con las expectativas del futuro, piensa en cómo los factores externos inciden en la vida de las personas y cómo mejorar los posibles problemas que se puedan presentar.

Es moderno, actual, está pensado en lo que nos mueve. Por lo mismo nos entretiene, llama la atención, es creativo y cautiva. Cumple con las expectativas que espero y las mejora. Importante: es responsable

Alumno: CHRISTOPHER JARA ALARCON
cjaraa@uft.edu





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

5

Eres un Marketologo

En mi opinión el año 2021 debiera tener un mercado bastante grande para lo que es marketing, debido a bastantes hechos importantes del año que estamos viviendo actualmente, pero no obstante cada hecho conlleva un desafío, el ejemplo más claro que coincide a nivel mundial es el coronavirus (Covid-19), pero si bien marketing, ya está trabajando desde comienzo de año con este hecho, no ha sido tan creativo a mi punto de vista, siento yo que se puede mejorar mucho la forma de dar la información, y poder llamar la atención del receptor del mensaje de una manera más práctica y más entretenida, ya que siento que todo lo que se ha intentado hacer con respecto a este tema en particular es muy monótono, por lo que para mí un gran desafío que tiene marketing a nivel mundial es captar la atención de los receptores de una manera más entretenida o creativa desde mi punto de vista.

Otro desafío que se da en marketing pero a nivel nacional, es crear publicidad o generar una publicidad que deje contenta a las dos caras de la moneda como se puede decir, debido a que en Chile a mi forma de ver las cosas, todo se debe decir con bastante prudencia, ya que el descontento a una gran masa se puede generar con lo más mínimo, por lo tanto se debe crear conciencia y de una forma inteligente y creativa, ya no sexualizando un cuerpo o generando algún tipo de burla hacia algo o alguien, el marketing de ahora debe ser inclusivo, que nadie se pueda sentir incomodo o fuera del grupo.

Alumno: MATÍAS IGNACIO SOTO FAÚNDEZ
msotof1@uft.edu

5G y el futuro de las Pymes

Chile cuenta con alrededor de 206.773 empresas pymes, de las cuales cerca del 20% se especializa en las ventas online, según los datos del índice de la Fundación País Digital (2016). Facturas electrónicas y plataformas e-commerce son algunos de los métodos que utilizan hoy las empresas a la hora de usar la tecnología. En este contexto, se estima que el 3,4% del PIB de la economía digital dependería sólo de las pymes. La implementación de las nuevas tecnologías que se incorporan con el 5G permitirá mejorar muchos de los servicios que pueden entregar, permitiendo que tecnologías como la realidad aumentada y la IA se utilicen en gran medida debido a la gran capacidad y los minúsculos retrasos de red que hay en comparación con la generación anterior.

Entre las mejoras que la quinta generación puede brindar está la mejora en la transmisión de datos y las capacidades de gestión remota que se pueden aplicar en el sector retail, donde las pymes podrían identificar los dispositivos móviles de las personas que entran en sus establecimientos, y así acceder a su historial de compra y enviarles propuestas personalizadas que incentiven su consumo. Por último, sería igual aplicable transmitir datos de realidad virtual (VR) o realidad aumentada (AR) teniendo en cuenta la gran velocidad y capacidad que la nueva generación puede brindar, y así poder ofrecer a los clientes la posibilidad de adquirir ropa, accesorios y otros productos, permitiendo que estos puedan probarlos y verlos virtualmente debido a la rápida conexión y baja latencia que disminuye los retrasos de red.

Alumno: JUAN IGNACIO HERNÁNDEZ VILLA
jhernandezv@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

6

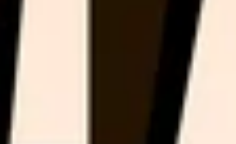




UNIVERSIDAD

Finis Terrae

HAND
SANITIZER
MARKETING



7

Lo Normal de la Nueva Normalidad

Para el año 2021 probablemente continúen los casos activos de covid-19 en Chile, cosa que el gobierno sabe y maneja. Es por esto que para mantener al país funcionando han implementado un sistema llamado 'Nueva normalidad', este consiste en que las personas puedan hacer su vida de manera 'normal' como lo hacían antes de la pandemia, pero tomando las medidas de seguridad pertinentes. Dichas medidas consisten en 'aforo máximo permitido', 'dispensadores de alcohol gel a la entrada de cualquier establecimiento', 'uso de mascarilla obligatorio' y 'medidores de temperatura para las personas'.

Con estas medidas se buscan reducir los índices de contagio al mínimo y permitir que las personas se encuentren seguras al momento de ir a un restaurante, centro comercial, tienda o cualquier lugar público. Todo esto con el fin de reactivar la economía;

A todo este proceso se le ha llamado 'nueva normalidad'. Pero, ¿presenta un verdadero desafío para el año 2021 este nuevo sistema de vida? La verdad es que si, para ejemplificar dicha aseveración basta con fijarse en lo que está ocurriendo en países de Europa, los cuales luego de implantar este sistema se han visto forzados a volver a sus cuarentenas obligatorias, presuntamente por un aumento en los contagios. Solo queda ver que pase en unos meses y ver cómo se desarrollara el 2021 con este nuevo sistema de vida para un mundo que parece no estar pronto a desarrollar una vacuna.

Alumno: JORGE ALONSO ARISMENDI AVILA
jarismendia@uft.edu

Trabajadores motivados, mejores resultados

Estudios comprueban que la motivación influye a grandes escalas en la productividad laboral, además de que si existe una relación positiva entre jefe y trabajador, entre los colegas y buenas condiciones de trabajo, hace que el rendimiento laboral sea mucho más alta, hoy en día, debido a la cuarentena, el estrés causado por el confinamiento y la sobrecarga laboral son las grandes murallas que impiden al trabajador el poder obtener una motivación al laburar, haciendo que su rendimiento y motivación lleguen a ser mínimas o casi nulas debido a la falta de relación, comunicación y la constante supervisión hacia los trabajadores en esta situación de confinamiento obligatorio.

Es por esto que se propone una relación más estrecha entre trabajadores y jefes, donde existan reuniones motivacionales, mayor flexibilidad y reconocimiento por los logros obtenidos, con el fin de motivar y lograr una comunicación entre los trabajadores, dismiuir el estrés y aumentar la motivación..

Alumno: MELANIE ALLISON DIAZ AQUIMA
mdiaza5@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

8

MARKETING





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

9

El lugar donde los sueños se hacen realidad

Cuando hablamos de videojuegos, ya no solo pensamos solo en la Xbox o el PlayStation, al contrario, a salido tanta consola o computadores adaptados para esto que el rubro crece y crece. Para el 2021 las expectativas son mas altas, debido a que uno pasa mas tiempo en su casa y a su vez aumenta el tiempo de ocio, un juego se puede darse vuelta en una tarde y ahí va quedando en la colección.

Por lo que también es un gran desafío para los desarrolladores de los juegos y sus empresas, por que el cliente va aumentando sus expectativas, va aumentando sus exigencias y busca algo que lo saque de su zona de confort, algo que lo saque de su rutina de estar en la pieza y que lo lleve a sentirse que es lo que siempre quiso, pero nunca imagino. Las expectativas son altas y la cantidad de compradores también, es un rubro que si se sabe manejar y se escucha al consumidor se puede generar grandes cosas y grandes ingresos, además.

Alumno: SEBASTIAN JESUS BERNAL HERMOSILLA
sbernalh@uft.edu



Contaminación medioambiental en industrias

¿Deseas matar a personas por los desechos tóxicos que genera tu empresa?

Hoy en día la importancia de la contaminación en las industrias es muy relevante, principalmente por el daño exponencial que está generando esto en el medio ambiente. Tal es el caso de una empresa en Chile ubicada en Concepción, la cual fue creada hace muchos años por lo que no está regida por ninguna institución que proteja el medio ambiente. El daño que ha generado en la ciudad es preocupante, principalmente por los desechos tóxicos que genera la fabricación de su producto, en donde la empresa no posee ningún tipo de filtración para estos desechos, por lo que sale al aire sin ningún tipo de cuidado.

Este caso se puede repetir en diferentes empresas alrededor del mundo, ya que la conciencia medioambiental que poseen estas, sobre todo en países que están en vías de desarrollo, no es tan importante como en países ya desarrollados. En la actualidad, se requiere con urgencia el cambio en estas empresas, ya que el futuro de hoy es cuidar el medio ambiente.

Alumno: MAITE SOFÍA FLORES PINO
mfloresp@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

10





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

11

¿Qué te asegura que no tendrás cáncer este 2021?

El calentamiento global va en aumento con el pasar del tiempo y sin nada que lo detenga, esto significa también la debilitación de nuestra protectora capa de ozono, la cual mantiene a toda la humanidad a salvo de los rayos ultravioleta emitidos por el sol. Chile se encuentra en una de las zonas en las que no se encuentra mucho ozono, dejando un gran paso de estos rayos UV, los mayores causales del cáncer a la piel.

La intensidad de la luz es un indicativo de esto, junto a las altas temperaturas que año a año van aumentando y que la población se ve sometida y expuesta a esta consecuencia que provocó el mismo ser humano. Además, de pasar a ser el tercer tipo de cáncer más común en nuestro territorio según la OMS. Esto debido al estilo de vida de vida de los chilenos, que involucra estar a la intemperie por distintos motivos, sin tomar las medidas precaucionarías necesarias para evitar esta enfermedad oncológica.

Por lo tanto, consiste en un desafío tanto en cuidar nuestro planeta, como las medidas que se proponen para evitar este aumento en el diagnóstico de cáncer a la piel en Chile.

Alumno: ALEXIS ANDRES MUÑOZ NAVARRETE
amunozn@uft.edu

Hacer viajar al viajero

Chile tricontinental, es un país largo y rico en recursos naturales, es sabido, que presenta casi todos los paisajes y ecosistemas existentes en el planeta, desierto árido en el norte, hermosos valles en el centro, dos cordones montañosos (cordillera de los andes y de la costa) en donde uno tiene grandes reservas de nieve para efectuar cualquier tipo de actividad recreativa, tiene también más de 4000 km de hermosas playas en su costa, luego en el sur bellos bosques vírgenes, regiones llenas de lagos y ríos con grandes afluentes, grandes volcanes que nos ofrecen excelentes termas naturales, al extremo sur se encuentran campos de hielos con icebergs milenarios que se destruyen y auto regeneran constantemente, cabe mencionar terreno antártico y cientos de islas en la Patagonia.

Sin embargo, a pesar de todo lo mencionado Chile es un país poco conocido por los ciudadanos del mundo, no lo saben ubicar en un mapa, no saben qué existe el nombre como tal, menos aún la existencia de estos bellos paisajes que acabo de nombrar. Entonces la crítica que hago apunta al poco turismo que se recibe a pesar de las facilidades que el estado ofrece para ingresar como turistas (los sudamericanos solo con carné sin pasaporte, y europeos con pasaporte sin VISA), claramente hay una carencia de publicidad y una mala estrategia de Marketing, ya que, no se ha fomentado el exteriorizar nuestra cultura como nación, ya sea rica o pobre (ya queda a juicio y gustos de cada quien culturalmente hablando, pero mostrarla como somos, es decir, que al menos exista algún estereotipo fácil de reconocer por cualquier persona en el mundo al ver nuestra bandera o escuchar nuestro nombre.

Por consiguiente, si históricamente ha existido esta decadente estrategia de marketing y pobre publicidad, ¿Qué pasará ahora que estamos en mitad de una pandemia, donde el viajero teme salir y visitar países por miedo al contagio? Es por ello, que hay mucho trabajo por hacer, hay un gran desafío por delante, el turismo se ha visto fuertemente afectado por esta enfermedad, el marketing y la publicidad serán claves para volver a reactivar este sector de mercado, la idea es incentivar al viajero a que siga viajando, pero a Chile, que seamos siempre la primera opción de viaje cuando piensen en Sudamérica. Es un lindo, pero gran desafío que el marketing correspondiente al turismo tiene por delante este 2021, incentivar el turismo local, fomentar que vuelvan los extranjeros a recorrer nuestro país, promover la constante mejora en la calidad de hospedajes y servicio en los tours, exteriorizar nuestra cultura musical y gastronómica, en lo posible crear positivos estereotipos que permitan hacer popular la bandera y nombre de Chile alrededor del mundo.

Alumno: FERNANDO ADRIAN ROJAS ARIAS
frojasa1@uft.edu



13

Capacidad transformadora de la época, ¿Qué cambios nos esperan?

La cuarta revolución industrial está destinada a transformar la forma en la que hacemos negocios como vivimos nuestras vidas a un ritmo más acelerado de lo que no imaginamos. La primera revolución industrial utilizó la fuerza de vapor para mecanizar la producción a través de la máquina, la segunda revolución industrial vino con la producción en masa con la energía eléctrica, posteriormente la tercera revolución industrial llegó con la automatización de la producción con la electrónica y la tecnología de la información.

La cuarta revolución industrial salió a la luz por primera vez en el 2014 con la aparición de fábricas inteligentes y la gestión online de la producción. Surgió en las empresas con la necesidad de integrarse a los cambios digitales y globales, donde todo lo físico comenzó a ser reemplazado por lo digital donde las empresas salieron beneficiadas aumentando su productividad en un 10%. Esta cuarta revolución industrial impulsa la utilización de inteligencia artificial(AI), blockchain, computación cuántica, nanotecnología, robótica, internet de las cosas(IoT), impresión 3D, vehículos autosuficientes y almacenamiento de materiales.

Como país se debe potenciar este tipo de industrias, preparando profesionales necesarios, pero debe ser de manera rápida para lograr competir, la tecnología avanza a un ritmo acelerado donde cualquiera puede quedar atrasado si es que no empieza a desarrollar estas tecnologías.

La Cereza que reventó el pastel

Mi principal hobby es hacer diferentes tipos de cosas dulces (ya sea tartas, kuchen, queque, etc.), por lo que a raíz de la pandemia cree mi propio emprendimiento este año para poder generar un ingreso más en mi casa. Ha sido un tema bastante difícil debido a que la competencia aumenta cada vez más gracias al gran impacto que tienen las redes sociales y el aumento de las personas cesantes, además, si no tienes buena propaganda, no eres movida y no tienes un círculo de apoyo tampoco es que puedas surgir mucho más allá. Es por esto que para el 2021 no veo que vaya a ser muy diferente, al contrario, cada vez existen más emprendedores, que por un lado es muy bueno, pero por el otro también eso significa más competencia, teniendo que crear nuevas estrategias para llegar a más público y seguir con el ritmo de ventas. Sumado a esto, la gente muchas veces compra por el precio sin importarle la calidad, que es otro factor que influye mucho, ya que uno no puede bajar los precios ni tampoco bajara la calidad. Es un tema sumamente complicado, el aumento de emprendedores, ya sea de cualquier tipo, es tan alto y todos tan parecidos que poder encontrar algo que te guste hacer y que marque una diferencia y puedas decir que eres el primero o uno de los primeros en hacerlo es sumamente importante. El saber que puedes trabajar en algo independiente y que además te apasione debe ser lo más gratificante del mundo.

Alumno: MAGDALENA TRINI RUIZ CÁCERES
mruizc2@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

14





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

15

Ciudadanos líderes (Y) Responsables

Un desafío de carácter país es lograr una mayor apertura al dialogo, alza en la participación ciudadana, aumento en la autonomía de las personas, una mayor equidad en las personas y un desarrollo sostenible para el país, es por esto que se plantea contar con una estrategia país, con el fin de lograr los avances en los aspectos antes mencionados y estar preparados de cara a los cambios que se avecinan y por consecuencia, los desafíos a nivel nacional que estoy conllevan, y el propósito es transformar la cultura chilena desde un modelo social vertical, basado en el autoritarismo, hacia un modelo social horizontal, basado en nuevos valores como la autonomía, el respeto y la colaboración; revalorizando a la persona por sobre el Estado y el mercado para que todos, sin excluir a nadie, alcancemos la auto realización que anhelamos. Nuestras iniciativas, tendientes a transformar el rol del Estado, buscan que este actor relevante facilite el bienestar sostenible de las personas, sin generar dependencia, para que logremos la autonomía e independencia económica lo antes posible. En términos prácticos, buscamos que el Estado sea un punto apoyo, y no un obstáculo, con tal de que la persona sea capaz de iniciar y concretar sus proyectos personales y de contribuir significativamente a la sociedad en aquello que mejor sabe hacer y que más lo realiza.

Alumno: MATIAS IGNACIO CASTILLO MORALES
mcastillom@uft.edu

MARKETING



Combatiendo los rollitos que dejó la cuarentena

Han sido más de 237 días en CONFINAMIENTO, donde el aumento de peso hoy en día es cada vez más habitual en Chile debido a la cuarentena en donde uno no puede estar seguro de la fecha en que terminará el encierro, siendo ya 9 meses desde que se ha hecho oficial la cuarentena, el aumento de peso y sobrepeso se debe a que los chilenos no tienen un espacio donde ejercitar debido a reducidos espacios dentro de los domicilios o la prohibición del uso de máquinas de ejercicio gratuitas que se encuentran en parques o caminos verdes, incluyendo el cierre de gimnasios y locales deportivos. Además de que el aumento de clases y teletrabajo online, ha tenido una gran repercusión convirtiendo por obligación a los chilenos en sedentarios, afectando tanto a niños como a adultos y adultos mayores. Se propone una campaña de enseñanza del autocuidado físico y nutrición en épocas de cuarentena, donde el ejercicio sea fundamental tanto dentro y fuera del hogar, para así reducir el sedentarismo y reducir el estrés causado por el confinamiento, para así lograr que el impacto de la cuarentena cuando esta termine sea menor y sobrellevar los últimos tiempos de esta misma.

Alumno: Melissa García
mgarcia3@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

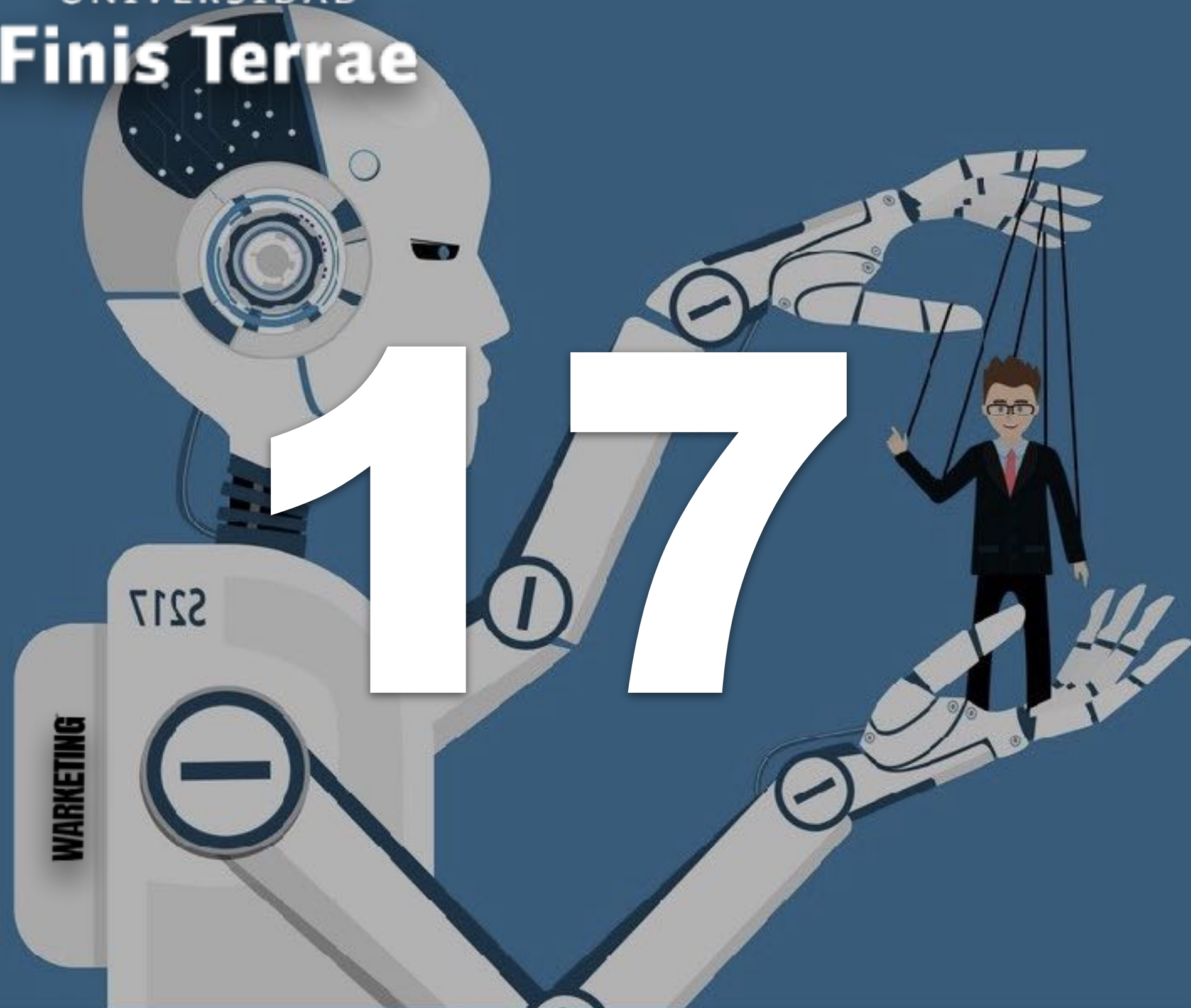
16

MARKETING





UNIVERSIDAD
Finis Terrae



Controla la tecnología o ella te controlará a ti.

Como desafío para el 2021 espero que tenga un gran impacto la tecnología para el avance de las empresas tanto a nivel nacional como internacional, por lo que la gente debe adaptarse de mejor manera a esta para que no queden “obsoletos”, teniendo en cuenta que los avances tecnológicos van a pasos agigantados, logrando automatizar procesos que antes solo podían ser realizados por especialistas en algún tema, generalmente dejando desempleados a muchos de los que no lograron adaptarse a esta nueva forma de trabajo.

Dado esto, las personas deben hacer distintos tipos de cursos de adaptación para manejar maquinarias nuevas, realizar seguimientos que antes se hacían en papel mediante una Tablet o un computador, además de enseñar desde la base a los niños para adaptarse al cambio a tan temprana edad. Por otra parte, tenemos la actual pandemia como punto de partida para los avances apresurados de las empresas, que deben día a día solventar los problemas de comunicación y trabajo a distancia, apremiando cada vez más al trabajador que logra realizar todas sus labores desde la comodidad de su casa, y prácticamente desechando a quienes no son capaces de adaptarse a la nueva forma de trabajo.

Si hablamos de restaurantes, estos han tenido que soportar el gran peso de una pandemia mundial sobre sus hombros, ya que han debido en su mayoría cerrar debido a que no tienen clientes, por lo que muchos han optado por funcionar solo con delivery para así no ser un foco de contagio frecuente para las personas que frecuentan ese tipo de locales de comida.

Por esto y mucho más, la implementación de una mentalidad abierta al cambio tecnológico es muy importante para este 2021, que se espera comience de la misma forma de la que terminará este 2020, lleno de nuevas amenazas y desafíos.

Alumno: ALEJANDRO IGNAC LINEROS VILLARROEL
alinerov@uft.edu



Maltratas animales cada vez que te maquillas

Cuando usas cosméticos no cruelty free, estás comprando un producto que usan animales para testear sus productos, lo que hace que los animales sufran porque les irritan la piel y los ojos, no consumas productos a costa de la crueldad animal y prefiere cosméticos cruelty free que además tienen mejores beneficios en nuestra piel.

Estos productos tienen el mismo valor y son de buena calidad, incluso hay varias marcas que trabajan con este tipo de productos y son económicos. No hay excusa para seguir usando cosméticos que no son cruelty free y seguir dañando a los animales que no tienen nada que ver.

NATASHA PALOMA SALINAS OSSES
nsalinaso@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

18

MARKETING





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

19

Cuando ni el papel esta exento de delitos

En Latinoamérica uno de los problemas más importantes a la hora de ver cifras globales, es la delincuencia, por distintos tipos de delitos, narcotráfico, femicidios, corrupción, consumo de drogas, robo, homicidios, entre otros; son de los delitos más graves relacionados a la delincuencia en la zona.

- En términos de homicidios América Latina es una de las regiones más peligrosa a nivel internacional, debido al incremento de la delincuencia organizada transnacional vinculada al narcotráfico y a otros delitos como el tráfico humano y prostitución
- Para el narcotráfico, Latinoamérica siempre ha sido la cuna de la producción de drogas, cocaína, cannabis, entre otras drogas.
- El aumento de asesinatos de mujeres, los índices de impunidad y las demandas de las organizaciones de mujeres lograron se reconozca el feminicidio como crimen penado en varios países, entre ellos Chile, Costa Rica, México, Perú, El Salvador y Nicaragua.
- Los casos de corrupción a lo largo de todo el continente, en Chile: Penta, SQM, pollos, farmacias, entre un largo etcétera, generan desconfianza con las empresas a nivel general.

Al mirar el amplio espectro de delitos y que no se distingue entre pobres o ricos queda en claro que el problema no solo es la falta de dinero, sino también un problema cultural, es ahí donde radica el desafío, en cambiar la cultura de los países, en hacer entender que sacar ventaja del otro es menos beneficioso que actuar en conjunto, disminuir el concepto del yo por sobre el otro, en otras palabras, realizar el concepto de mente colmena.

Alumno: MAXIMILIANO STE CORTÉS AQUEVEQUE
mcortesa@uft.edu



MARKETING

¿Podremos dejar de quemar nuestro planeta?

Si bien es cierto que la producción de energía mediante recursos renovables está incrementando en los últimos tiempos, todavía quedan por afrontar algunas cuestiones que pueden frenar su urgente implantación.

Los costes de la producción de energía renovable se están reduciendo enormemente desde hace un tiempo. El próximo paso es el de desarrollar sistemas de almacenamiento que permitan su integración masiva en la red y seguir abaratando su coste.

Actualmente, las energías renovables constituyen el 20 % del consumo de electricidad a nivel mundial. A su vez, de dicho porcentaje, el 90 % responde a la energía producida por centrales hidroeléctricas (aquellas que utilizan los saltos de agua para poner en movimiento las turbinas que generan la electricidad).

El reto de cara al futuro será sin duda encontrar la manera de gestionar la electricidad generada por diferentes fuentes ya que si no se abarata su coste, será difícil alcanzar un sistema eléctrico 100 % renovable.

Alumno: IJORGE IGNACIO ALVAREZ G.
jalvarezg2@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

20





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

21

CLOSED

MARKETING

No esperes a que el virus se vuelva buena persona ¡Adapta tu PYME!

En la actualidad no es un misterio que los más afectados en el ámbito del negocio son los emprendimientos o pymes, porque la mayoría son pequeños locales de venta física, sin redes sociales, tampoco página web ni canales de venta online. Tremendo balde de agua fría les cayó en la espalda cuando las autoridades sanitarias establecieron cuarentena a nivel nacional, imposibilitando la llegada de clientes a sus pymes y por ende la venta de sus productos.

Un gran desafío se les viene encima y si es que no lo están cursando ahora el de modernizarse y adaptar su PYME con las nuevas tecnologías, para así no sucumbir y verse en la necesidad de tener que cerrar el emprendimiento que con tanto esfuerzo y ganas construyeron, existe a día de hoy un programa del gobierno que entrega una ayuda a los emprendedores para este proceso, llamado “Digitaliza tu Pyme”, sin embargo, los únicos que pueden decidirse y motivarse a incorporarse a esto son los propios dueños. No tengan miedo, atrévanse, modernícense, resurjan, ¡que lo más difícil ya pasó!

Alumno: JUAN SEBASTIÁN URETA GONZÁLEZ
juretag@uft.edu

Cuidado con los sobregiros en la biodiversidad de tu hogar

El planeta tierra entro en un déficit ecológico al momento de finalizar los primero 8 meses del año, desde 2015 que esto sucede. Este déficit quiere decir que la humanidad ha utilizado todos los recursos naturales disponibles que el planeta puede reponer en un año. Según Global Footprint Network, para lograr sostener el nivel de consumismo que posee la humanidad de una manera sostenible, es necesario poseer 2,4 planetas y 1,2 países Chile (en un año). Alrededor de un tercio de los alimentos que se producen a lo largo del mundo para el consumo humano se pierde, y más del 50% de residuos en una casa corresponde a desechos de materia orgánica lo cual equivale a unas 0,8 toneladas de gases de efecto invernadero por persona al año. La naturaleza es el hogar de todas las especies que habiten en ella, desde el organismo más pequeño hasta nosotros, la humanidad, que últimamente ha sido el actor principal en todo lo que está ocurriendo, la naturaleza nos da vida y se la estamos quitando, para estos sucesos no existen recompensas ni castigos, solo consecuencias.

Chile agoto todos sus recursos disponibles el 18 de mayo del 2020, fue el primer país Latinoamericano en entrar en sobregiro ecológico, y tú, ¿estas dispuesto a cooperar para evitar este desmoronamiento paulatino de tú hogar y el de tu familia?

LUIS EDUARDO ROMERO GUAICO
lromerog1@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

22





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

23

Se aprende más de la inocencia de un niño que de la ignorancia de un adulto

A pesar de que actualmente la gente es más consiente y tolerante sobre la comunidad LGBTQ+. Sigue habiendo muchas personas que todavía les falta tratar de empatizar y entender sobre lo que significa, además se tiende a tergiversar conceptos, por ejemplo, si hay un hombre que se viste con falda o lleva el pelo largo, se tiende a asociar y ya se afirma que esa persona es “homosexual”, sin embargo, ser homosexual es más que vestirse de cierto modo. Algunos pensamientos de discriminación ante esta comunidad se van adoptando según lo que aprende de su alrededor a medida que una persona va creciendo. Entonces, es un gran desafío para el 2021, que las futuras generaciones sean educadas para poder respetar la existencia de la comunidad LGBTQ+ y no malinterpretar ciertos comportamientos que son independientes de los gustos que pueda tener. Un niño no nace discriminando, ya que su inocencia no permite que este tenga pensamientos o comportamientos discriminatorios, por lo tanto, es importante educar a los niños para que estos crezcan en una comunidad donde todas las personas con distintos pensamientos y gustos sean respetadas. Normalizar que ver a una persona vestida fuera de lo que se llama “común” dentro de los estándares sociales no es algo raro, ya que toda persona es libre, en este aspecto, de adoptar una forma de vestir, peinarse, de pensar, etc.

Alumna: LEXY MOORREEN GIL PISANQUILICHE
lgilp@uft.edu



La decadencia del Marketing OffLine se adelanta

La digitalización de las empresas hoy en día es clave para no desaparecer en el tiempo , la digitalización de los canales de las empresas es necesario debido a que la información se ha vuelto en el recurso mas importante para las empresas y en este ámbito hay un quiebre en en la relación marketing online y offline debido a que el marketing online en este 2020 tras la pandemia aumento sus beneficios y compradores por sobre el marketing offline , un ejemplo de esto son los descuentos y servicios gratuitos como el despacho a domicilio que se encuentran en el marketing online , esto genera que el comprador cambie su perspectiva de como comprar y se vera reflejado en 2021 , el desafío del marketing offline para el 2021 será equilibrar la balanza con servicios atractivos como los que presenta el marketing online y a la vez poder interactuar entre lo online y offline para generar una mejor experiencia al cliente

Alumno: EDUARDO IGNACIO SAAVEDRA ARAYA
esaavedraa@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

24





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

25

MARKETING

Un Minuto para encontrar

Hoy en día a un click y en 1 minuto somos capaces de encontrar la información que nosotros queramos, para ello solo hace falta tener ganas de aprender y querer culturizarse cada vez mas. Se propone como desafío 2021, ya que la población no tiene muchos hábitos de lectura, lo que provoca que sean muy fáciles de manipular. Es por ello que para tener una mejor sociedad con mayores oportunidades y capacidades es necesario que lean, eso provocara que cada persona tenga una opinión propia y no se deje manejar por las masas. Los países son lo que son por las personas que ahí habitan, porque todos contribuyen a que la sociedad sea cada vez mejor, es por ello que se propone crear fundaciones que reciclen libros y puedan estar en disposición de todos en parques, plazas y en la misma calle a costo cero. Con distintos temas para que así lean material que aporte a su aprendizaje eso mejoraría la lingüística, fonética y conocimientos.

Alumno: IGNACIO FELIPE DIAZ MORAN
idiazm1@uft.edu



La tecnología sin cabeza

Si, suena aterrador el título, pero no es más que en la actualidad, las empresas pueden separar su presentación “front end” de su funcionalidad de datos de “Back-end” para crear experiencias de compra personalizadas. Es tan simple como decirle a Siri o Alexa, que reponga su café favorito o realizar compras instantáneas fuera de las redes sociales. Entonces, ¿Por qué sería esto tan importante? En resumen, la gente se está avocando mucho más a ese tipo de comercio. Investigaciones muestran que el 86% de las empresas afirman costos de adquisición de clientes en los últimos 24 meses. Esto significa: 1) Organizaciones deben maximizar ROI de costos netos de adquisición de clientes. 2) Centrarse en el desarrollo y retención de clientes es importantísimo.

La idea es buscar ir más allá de la experiencia de conectar todo, desde almacenes a tiendas y servicios en línea. Las empresas en 2021 podrían ser más eficientes y optimizadas, además de tener una ventaja sobre la competencia si adoptan estas medidas de rápida manera.

Alumno: Felipe Arévalo Garcías
farevalog@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

27

Ragnarök en el Retail y el virus que destruyó los cimientos del mercado conocido

A nivel mundial, el coronavirus obligó a grandes empresas de Retail y supermercados a cerrar sus puertas forzándolas a optimizar su sistema de ventas online con delivery y, más actualmente, los retiros en tienda. Luego de casi un año de confinamiento, comienzan a aparecer preguntas sobre los desafíos para el próximo año aparentemente libre de coronavirus o al menos con una nueva normalidad con un mundo resentido e inseguro. Uno de estos desafíos para el 2021 involucra a las empresas anteriormente mencionadas y cómo convencer tanto a los inversionistas en reabrir sus puertas y despertar a estos gigantes de su hibernación además de los clientes quienes deberán reemplazar el formato online del que muchos se hicieron muy amigos durante este periodo (además que las organizaciones aceleraron su retrasado avance en cuanto al uso de estas tecnologías) para retornar a un formato que, hoy en día, parece arcaico y obsoleto. Luego, el desafío asociado para el marketing corresponde a cómo convencer a los stakeholders de reincorporar estas empresas al mercado “ignorando” los cambios sucedidos durante este año o, de frente, plantear una estrategia para un giro de tuerca y abandonar el formato pre-pandemia enfrentando ambas partes en una guerra sin cuartel.

Alumno: FELIPE LEON DE LA BARRA BARDAVID
fleondelabarras@uft.eu>



Tu “opinión” podría matar a una persona

Así mismo, tu “opinión” podría matar a una persona, o mejor dicho, podría desencadenar la muerte de una y no es una exageración ni nada similar, pero ¿Bajo qué contexto? ¿Cómo puede suceder? ¿Y porque tanto énfasis en las comillas?

Sucede que el mundo pasado el 2010, y más aún en pleno 2020, no es el mismo que el año 2000 y el siglo pasado, pero bueno, eso es lógico, la conectividad, el internet, el gran aumento de la tecnología cada año ha cambiado drásticamente nuestras vidas, y con cada cambio, se crea para resolver un problema, pero con este, pueden crearse varios más, y a esto me refiero a las redes sociales.

Hoy en día las redes sociales han cobrado mucha importancia, si bien en un inicio era solo para subir fotos, o solo hablar, han cambiado tanto que son la fuente de información más útil y rápida que existe hoy en día, para bien o para mal, y cada vez más gente las usa, e incluso a temprana edad, y sucede, que nadie nos educa en el uso del internet o redes sociales, quizás nuestros padres o algún conocido, de no ser así, aprendemos por experiencia, pero a grandes rasgos se cree que las redes sociales no son dañinas, pues solo estás en tu celular o pc, compartes cosas y ves cosas, pero para muchas personas, esto podría ser un escape de la realidad, y en estos tiempos de pandemia, su uso ha aumentado.

Pero retomando el título, ¿Por qué alguien podría morir? Sucede que no es lo mismo interactuar frente a frente con una persona de verdad, a diferencia de solo escribir por chat, o dejar comentarios, por lo tanto muchas personas se sienten con el “poder” de decir y hacer lo que quieran, puesto no les importa los demás, y sienten que escribir algunos insultos no es la gran cosas, pero si uno está en su casa, lugar de estudio o trabajo, no sería grato tener personas que te traten mal insulten a cada rato y te critiquen en diversos aspectos, y en las redes sociales esto ocurre de igual manera y más seguido, personas solo viven su vida y hacen lo que quieren, pero si reciben comentarios negativos excusándose de ser solo una “opinión” y que tienen el derecho de opinar y decir lo que sienten, algunas personas podrían tomarlas muy fuerte y ser capaces del suicidio, aunque esto se da también fuera de las redes sociales.

¿Qué desafío hay en esto? Poder lograr que cada ambiente sea grato y positivo para cada uno, si bien ya es difícil lograr esto en la vida real, en comunidades de las redes sociales lo es más aun, pues involucra a muchas personas, y probablemente una educación al respecto, y empezar a tomar las redes sociales como algo más serio, puesto ya es parte de nuestras vidas, sería el primer paso para lograr cambios pertinentes a tiempos más modernos.

Alumno: BENJAMIN ESPINOZA C.
bespinozac@uft.edu





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

29

Del Gob a las Pymes con EF para Todes

Existe una asombrosa cifra de fracaso de las PyMEs. El trámite de iniciación de actividades es fácil y rápido, pero la ceguera financiera es una constante. Para el país, es una de las más importantes fuentes de ingresos, alcanzando 70% del mercado laboral.

El analfabetismo financiero es una de las principales causas de la quiebra de los emprendimientos y las formas de resolverlo implementadas por los distintos periodos de gobierno, no han sido suficientes.

La forma de llevar a cabo cambios realmente útiles debe estar establecidas como políticas públicas, orientadas desde 3 puntos acción. La primera, es impartir este aprendizaje desde las escuelas a forma de estimular el manejo adecuado del dinero. La segunda, tiene un enfoque hacia la edad más adulta, a personas que comienzan con un emprendimiento o ya lo tienen. Y por último, a la banca estatal, para aquellos que ya tienen algún tipo de comercio y buscan ahorros o créditos para su negocio.

La educación financiera debe partir desde el nivel básico en los colegios de Chile e ir en avance en el programa curricular hasta la enseñanza media. Actualmente, existe un programa de similares características del SERNAC, pero es de incorporación voluntaria.

Con respecto a los negocios que comienzan o son activos, se deben implementar programa de cursos básicos de educación financiera al momento de realizar el trámite de iniciación de actividades o aumentar el giro, y que la asistencia a dichas citas, están sujetas a una calificación como emprendedor que resulte atractivo para el sistema financiero. También deberá existir una convalidación de conocimientos, para aquellos ya poseen educación financiera y puedan prescindir de efectuarlos.

Para la banca estatal, se aplicaría el mismo sistema de cursos de educación financiera, a modo de fomentar el progreso de sus clientes PyMEs, mediante la formación de contenidos económicos, que les otorgue ciertos privilegios que haga interesantes a aquellos que los toman.

Estas medidas lograrán que los emprendedores potencien su negocio, le den crecimiento, orden y mejoren su calidad de vida.

Alumna: MARIANELA ANDREA CRUZ TORRES
mcruzt@uft.edu



Quien posee la información, genera experiencia.

¿Te has puesto a pensar en cuanto aumentó el uso de redes sociales en tiempos de pandemia? Ha aumentado en un 52,1%, esto quiere decir que se posee un 52,1% de información más que tiempos anteriores sobre el comportamiento de los usuarios. ¿Y que estamos haciendo con ese incremento?, este es un desafío 2021, donde se tiene la oportunidad de estudiar con mayor profundidad al cliente y personalizar la relación con cada uno mediante estos datos estructurados o desestructurados de información de la persona con la finalidad de no solo entregar el producto o la parte tangible que desea, sino saber lo que al cliente le agrada más o le agrada menos, intereses, contexto, anticiparnos o predecir el comportamiento del cliente y así prevenir reclamos, es decir, preocuparnos de la parte intangible la cual es la experiencia, porque hoy en día las empresas no son los que buscan a los clientes, son los clientes que buscan a las empresas y se debe a que están más conectados, son clientes online por lo tanto el producto o servicio no se termina cuando se entrega sino cuando se ve lo que genera el producto o servicio en ese cliente (cesaciones, emociones y experiencia), para acertar en ese ámbito se debe conocer a la persona y tenemos las herramientas y un 52,1% más información sobre el cliente para generar lo intangible.

Alumno: JAIME ISMAEL CONTRERAS BASTÍAS
jcontrerasb1@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

30





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

31

Un compromiso con el hogar de todos.

En Chile como en otros países se utiliza la producción de energía a través de medios alternativos con fin de economizar costos energéticos, pero estos no siempre son amigables con el medioambiente generando así las emisiones de gases efecto invernadero. Al producir energía se utiliza carbón o combustibles fósiles los cuales emiten los gases de efecto invernadero y estos al pasar los años fueron creciendo, debido a que en Chile aun utilizan mucho la producción de energía de esta forma.

Los gases de efecto invernadero no solo son producidos por el sector energético pero la gran parte de estos sí, la reducción de estos al pasar los años permitirá colaborar con el control de las temperaturas en el mundo, y en caso de no hacerlo la temperatura global sobrepasara los 1,5°C respecto de los niveles preindustriales, lo cual produciría un grave impacto en el lugar en donde vivimos, la tierra. Chile se sumo en el año 2010 al Acuerdo de París, el cual lucha contra el cambio climático y el compromiso es reducir la emisión de gases de efecto invernadero llegando a eliminarlos en el año 2050. El desafío que tiene Chile para el año 2021 es comenzar a poner en marcha la propuesta para lograr el compromiso y ser un aporte en nuestro planeta tierra.

Alumna: Nayarett Parra Castillo
nparrac@uft.edu



MARKETING

¿Adaptándose para vivir o resistiendo para sobrevivir?

Hoy en día se vive una crisis sanitaria que ha afectado al mundo de una forma que nunca se había visto, el coronavirus se ha hecho presente en millones de personas causándoles la muerte en muchas ocasiones, debido a esto el sector económico ya sean locales, emprendimientos, malls, entre otros, han tenido que cerrar sus puertas dejando a un amplio sector sin trabajo y remuneraciones. Lo mencionado anteriormente ha sido un gran problema para las autoridades ya que existe un gran nivel de desempleo.

El desafío para el próximo año sin duda es saber controlar y lograr disminuir el índice de desempleo con el fin de que las personas afectadas puedan vivir una vida sin complicaciones y dignas, ya que de ahí viene el título de este desafío “¿Adaptándose para vivir o resistiendo para sobrevivir?”. Lo cual indica que las personas son capaces de adaptarse a las distintas situaciones y dificultades que se puedan desarrollar a lo largo de sus vidas para poder vivir tranquilamente, o al contrario existiría una resistencia por parte de ellos para sobrevivir, cabe mencionar que los términos vivir y sobrevivir son completamente distintos porque uno se refiere a tener vida y ser feliz en cambio la otra simplemente a vivir en situaciones adversas en la incomodidad.

Alumno: JUAN CARLOS FLORES CÁRDENAS
jfloresc@uft.edu

MARKETING



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

32





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

33



¿Te capacitas o pierdes el teletrabajo?

Debido a la actual pandemia que se está viviendo actualmente, se han visto afectadas muchas personas las cuales tiene bajo conocimiento de los avances tecnológicos en el mundo laboral, todas las nuevas plataformas que se utilizan para la comunicación a distancia le afecta a estas personas y hasta les puede costar su trabajo.

Es por esto que como desafío para el 2021 se plantea que desde hoy existan mayor cantidad de capacitaciones y facilidades para poder enseñarle a toda persona que esté dispuesta a aprender de forma correcta el uso de las plataformas para el teletrabajo, dando opciones de capacitación por cada plataforma distinta, con el fin de ayudar a las personas con menor educación en estos temas y evitar que pierdan el trabajo por estos motivos o que a la vez puedan perfeccionarse y lograr un teletrabajo con mayor efectividad.

Alumno: GIAN FRANCO MASSA HENRÍQUEZ
gmassah@uft.edu



¡Si la sociedad no deja de decir que el maquillaje es solo para mujeres no vamos a avanzar nunca!

Estamos en el 2020, y próximamente en 2021. Ya hay que dejar los estereotipos de lado, y dejar de juzgar a los hombres y/o cualquier persona que exprese su arte en su rostro, como lo es el maquillaje. El maquillaje es para todos, solo para las mujeres. Todos pueden hacerlo, sobretodo si vemos el maquillaje como una forma de expresión. Si nos queda mal, si no nos vienen los colores que estamos usando es simple, nos lavamos la cara y listo. Así como también con la ropa, estamos tan estructurados a pensar que las prendas tienen sexo, que los hombres no pueden usar faldas o que las mujeres no pueden usar pantalones. Si empezamos a abrir nuestras mentes y salir de la zona de confort, el mundo será mucho mejor.

Alumno: Bastián J. R. Ulloa Marín
bulloam@uft.edu

MARKETING



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

34





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

35

No perdamos parte esencial de nosotros

El agua es parte esencial de la naturaleza, siendo su principal recurso brindando a la vida del planeta salud y bienestar. Lamentablemente al pasar de los años este recurso se ve perjudicado por diferentes contaminantes, tales como desechos químicos de industrias y los residuos que genera cada individuo. Al perder la calidad del agua se pone en jaque el ecosistema, la especie humana, los animales, la vegetación y toda la vida existente del planeta. Es por esto que es necesario plantearse el desafío de proteger el agua del planeta, presente en océanos, ríos y lagos, buscando la forma de poder ser parte de este cambio, el cual no solo es para nosotros, sino para las siguientes generaciones y de esta forma ayudar en la concientización del tema, para que ahora y en un futuro todos trabajen para cuidar este recurso, el planeta y la vida.

Alumna: IVETTE ALTAMIRANO LÓPEZ
ialtamiranol@uft.edu



Energía geotérmica con solidificación de CO₂

Actualmente existen muchos problemas en el planeta relacionados a la contaminación, gran parte de esta contaminación se debe a la generación de energía a través de combustibles fósiles, los cuales generan tales como dióxido de carbono, monóxido de carbono y otros gases que han emisiones de gases contribuido y aún contribuyen a generar y potenciar el efecto invernadero, la lluvia ácida, la contaminación del aire, suelo y agua. Por lo tanto, el uso de combustibles fósiles debe ser reemplazado de alguna manera lo antes posible para disminuir la contaminación ambiental y reducir todos los problemas que esta genera.

Para ello la propuesta es la utilización de energía geotérmica para la producción de energía, este tipo de plantas energéticas emiten CO₂ en cantidades muy pequeñas a comparación de las termoeléctricas a base de combustibles fósiles, pero esto se puede solucionar con un sistema de solidificación de CO₂, volviendo a cero la contaminación de CO₂ generada por la planta geotérmica.

Para fomentar el uso de este tipo de energías, se propone presentar proyectos similares a los ya implementados en Islandia y presentarlos a los gobiernos cuyos países tengan facilidad para la utilización de energía geotérmica como por ejemplo Chile que tiene a lo largo de todo el país un gran potencia geotérmico que se puede utilizar de la misma manera que lo ha hecho Islandia.

Alumno: Carlo Andrés Saavedra Berríos
csaavedrab1@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

36

MARKETING





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

37

Combatir la contaminación sin depender de la preocupación de la población

Existen en la actualidad diversos problemas a los que nos enfrentamos día a día, problemas de todo tipo, ya sean políticos, económicos, sociales y culturales. Pero hay un problema que se ha incrementado fuertemente todos los días y es muy dañino para la sociedad, el problema de la contaminación. Esta es producida principalmente por los plásticos, los que son vistos como algo negativo en la actualidad debido a que tardan muchos años en degradarse, pero son muy útiles para el uso de las personas.

El desafío a lograr es conseguir un sistema que permita la degradación de los plásticos, de forma autónoma y que no dependa del usuario reciclarlo (Lo que es una gran acción, pero poco efectiva). En la actualidad, existen plásticos oxo-biodegradables o plásticos que son degradados con agua, pero no se han implementado en el mercado debido a que tienen un costo mayor para la industria que el plástico tradicional. Las ventajas que presentan este tipo de plásticos son que no consumen materias primas, se descomponen en residuos amigables con el medio ambiente, existe un ahorro energético en la producción, reducen la huella de carbono, entre otros. Por eso es importante promover estos tipos de plásticos en la industria actual e imponer a cada empresa que su uso sea obligatorio, para determinados tipos de plásticos.

Alumno: SERGIO AVENDANO BECKER
savendanob@uft.edu

La carne matará tu planeta

Estadísticamente se ha informado en los últimos años un kilo de carne de vaca igualan a quince mil litros de agua, por lo que las industrias de carne podrían dejarnos sin agua, es decir sin vida, y sin olvidar que la ganadería por sí sola emite tantos gases de efecto invernadero como todo el transporte mundial.

Los humanos somos 70% de agua, que a un futuro lo se tendrá, esta catástrofe está en tus manos, con tan solo reducir el consumo de carne estas ayudando al planeta, a tu salud y al bienestar de los animales.

La pandemia del coronavirus fue generada por el consumo de animales, un ejemplo claro de él por qué dejar de consumir carnes, ya que existen muchas enfermedades provenientes del consumo de animales como mencionado anteriormente covid-19, gripe aviar, la gripe porcina y muchas más que pueden generarse si no se reduce el consumo animal.

Pensemos en la vida las personas a futuro, con tan sólo una acción estamos alargando la vida del planeta y el bienestar de los animales que también son seres vivos, reduciendo enfermedades, los humanos podemos tener una dieta rica en plantas y ser saludables.



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

38

Alumna: JAVIERA ANDREA MARCHANT MÁRQUEZ
jmarchantm@uft.edu

MARKETING





UNIVERSIDAD

Finis Terrae

39

H₂

MARKETING

El combustible del futuro

El hidrógeno verde ha tomado protagonismo en la actualidad , debido a que se buscan energías renovables que puedan mejorar la calidad de vida , se han presentado una cartera de proyectos que se están evaluando para conseguir de manera eficiente un cambio y dejar atrás la huella de carbono

Existen desafíos y proyecciones que están en curso hoy ya que privados y públicos están en marcha como una carrera mundial , he ahí donde van por el objetivo de cumplir tan anhelada meta sobrepasando todas las barreras que puedan existir y generar sustentabilidad a través de objetivos medioambientales . Existe además una meta en Chile proyectada al 2050 donde se espera ser climáticamente neutral. Chile tiene un gran potencial para producir energía eléctrica con fuentes renovables a un costo muy competitivo para producir hidrógeno verde, además de un marco regulatorio y legal que permite dar reglas claras a los inversionistas extranjeros que quieran entrar a operar en el país. Así, se puede conseguir el financiamiento y se dan las condiciones para producir el hidrógeno verde a costos que podrían permitir no sólo su utilización en el mercado local, sino que también un potencial de exportación muy elevado»

Alumna: DAMARY ESTEFANIA ISLA FUENTES
dislaf@uft.edu



El futuro lo creas tú, nadie más.

Mucho se habla de crear una sociedad mejor, pero pocas personas realmente se esmeran en mejorar lo que ya tenemos. Uno de los principales desafíos que tenemos para el 2021 y el futuro que sigue es construir una sociedad más consciente en todos los aspectos. Si lo que se busca es prosperar en el largo plazo, se debe poner énfasis en los comportamientos que llevamos a cabo a diario, desde la forma en que compartimos con nuestro vecino, al aporte que hacemos en nuestro lugar de trabajo y/o estudio.

Como seres humanos, nos sentimos impulsados a mejorar cada día y aunque la vida a veces nos ponga obstáculos, siempre buscamos la manera de salir victoriosos frente a las dificultades y avanzar un paso cada día.

Pero ¿Qué pasaría si como sociedad nos impulsáramos a tomar la iniciativa y hacernos cargo de mejorar lo que está a nuestro alcance? ¿si indagáramos en cómo aplicar un liderazgo sano, inteligencia emocional u otras formas de desarrollo personal?

El desarrollo y el bienestar no siempre tiene que ser algo utópico, es completamente normal aspirar a una meta superior, la cual se forja mediante una mejora continua cada día, que en última instancia nos hará relacionarnos mejor y tener una experiencia más gratificante con nuestro entorno.

Por eso, invito a preocuparnos de brindar un aporte diario a partir de nuestro intelecto humano, promover la ayuda hacia el prójimo y construir en conjunto un espacio mejor para habitar en el mundo

Alumno: SEBASTIAN NORAMBUENA CASTRO
snorambuenac@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

40

MARKETING



Adaptarse a la IA o quedarse en el intento

Como es sabido el marketing ha ido evolucionando mucho y muy rápido a nivel mundial, ya sea para las empresas, pymes, negocios, etc., y cada una de ellas ha estado tratando o tiene en mente integrar e invertir en estas nuevas tecnologías. Lo que se ve mucho hoy en día es el marketing digital, por medio de las redes sociales es donde más se realiza y se hace llegar a todas las personas y público objetivo. Sin embargo, un desafío que ya esta empezando a entrar en el marketing es la Inteligencia Artificial, ya que esta podrá aumentar la eficiencia de estrategias, segmentar públicos y manejar campañas publicitarias. Tanto la inteligencia artificial como el machine learning, serán las iniciativas de data mas significantes en los próximos años.

Esta tecnología y sus funciones va a permitir un conocimiento mucho más amplio de las empresas sobre el gusto, actividades o expectativas de los consumidores. Conocer a fondo el público objetivo nunca será más fácil, segmentándolo al máximo para poder implementar campañas publicitarias muy personalizadas.

La Inteligencia Artificial es sumamente útil para traer visitantes a tu página web creando contenido en ciertas áreas. Como se esta realizando, aunque uno no pueda escribir opiniones o consejos en un blog, IA ya puede redactar noticias o reportes basados en datos e información. Además, la IA dispone de algoritmos que pueden predecir acciones de compras de los clientes de una empresa y sus futuras actividades con gran precisión, lo cual es una herramienta muy poderosa al momento de hacerle ver al cliente tu negocio y tus productos en todos lados, generando más y más compras.

Por estas razones el marketing con la inteligencia artificial tiene muchas ventajas, que algunas de las empresas mas grandes del mundo ya están implementando como por ejemplo Amazon, y a futuro será un arma poderosa para el marketing, y si no te reinventas podrías quedar estancado

Alumno: MARTÍN JEREZ
mjereza@uft.edu

UNIVERSIDAD
Finis Terrae

41



Abrasarse no es matarse

Durante todo el 2020 sufrimos los efectos de una pandemia mundial, la cual atacó a todos los seres humanos por igual. En consecuencia de esto se implementaron ciertas medidas sanitarias, entre las más nombradas está el distanciamiento social en donde lo ideal es estar alejado de otra persona en una distancia de casi dos metros. Esta práctica si bien es efectiva para combatir el virus, a largo plazo va generando un efecto psicológico negativo en las personas, puesto que por esencia el ser humano es un animal social, el cual necesita estar en constante contacto con sus seres cercanos.

El abrazo es mucho más que solo abrir los brazos y apretar al prójimo, implica un acto de conexión casi espiritual en donde una persona pone su confianza en la otra de estar en contacto físico, ya no solo hablando, sino en tener la misma sensación de tacto en el cuerpo entre personas, la cual genera una liberación de hormonas positivas las cuales sirven para disminuir el estrés, cansancio, fatiga, etc.. Este acto es una práctica hasta íntima y de suma importancia para el ser humano, puesto que un abrazo de una persona cercana puede levantar el ánimo e incluso entregar la energía necesaria para combatir el día.

Es un hecho que el COVID-19 ha sido un enemigo implacable, pero ya pasamos lo peor y el próximo año debiesen volver las buenas costumbres, siempre teniendo la precaución necesaria obviamente, pero volver a tener la cercanía espiritual que antes se poseía entre los seres que amamos, evitando así un sin fin de consecuencias psicológicas negativas que pueden llevar a una persona a la depresión e incluso más lejos.

Alumno: MATÍAS IGNACIO GONZÁLEZ URQUIOLA
mgonzalezu1@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae



MARKETING





Ahogados en llamas Incendios descontrolados

A lo largo de los años se han ido presenciando diversos incendios forestales, en los cuales se ha podido observar que la magnitud de estos va en constante crecimiento, abarcando cada vez más y más hectáreas, afectando tanto a viviendas completas, como vidas humanas, fauna y flora.

Al margen del impacto en los ecosistemas de fauna y flora, los incendios descontrolados se extienden por cada vez más puntos del planeta. Y aquí intervienen no solo las altas temperaturas, sino procesos como la desertización, que perpetúan el ciclo de la falta de lluvias que lleva a mayores temperaturas, suelos infértiles y menos lluvias. Teniendo en cuenta que en 2019 se triplicó el número de hectáreas calcinadas por el fuego descontrolado respecto a 2018, no es de extrañar la preocupación generalizada.

El problema principal de los incendios no es el coste directo de vidas humanas, sino el indirecto: la deforestación causada por las tierras quemadas hace que enormes extensiones queden inutilizables durante años, tal vez décadas, hasta que puedan albergar nuevos bosques, pinares o encinares. Y, con cada vez menos árboles, la contaminación atmosférica puede llegar a niveles hasta ahora desconocidos, ya que los bosques dejarían de realizar una de sus funciones fundamentales: procesar el CO₂ del aire para generar oxígeno.

Alumna: FERNANDA VALENT SILVA DÍAZ
fsilvad@uft.edu



Mantente firme

El marketing ha logrado de alguna manera sacar provecho a un tema que a todos afecta actualmente, como lo es la pandemia del virus. Sin embargo, la misión de mantenerse activos en el rubro mejorando sus productos es el verdadero desafío que se tiene para el próximo año. La competencia con el mercado se volverá a notar en cuanto gran parte de la población tenga más libertad y seguridad para salir de su casa, reactivando así el mercado físico.

Con esto se hace referencia a los que trabajan buscando innovar, siendo imprescindibles para una organización. Habrá una diferente conexión con los clientes y otra apreciación sobre el trabajo debido a las nuevas condiciones. Todo el lugar que se ganó el marketing al desaparecer los comercios físicos deberá ser trabajado para mantenerse equilibrado con la actualización que vivirá la humanidad post pandemia.

Es más acabado dar un ejemplo de un diseñador gráfico que trabaja para una empresa. Él para dar un buen resultado y lograr atraer clientes en tiempos de pandemia, buscó la necesidad de la gente y pudo llegar a ella aprovechándose de eso. En cambio, ahora volverá a ser como antes de que el virus afectara tanto al mundo, el marketing deberá seguir esa lucha silenciosa con el mercado físico.

Alumno: RODRIGO FERNANDO BRAVO CHACON
rbravoc1@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

44





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

45

MARKETING

Salir de la Cueva

La idea central tiene que ver con la referencia de salir de la casa post pandemia, todo lo que conlleva la reactivación, y los grandes desafíos que se enfrentarán en el día a día las personas una vez pasada la pandemia.

Lo que es el consumo ya se genera un cambio a la hora de comprar y vender, la forma de trabajar para las personas también se encuentra en un cambio, lo que genera un conflicto a la hora de salir de la pandemia, esto generará cambios permanentes en nuestra sociedad o simplemente estamos viviendo una actualización de nuestra sociedad.

Alumno: GIAN PAUL POMPERMAIER MUÑOZ
gpompermaierm@uft.edu>slastrai@uft.edu



Revolución del 5G en las empresas

El avance tecnológico del 5G es algo completamente distinto a las 4 generaciones anteriores, ya que esto supone la integración definitiva de la tecnología en la vida de las personas a escalas nunca antes vistas, en donde las empresas no se quedan al margen, ya que las herramientas de conectividad de esta tecnología entregan una amplia gama de posibilidades que hoy en día no son factibles. Esta nueva tecnología presenta 3 principales características que la hacen ser tan potente e importantes, las cuales son el ancho de banda, menor latencia y capacidad de dispositivos conectados. En primer lugar, el ancho de banda es el cambio más evidente a simple vista, ya que se esperan conexiones de entre 15 a 20 Gb/s, lo cual permitirá el acceso en tiempo real a la nube y su contenido. Esto se traduce en que las organizaciones podrán almacenar y acceder a sus datos en tiempo real y de una forma 100% online, dejando obsoletas las redes locales (LAN), adicionalmente se podrán manipular grandes cantidades de información en periodos de tiempo muy cortos, permitiéndoles a las áreas de gerencia una toma de decisiones de forma casi instantánea.

En segundo lugar, se puede observar que la disminución en la latencia (tiempo que tarda ejecutar una orden, más conocida como el ping) será de al menos 10 veces más corta que en la actualidad, lo cual permitirá a las empresas interactuar en tiempo real con sus diversas operaciones a miles de kilómetros de distancia. Las aplicaciones más inmediatas son el manejo de máquinas a distancia en una planta industrial, las operaciones quirúrgicas en las que el médico puede intervenir a un paciente que se encuentre al otro lado del mundo. Adicionalmente, se puede aplicar en otros ámbitos como el control de tráfico, el disfrute del ocio personal, turismo personalizado con apoyo tecnológico, la atención virtual o la asistencia y control sanitario de una persona, pueden constituirse como otras grandes oportunidades de negocio para empresas. Esto, sumado a la capacidad de dispositivos que pueden conectarse supondrá una nueva forma de automatizar procesos y la comunicación entre dispositivos, intercambiando información entre ellos y conversando en forma de datos para poder cubrir todo tipo de soluciones.

De esta forma, la alta capacidad de envío de información, junto a la mínima latencia, y la velocidad extrema, permitirán ofrecer al usuario soluciones innovadoras, para su empresa y su vida personal. Para las empresas, la implementación del 5G supone toda una revolución tecnológica en el desarrollo de sus operaciones, ya sea en áreas administrativas, comerciales o de terreno, lo cual sin lugar a dudas posicionara varios escalones arriba a aquellas organizaciones que sean capaces de implementar esta tecnología de una forma eficiente

Alumno: JOSÉ LUIS CÓRDOVA CLARO
jcordovac@uft.edu

MARKETING

5G
46



UNIVERSIDAD
Finis Terrae





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

47

E-COMMERCE EXCLUYE SEGMENTOS

En Chile, los últimos meses ha incrementado un 150% las ventas online, denominada Ecommerce. Esto debido a la pandemia mundial.

Las nuevas tendencias han guiado a las empresas a cambiar ciertas estrategias que con el tiempo se han vuelto obsoletas. Si bien, el avance tecnológico ha sido una herramienta que ha ayudado a desarrollar mejores técnicas, estas han dejado en el olvido a las generaciones más antiguas que no han sido instruidas ni guiadas sobre las nuevas evoluciones que han ido progresando.

Entonces, ¿cómo las tiendas que solo tiene servicio E-commerce llegarán a los clientes de generaciones más longevas?

Alumno: LUIS MARCELO GUZMÁN GUZMÁN
lguzmang@uft.edu

VideoMarketing

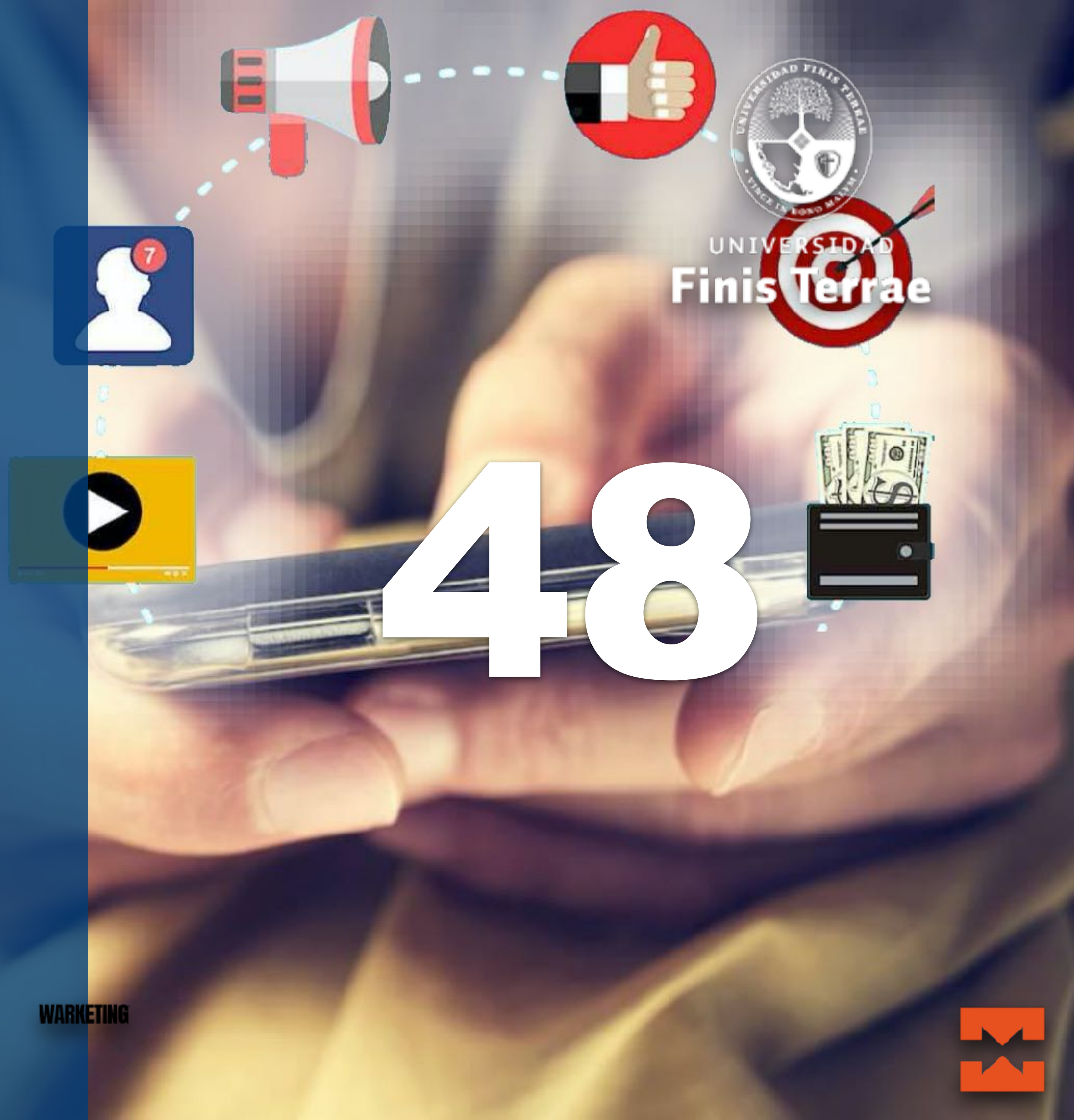
Hoy en día la mayoría de los clientes prefieren ver videos del producto antes de comprarlo, ya que les da a conocer una imagen más clara del producto y en por ende les genera mayor confianza para la compra. El videomarketing será una base muy importante del marketing digital del 2021 en todas sus facetas, como vídeos sobre productos artesanales, videos sobre productos relacionados a la nutrición, o incluso videos mas profesionales publicitando las grandes marcas. Cabe mencionar que se hará mucho más fuerte la inclusión de los influencer en estos videos.

En esta potencial tendencia sobresalen mucho los videos de corta duración, ya que poseen una gran capacidad atrayente sobre los usuarios que los ven. Últimamente estos han sido opción para aquellos que quieren hacer publicidad de sus marcas en las redes sociales, mediante historias de instagram, facebook o tiktok en donde incluyan publicidad promocionando productos a través de videos que duran la duración de la historia, lo que es muy bueno, ya que esto atrae a clientes potenciales tras la visualización de personas que aún no poseen interés sobre el producto. Aparte las historias pueden ser utilizadas para permitir mostrar o explicar productos de mejor manera mediante un enlace directo al ecommerce.

El videomarketing tomó mucha ventaja este último tiempo y no hay duda que se seguirá potenciando el próximo año con todas las diversas formas que hay para utilizar estos grandes métodos de marketing.

Alumno: MATÍAS ANDRÉS ESPINOZA FLORES
mespinozaf1@uft.edu

MARKETING





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

49

Reciclar ahora para vivir bien el mañana

Como bien sabemos ahora el reciclaje se tiene que hacer cada vez más importante puesto que un desafío para el 2021 sería aumentar el reciclaje no solo en comunas que tengan una cultura más desarrollada como lo es Las condes o Vitacura, la idea del desafío es que las demás comunas se integren y motiven para poder hacer las cosas bien, puesto que en las otras comunas es donde se recicla menos, esto debido a que no tienen organización de las municipalidad.

Es importante que el guía de esto sean las comunas que ya hayan integrado un sistema y les haya funcionado para que el proceso sea expedito y no ocurran errores, cabe mencionar que para este desafío se tiene que tener un respaldo como ya se mencionó antes estas son las municipalidades, para que poco a poco la gente y las nuevas generaciones se motiven con esto y el día de mañana aumentar las estadísticas del reciclaje y ayudar a la flora y fauna que nos rodea al igual que al medio ambiente, es importante además que las personas se enteren que su pequeño aporte puede hacer grandes cambios para mejorar cada vez más, tanto para uno como a la comunidad.

Para finalizar, este desafío del 2021 es más bien a que las municipalidades con mayor experiencia puedan ayudar a otras a su organización, ya que, es un proceso largo que empezaría en el 2021 con expectativas que dure mucho más

Alumno: JOSE MANUEL URZUA FIGUEROA
jurzuaf@uft.edu



La era de la limpieza 2021

Como ya todos sabemos el 2020 es el año de la mala suerte donde han ocurrido grandes catástrofes en el mundo como terremotos, incendios, Trump y la más grande, la pandemia causada por el coronavirus. Hemos tenido que utilizar los métodos de santificación y prevención para no contagiarnos y no transmitir el virus en todo el mundo, todos hemos tenido que reformular nuestros métodos de higiene personal y algunos más que reformular, incluir en su vida como fuese, admitámoslo no siempre nos lavamos las manos luego de ir al baño o no tenemos el cuidado de limpiar nuestro calzado antes de entrar a casa aunque hayamos pisado un regalito por ahí de un amigo canino, pero en presencia de este virus hemos sabido corregir eso, para ir al supermercado no puedes olvidar tu mascarilla y alcohol gel para que cuando vuelvas a casa, para más remate debes desinfectar producto por producto para así no permitir que ese mínimo porcentaje de probabilidad de que venga el coronavirus en tus compras se dé en tu familia.

El estigma de limpieza ha evolucionado rotundamente conviviendo con esta pandemia, las actitudes de higiene ya se encuentran normalizadas por ejemplo al entrar a un lugar, lavarse las manos, salir de un lugar, lavarse las manos, es la nueva era de la limpieza. Para el 2021 pienso que ya existirán dispensadores de alcohol gel en los parques, en los lugares públicos, hasta en alguna esquina que sea concurrida con frecuencia existirá un dispensador y así podremos volver cada vez más a la normalidad, siguiendo todas estas normas de higiene personal.

Alumna: CAMILA DENISE LEÓN MONTALVA
cleonm3@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

50





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

51

Meta irruptiva

En mi caso particular el 2021 es un año bastante crítico, ya que, en el presente año 2020 me encuentro a portas de egresar de la carrera de ingeniería civil industrial, con el claro objetivo de defender mi trabajo de título el próximo año.

Todo el periodo de duración de mi carrera he tenido claro que una vez egresado debo conseguir trabajo, estabilizarme y comenzar a invertir, pero con lo que nadie contaba era que nos veríamos enfrentados a una pandemia a nivel mundial, lo que hizo que el mercado laboral se cayera y a su vez en el mercado tradicional se produce una inflación exponencial, lo que de alguna manera frena todas expectativas y plan por lo que es necesario adecuarme al cambio y de alguna manera sobrellevar esta situación.

Lo primero a realizar es convalidar todo mi quinto año de carrera con el objetivo de hacer un magíster y de tener una mejor expectativa de sueldo una vez egrese, posterior a esto, con mis ahorros debo ser cauto a la hora de invertir en algo, ya que en este momento el mercado no se encuentra estable por lo que, este es el momento de esperar y ser austero.

A su vez también debido a la pandemia mundial, es una buena oportunidad para lanzar un producto de comida congelado en el que estoy trabajando e ingresar a competir fuertemente al mercado, ¿Por que oportunidad?, simple es porque hoy en día todas las personas buscan comprar congelados, de manera que así evitan ir al supermercado, lo que permitiría un ingreso rápido y fuerte.

Es interesante seguir la planificación de manera paso a paso, ya que si bien se podría adelantar el trabajo de emprendimiento, esto traería potencialmente como consecuencia que debería sacrificar mi avance curricular y eso es algo que no se puede permitir en este momento, ya que es un sustento mas seguro a futuro.

Por lo tanto: la meta clara es ser cauto, estabilizar el mercado y emprender.

Alumno: CARLOS JAVIER MARAMBIO REYES
cmarambior@uft.edu

¿Ser flexible y evolucionar o quedarse atrapado en el tiempo y perder?

Uno de los desafíos más grandes es el saber si alguien confiará en tu producto para invertir en él, si bien el humano muchas veces valora lo que pierde, es bueno cuestionar qué espero, a quién y dónde quiero llegar con un producto o marca.

Hoy en día es fundamental estar en constante actualización de las necesidades del cliente, aún más tras el año de la incertidumbre, es por ello la importancia de mantenerse en constante evolución y mantener una alta agilidad de adaptación con el fin de mantener cercanía con este, para así cumplir con las volátiles necesidades de estos, por consiguiente, las empresas deben alinear sus intenciones con sus acciones, utilizando demostración y distribución remota. Para crear confianza es fundamental aumentar la personalización, dando enfoque a la transformación y crecimiento

Alumna: VALENTINA MARYLEYN ESPINOZA VARGAS
vespinozav1@uft.edu





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

53



Dependencia tecnológica post pandemia

Este año se ha visto reflejado de varios cambios a nivel tanto nacional como internacional, donde nos hemos tenido que adaptar a la nueva “normalidad” producto de la pandemia que seguimos viviendo. Un factor importante de este 2020 que ha influido en el encierro, es la dependencia a la tecnología. Todas las personas necesitan de la tecnología para seguir con sus vidas, con sus trabajos, con sus estudios y hasta con su entretenimiento. La dependencia de la tecnología durante el encierro ha ido en aumento, puesto que nadie puede salir de sus casas (o mucho menos que antes) y todas sus actividades que antes se realizaban en la oficina, colegio, universidad, entre otros, se realizan desde el hogar. Además, se ha detectado que en los tiempos libres de las personas también utilizan la tecnología, no la dejan en ningún momento. Por lo tanto, el desafío que se tiene para este 2021 en el área del Marketing, es observar y estudiar el caso de la dependencia de la tecnología, ver que método se puede aplicar para que la dependencia no sea excesiva y así poder realizar otras actividades durante el tiempo libre de las personas. Es importante recalcar que la tecnología siempre va a estar en nuestras manos, pero es fundamental no sobrepasarse y no depender de esta, hay muchas cosas que se pueden realizar sin tecnología y que también sirven para despejarse un rato.

Alumna: CONSTANZA BELÉN NÚÑEZ FIGUEROA
cnunezf@uft.edu



Cuidemos lo Vital

Sabías que si 10 países toman en serio la reducción de gases invernaderos, los índices de emisión se reducirían en un 72 % anualmente. Que nos faltará para la toma de conciencia, la importancia que conlleva esta problemática para nuestros hijos, es por esto que debemos actuar.

Durante la historia el agua ha sido un factor relevante para la cultura mundial, siendo el recurso vital más demandado y necesario para la existencia del ser humano, lo cual a nivel fisiológico representa un 70 % de nuestro sistema interno.

Sin embargo es de suma importancia considerar que dicho recurso a nivel de aguas dulces es limitado y cada vez es más escaso, dado los impactos y el paulatino avance del calentamiento global, impactando directamente en el derretimiento de glaciares y por consiguiente la disminución de dicho recurso, siendo factores como la contaminación a nivel de plásticos, y la sobre exigencia de recursos fósiles variables de importancia para esta situación. Hoy en día es posible evidenciar un déficit para comunidades de menos recursos, donde dicho recurso a nivel familiar no es accesible, como de igual forma su expresión en términos de sequías, afectando de forma considerable a la flora y fauna mundial.

El fomento de realización de Plantas desalinizadora como desafío para el 2021 es primordial, donde, refinando las tecnologías de conversión, y haciendo uso de energías renovables permite cubrir considerablemente la necesidad básica del agua, donde esto contribuye de forma significativa en el diario vivir de millones de personas, considerando dicho nicho como una oportunidad importante y un gran desafío para la comunidad mundial de modo de transformar positivamente la situación actual, El cambio es necesario, donde el uso de recursos naturales, y conciencia mundial permitirán mitigar los impactos que genera la emisión de dióxido de carbono para nuestro planeta.

Alumno: JUAN PABLO ANDRÉS ALVAREZ ANDONAEGUI
jalvareza@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

54





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

55

El uso de los datos de compradores online

En esta pandemia, el aumento de las compras en internet ha aumentado considerablemente, debido a que no se puede salir la gente tuvo que comprar hasta la mercadería por internet y los que no sabían tuvieron que aprender para evitar salir a buscar lo que necesitaban.

Es por esto que el marketing para el año 2021 tiene un desafío en cuanto a la información que posee ahora de la gente, ya que en la mayoría de los casos deben crearse cuentas para poder comprar, entonces ahora se deben saber usar y manejar esos datos, no como se usan actualmente para bombardearte con cualquier cosa que busques, sino que ahora con cosas que realmente se relacionen con lo que compres, por ejemplo si compras tecnología, o computadores o accesorios y cosas así, lo ideal es que las cosas que te traten de vender o promocionen, debe ser relacionado con eso o que complemente el producto que compraste, ya que actualmente solo por buscar en una tienda, te ofrecen cualquier cosa de la tienda y ahí es cuando la gente no se interesa en los productos y asocia todas esos anuncios o promociones a spam.

Alumno: NICOLÁS FRANCISCO VALDÉS PARRAGUEZ
nvaldesp1@uft.edu



Adaptabilidad y conocimiento del mercado

Ciertamente el año 2020 fue bastante complicado tanto para las empresas, como para los civiles. La pandemia de COVID-19 afectó de tal forma, que muchas pymes y empresas tuvieron que terminar sus actividades para poder vivir esta etapa de la vida. Es por esto, que en el año 2021 se plantea el desafío de cambiar el estilo de vida y las formas de organización de las personas, considerando que estaremos viviendo un periodo pandemia y de post-pandemia en caso de que la vacuna llegue al país.

En base a lo mencionado anteriormente, se debe reorganizar la vida de las personas asumiendo un escenario de nueva normalidad. En el caso de las pymes, debido a que muchas quebraron por la pandemia, se tiene el desafío del cambio de modelos de negocios rentables en esta nueva normalidad y mas que eso, se debe cambiar la mentalidad y el “Switch” para poder adaptarse de la mejor manera y vivir nuevamente un periodo que pueda ser estable.

La mascarilla, el alcohol gel, el distanciamiento y el temor del contagio, es algo que se vive en todos lados del país, y es por esto que el año 2020 se cataloga como uno de los peores para mucha gente, llevando consigo pobreza, bancarrotas, aumento de la delincuencia, morbilidad y mortalidad, etc., de modo que, ciertamente se debe realizar este cambio de “Switch” pensando que no se puede vivir como en años anteriores, sino que, cambiando la forma en que uno vive, produce, publicita o vende. Se debe ser activo y productivo pensando en el futuro, adelantándose a las oportunidades y amenazas que debemos afrontar y eso solo se puede realizar aceptando que estamos viviendo en una nueva realidad.

Alumno: JORGE ANTONIO AGUILERA COVACEVICH
jaguilerac@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

56





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

57

MARKETING

Disney mas acabará con los cines a nivel mundial

Los cines a nivel mundial están a punto de perder sus puesto en la industria lo que podría provocar su desaparición casi por completo, esto producto de que el coloso de la industria Disney, el cual es dueño del 80% de las producciones cinematográficas del mundo y la empresa con mayor monopolio en el área diera a conocer que a través de su plataforma de streaming comenzará a realizar producciones las cuales no serán lanzadas a la pantalla grande si no que solo a través de su plataforma como lo es caso de la producción de Mulan, esto provocaría, que los cines que se conocen actualmente no tuvieran una demanda en sus salas de cine lo que los llevaría desaparecer.

El desafío para el marketing en este próximo 2021 es darle un vuelco a esta situación de modo que los cines puedan sobrellevar lo que se les avecina

Alumna: BÁRBARA MONSERR FERNÁNDEZ RAMÍREZ
bfernandezr@uft.edu



Incentivación al reciclaje

En el presente año 2020 el mundo, dado el contexto de pandemia generada por COVID-19, tuvo que hacer grandes cambios en muchos aspectos, especialmente en el ámbito de digitalización donde aquellas, corporaciones, empresas y hasta pymes que no lograron subirse al tren de la inmediatez que entrega esta tecnología se vieron enfrentados a grandes pérdidas en sus ganancias y varias incluso quedaron en banca rota.

Esto se ve acompañado por un cambio climático inminente que es aún más preocupante que la posibilidad de manejar una empresa prácticamente vía internet. A lo cual viene el desafío que la humanidad debe enfrentar en conjunto, el cambio a energías renovables, el reciclaje de plásticos, metales y residuos orgánicos a lo largo de todo el mundo. Ya existen incluso aplicaciones tales como “Eco héroes” que premian al usuario por ayudar en el mundo del reciclaje con descuentos en pedidos ya, aunque no sea tan conocidas, es el tipo de emprendimientos que llevado a la escala mundial pondría a prueba a la humanidad como nunca antes.

Alumno: CHRISTIAN ALEXANDER NASBAUER CARO
cnasbauerc@uft.edu





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

59

Digitalización: renovarse o morir en la era digital

En un mundo en el que prácticamente todos viven conectados a internet todo el tiempo, resulta sumamente importante lograr conectar con aquellos clientes, cada vez más digitalizados. Si bien la tecnología nos lleva acompañando un buen tiempo, la pandemia ha impulsado aceleradamente la transformación de la forma de relacionarse con los clientes y concretar ventas, por lo que resulta un desafío particularmente urgente para el año 2021 y los tiempos post-pandemia lograr una digitalización más completa y eficiente. Los potenciales clientes de tu negocio están hiperconectados y, ¡debes seguirles el paso!

Se deben mejorar las tecnologías de los negocios y mantener actualizadas las redes sociales y páginas web, permitiendo idealmente gestionar el proceso completo de compra-venta de manera online. Si bien no puede ser el único canal, ya que los productos o servicios deben estar disponibles para todos aquellos que lo necesiten, es uno de los canales que está ganando más fuerza, y ahí reside la importancia de digitalizar de una buena manera

Alumno: JOAQUÍN ISMAEL ALFARO ARAVENA
jalfaroa@uft.edu

MARKETING



Logística 4.0 en el eCommerce

Como se sabe que la pandemia ha provocado un aumento en el consumo de productos a través de internet con despacho a domicilio. Esto ha hecho colapsar la logística de algunas empresas (tanto grandes como pequeñas), prolongando la duración normal en la que un pedido llega a su destino, lo cual trae consecuencias negativas en la satisfacción de los clientes. Una compra online desencadena todo un proceso logístico que tiene como propósito entregar un pedido a un cliente final. Ante esta situación el uso de herramientas innovadoras como cadenas de suministro inteligentes, big data, inteligencia artificial, machine learning, e IoT, permiten descubrir nuevos factores de mejora para cada proceso, integrando la información en tiempo real, para así reducir los tiempos del proceso global. Además, sistemas como el RFID, son avances revolucionarios que permiten reducir los tiempos de gestión y control de inventarios en tiempo real, lo cual implica una mejora en el servicio que se le da al cliente final.

Actualmente, casi todas las empresas, incluso las pymes, se están incorporando al mundo del eCommerce, por ende, es necesario fomentar la importancia de la logística en la satisfacción del cliente y para esto resultaría efectivo un buen plan de marketing por parte de las empresas que ofrecen la incorporación de las herramientas innovadoras mencionadas. La logística 4.0 en el eCommerce ofrece información valiosa de demanda, perfiles personalizados de clientes, automatización de procesos y un conocimiento detallado y a la vez amplio de lo que sucede más allá de las bodegas, lo cual se traduce en la optimización de las entregas según la necesidad de los clientes. Estas nuevas tecnologías son un elemento clave para satisfacer las demandas de un mercado variable y aumentar la competitividad entre los eCommerce

Alumno: ESTEBAN ANDRÉS ARMIJO HERNÁNDEZ
earmijoh@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

600

MARKETING





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

61



Prontitud e idoneidad

La crisis sanitaria del último tiempo ha golpeado fuertemente la economía, nuestra realidad social y muchos otros ámbitos que han provocado severos cambios respecto al año predecesor. En sí, el marketing tiene como objetivo buscar satisfacer la demanda de los clientes influenciado por la transformación digital y la tecnología, y que sobre todo ha sido un requerimiento importante para este contexto de pandemia, pero ¿cómo se verá influenciada esta variable para el 2021? ¿Cuál será el desafío del marketing para las empresas y e-commerce?

Sabías que, en Chile el e-commerce aumentó la cantidad de pagos online en un 33,1% más durante la primera mitad del 2020, que por las medidas decretadas por el gobierno debido a la pandemia los pagos online se duplicaron a 10,8 puntos porcentuales en relación al alza de la segunda mitad del año 2019 y que el 25% de los consumidores en Chile realizaron una compra online por primera vez durante el mes de marzo a raíz de la pandemia y actualmente el 20% de las ventas en Chile se efectúan vía online?

De lo anterior, nos vemos limitados en tiempo de planificar y proyectar el marketing y la propia gestión en este trayecto, de ahí tiene en relación la “prontitud”, donde de la experiencia obtenida en este año debemos reaccionar en conciencia a la crisis que se presente, mejorar la observación sobre el entorno, donde los clientes, los procesos internos y el producto en el mercado son el factor principal, y claro, la nueva digitalización acelerada que se produjo producto de la pandemia. En fin, un marketing destinado al mejoramiento del proceso tanto de la logística como el de transporte, con e-commerces que mejoren su digitalización y la ocupen a su favor, y una comunicación que generen contenido y que sea menos oportunista hacia los clientes, por los cambios producidos actualmente. En cuanto a la “idoneidad”, es una variable que está completamente dirigida a la identidad de la empresa y de la marca, una variable que permite desarrollar campañas de marketing que estén acorde a su audiencia, proveer anuncios con significado en lugares adecuados, respecto a sus necesidades específicas, lo que piensan y sobre todo que estén directamente relacionados con un contexto actual

Alumno: ARTURO AGUSTÍN URRUTIA GÓMEZ
aurutiag1@uft.edu



Conocimiento digital

Las crecientes fuerzas tecnológicas, unidas a los cambios económicos y a una nueva realidad nacional tras la crisis social, están dando forma a un escenario de negocio incierto y bastante complejo. Esto hace que tanto las grandes empresas como pymes deban enfrentarse a desafíos que cambian de manera muy acelerada y adaptarse muy rápido a ellos.

Las grandes empresas y pymes deben anticiparse a las principales tendencias del mercado. En este sentido, nos debemos preguntar cómo las pymes más antiguas y con miedo a innovar otras cosas, pueden adaptarse a la volatilidad del mercado. Es aquí donde deben romper el hielo y arriesgarse.

Se espera que la digitalización y la industria 4.0 sea uno de los avances más importantes dentro de su sector. Debido a que se puede observar claramente la tendencia hasta la digitalización y las aplicaciones de la tecnología en diversas áreas.

Por otra parte, se viene la era del conocimiento, el cual es la venta de conocimiento digital basada en la abundancia y no en la escasez. Hay que depositar valor en el contenido que uno le da a las cosas. Para lograr esto debes ser capaz de mentalizarte y lograr hábitos para la etapa práctica y teórica y lograr validar tu mercado y conocer a tus clientes. Finalmente se pueden concluir que el 2021 se viene lleno de desafíos tanto digitales, como de conocimiento y depende de ti ser parte de este nuevo cambio.

Alumna: DANIELA MUÑOZ GUTIERREZ
dmunozg@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

62

MARKETING





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

63

Mueren los super shopping mall

Los grandes centros comerciales están perdiendo terreno considerablemente frente a las ventas online y grandes empresas que se dedican al comercio de productos vía web digital como el es el caso de Amazon el cual a dejado prácticamente en jaque a los centros comerciales de estados unidos, por otra parte cabe destacar que la pandemia que ha afectado a todo el mundo ha provocado que todas las compras y re abastecimiento de productos se realice de manera online lo que a producido que las multitiendas tengas una demanda mayor en el sector online que físico lo que se ha vuelto una tendencia en crecimiento este último tiempo y que se pronostica que la demanda de manera online no bajará. Es por esto que el marketing para el año 2021 tiene una ardua tarea para que que los malls no desaparezcan por completo por causa de la competencia que hay de manera online.

Alumno: JOSÉ IGNACIO BERRÍOS ROJAS
jberriosr1@uft.edu



Permeabilidad Digital

Tras un extenso uso e incorporación abrupta a lo digital, tal como cuando se riegan plantas con aguas duras con altos niveles de minerales, existe la posibilidad de que las personas vayan generando un grado de rechazo frente a lo digital post pandemia, es de suma relevancia asegurar y prever que las inversiones en las relaciones digitales se preserven en el futuro y que todo en lo que invierta no pase a un segundo plano luego de cambiar de contexto. No solo debo añadir mas capacidad de acción, sino que debemos enfocarnos en entregar una herramienta imprescindible, la cual no sea desechable en base al contexto, mas bien debemos generar la tierra la cual, no se permeabilice frente al agua dura que hemos que tenido que ocupar, dado a que era la única opción.

Alumno: CARLOS ESTEBAN HERRERA PACHECO
cherrerap2@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

64





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

65

Propósito de marca

Tras ocho meses de pandemia las marcas están viviendo una rara realidad. En este período han desaparecido, como también se han creado muchas marcas, pero el consumidor al igual que las compañías o empresas están sufriendo cambios como el despertar de la conciencia, lo que afecta de manera directa a la forma de ofrecer los productos y servicios, debido a que las necesidades de los consumidores han cambiado.

Es por esto que en mi opinión las marcas que no posean un objetivo, propósito o que contribuyan a las necesidades de sus usuarios o clientes estarán inmediatamente fuera del juego. Esto se refiere tanto a lo ecológico, político y un sin fin de parámetros que está comenzando a adoptar el consumidor para elegir algún producto o servicio en el mercado

Alumno: PABLO NICOLAS GUTIERREZ SILVA
pgutierrezs@uft.edu

Reincorporación del ser humano en el sistema 2021

Con la pandemia ocurrida este 2020, la mayoría de las personas ha cambiado radicalmente su estilo de vida, pasamos de ser libres soñadores expuestos a los peligros y aprendizajes latentes del mundo, a vivir encuevados como ratas, sobrellevando una vida online, sedentaria, y absolutamente deprimente. Sujetos a dolores de espalda, estrés, cambios de horarios, abandono de estudios y trabajos presenciales. Se vive regidos por un distanciamiento social, donde la desconfianza abunda, donde el alcohol gel y la mascarilla son igual de importantes que las llaves al momento salir de la casa, amenazados por una multa o arresto posterior al quebrantamiento de las nuevas leyes, sometidos en cuarentenas y toques de queda.

Los expertos y grandes filósofos de la vida, han mencionado que todo inicio debe tener su final, es por esto que la pandemia en algún minuto de la vida debe de terminar. Posteriormente viene la reincorporación del ser humano al sistema. Cuando hablamos del sistema, es en el que estamos sumergidos como sociedad, cumplir horarios, cuidar a los niños, hacer ejercicio, fiestas, saldar las deudas, trabajar para estudiar, madrugar y pernoctar, entre otros. Reincorporarse en todas las áreas que se han tenido que privar por este 2020. Pero seremos capaces de poder adquirir este nuevo estilo de vida sin sacrificio?, sin alguna dificultad?, es algo bastante complicado, someterse fuertemente a lo que ya habíamos olvidado, a la realidad que al recordar en este 2020, solo se nos hace un déjà vu...

Alumno: LEONARDO NICOLAS SALAS RODRÍGUEZ
lsalasr@uft.edu

MARKETING



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

66





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

67
NET

Muerte a la plataforma dinosaurio

Actualmente hay grandes dudas sobre el crecimiento que tienen las plataformas de diversión en el mundo, debido a que cada una de estas plataformas se apoyan monetariamente por la suscripción mensual del cliente, y este precio esta en aumento a la vez que las personas no están dispuestas a pagar mas por estos servicios, esto se ve reflejado en el 30% de los usuarios de Netflix en estados unidos los cuales estaban planteando cancelar sus suscripciones por la subida de esta.

Para el año 2021 se espera la decisión de que modelo se adoptara, si las plataformas incorporaran publicidad o seguirán apoyándose con las suscripciones, esta decisión se tiene que ver 100% reflejada en el cliente siendo de gran importancia la creación de un canal de comunicación a partir de la plataforma.

MARKETING

Alumna: KASSANDRA ANAIS GUTIERREZ VIVEROS
kgutierrezv@uft.edu



Ecoladrillos la evolución en la industria constructora

Actualmente, en el país los impactos ambientales producidos por residuos han sido considerables por lo que se ha buscado una forma de mitigar estos impactos, de esta manera nace la idea de crear ecoladrillos a base de caucho, aserrín y plástico.

Estos ecoladrillos buscan ser implementados en viviendas con fines sociales que sean un aporte a las familias compuestas por jóvenes que resultan ser el futuro del país, además se busca ser el impulsor de esta idea cautivando a la población por medio del uso de redes sociales y páginas web, con el fin de tener mayor participación social y disminuir los costos tanto en mano de obra como de la implementación.

Para esto se debe realizar un estudio de mercado a jóvenes interesados en formar su hogar en base a un mundo más sustentable y con ello presentar el proyecto a grandes constructoras.

Alumna: LORETO ARENAS ZAMBRANO
larenasz1@uft.edu





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

69

MARKETING

Escuchar a la ciencia

Creo que si algo nos dejó el año 2020 es una gran cantidad de problemas y pocas soluciones. El mundo no se preparó previamente a un acontecimiento que nuestros antepasados han sufrido más de una vez. Y el hecho de que ahora se mire hacia la investigación de desarrollo de una vacuna como la primera necesidad a nivel mundial es algo que no debería pasar, porque esto ya se había alertado. El desafío del 2021 es como el mundo iniciaría una conciencia con la información existente y como se organizará con la ciencia. Por ejemplo los llamados NEO (asteroides y cometas que pasan cercanos a la tierra), tenerlos controlados es algo que debería interesar a todos. Todavía existen incertidumbres sobre como estos puedan afectar a la tierra, pero la Nasa considera que solo los asteroides menores a 40 metros no son un peligro potencial. Sobra decir que para 2007 solo conocíamos un 90% de los asteroides con tamaño igual o mayor a 1 kilómetro. “Una amenaza potencial que estaba ahí, que los científicos habían alertado antes, de los que había protocolos pero que nadie se había tomado totalmente en serio, hasta que un día llega la amenaza y nos come”.

Me refiero a que todos estos son problemas potenciales que afectan a la humanidad, pero este es el momento de poner sobre la mesa.

Alumno: MATIAS ENRIQUE CALVO CANEVARO
mcalvoc@uft.edu



2 grados más y condenarás a tus hijos

El avance del calentamiento global es algo que nos incumbe a todos ya que a un futuro puede traernos grandes consecuencias y sino para nuestros hijos. La cuestión es ¿Realmente se está ayudando a frenar el calentamiento global?; para responder a esto hay que observar las estadísticas y evaluar si el calentamiento global ha sido frenado. La respuesta para esto es no, esto sigue avanzando implacablemente a pesar de la pandemia.

Es por esto que es un desafío de todos el promover cambios que aporten a frenar el calentamiento global que no solo podría afectarnos a nosotros sino a las generaciones que vienen después. Aporta en lo que más podamos incentivando proyectos que sean eco amigables y promoviendo ideas que sean sostenibles con el medio ambiente. Este es un gran desafío en el que todos nos veremos involucrados tarde o temprano y si no, a nuestros hijos y nietos, por lo que lo mejor es generar un cambio ahora que es posible, basta de avanzar de a poco y comenzar a tomar conciencia con respecto al tema. En el año 2021, luego de salir de la cuarentena y ya haber superado en parte la pandemia, las personas deberían de comenzar a tomar conciencia en cuanto a esto, ya que en un futuro si no nos hacemos cargo ahora las consecuencias serían peor que la pandemia vivida en el año 2020.

Alumno: MAXIMILIANO OLIVARES CALDERA
molivaresc@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

70

MARKETING





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

71



Despertar antes de que suene la alarma

A medida que pasa el tiempo, se hace cada vez más evidente la necesidad de reestructurar nuestra conciencia, nuestros principios y nuestra forma de vivir. Frente a este desesperado y silencioso grito de ayuda por parte de nuestro entorno, es urgente responder de forma responsable antes de que ya sea demasiado tarde para actuar. Muchas personas creen que no tienen el poder suficiente para realizar un cambio significativo, y de cierta forma, es una excusa entendible porque claramente una sola persona no cambiará el mundo, sin embargo, muchas personas en distintas partes del mundo comprometidas con una misma causa, sí pueden derribar culturas obsoletas y perjudiciales. A partir de lo anterior, es sumamente importante establecer compromisos personales y promover estas nuevas ideas dentro de nuestro alcance, de esta forma, se instaurará una nueva cultura sustentable y responsable con el entorno, derribando la desinformación y la peligrosa comodidad que nos ha llevado al punto de desligarnos de nuestro rol responsable como seres humanos.

Algunos de los pilares fundamentales para llevar a cabo el desafío anterior son los siguientes:

- *Disminuir el consumo de productos de origen animal.*
- *Disminuir el desperdicio de comida.*
- *Comenzar a utilizar medios de transportes ecológicos como por ejemplo la bicicleta.*
- *Aumentar la participación en el comercio justo, dejando, de forma progresiva, el consumo en las industrias tradicionales.*
- *Disminuir el consumo de electricidad.*
- *Comenzar a compostar los residuos orgánicos del hogar.*
- *Separar la basura, reciclar y reutilizar.*
- *Comenzar a utilizar un menor porcentaje de agua del habitual.*
- *Cooperar en causas sociales y medioambientales.*
- *Utilizar redes sociales, como medio de información, de forma responsable.*
- *Promover de forma activa estos cambios.*

Alumna: VALENTINA MORALES DEL CANTO
vmoralesd@uft.edu



(NO + PP)*2

El título hace alusión a no más productos plásticos y no más productos provenientes de animales. Esto es debido a que cada año más de 400 millones de toneladas de plástico en el mundo y sólo un 9 % de los desperdicios producidos son reciclados. Por la otra parte, más de 100 millones de animales mueren cada año víctimas de experimentos y vivisección; los principales sectores donde son utilizados son las industrias militar y cosmética. Por lo cual es necesario hacer un alto al sufrimiento que estos dos acontecimientos generan en la población mundial tanto humana, como animal. Es de importancia inmediata dejar de lado estas prácticas por parte de todas las empresas del mundo y que todos los clientes prefieran marcas con este desafío 2021 y así disminuir la contaminación mundial y el sufrimiento de millones de animales los cuales son víctimas de un sistema cruel, el cual los ataca diariamente

Alumno: JORGE IGNACIO RIVERA CASTILLO
jriverac1@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

72





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

73

En la Palma de tu Mano

Hoy en día ya no utilizamos mayormente nuestro computador de escritorio para realizar compras o contratar algún servicio. También han disminuido las salidas de fines de semana familiares a centros comerciales. Todo lo anterior se ha sumergido a un solo aparato electrónico: nuestros smartphome.

Los consumidores somos exigentes e impacientes a la hora de comprar a través de internet. Luego de una ardua búsqueda por medio de distintos mercados en aplicaciones o páginas web, comparando precios y calidades entre productos, podemos escoger el que más satisface nuestras necesidades. Posteriormente, al escogerlo, siempre se espera que aquel producto que se vio en esa fotografía de alta calidad con una descripción llamativa, llegue tal cual se observó e imaginó en ese momento que se apretó el botón “Comprar”.

Por lo tanto, es muy importante para los mercados enfocar su visión y objetivo en atraer al cliente a través de las pantallas de sus smartphome, implementando nuevas estrategias para mostrar, y posteriormente, entregar de manera única, rápida y confiable el producto solicitado. De esta manera se generará satisfacción en el cliente y fidelización en las marcas

Alumna: CAMILA IGNACIA CUEVAS CARRASCO
ccuevasc@uft.edu



Marketing 4D

Es un hecho de que las ventas online crecieron en más de un 100%, principalmente por el confinamiento social producido por el virus Covid-19. Es por esto que se espera que para el 2021 el marketing tome una forma 4D, es decir que se use la tecnología de realidad aumentada para hacer que el consumidor “viva la apreciación directa” de lo que se le está ofreciendo, ya sea producto o servicio.

En adicional, se espera que las devoluciones de productos por recibir “lo que no esperaba”, bajen a 0%, y así evitar al consumidor un mal rato y pérdida de tiempo, y del otro lado, al productor/vendedor evitarle una logística inversa, y la pérdida de un cliente, y con ello eliminar los costos asociados a ello

Alumno: MATIAS IGNACIO VALENZUELA PARIS
mvalenzuelap1@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

74



75

Adaptarse o nada

Debido a los sucesos ocurridos desde mediados de octubre comenzando con el estallido social ocurrido en el país y luego con la pandemia del coronavirus que afecto al mundo la forma de ofrecer los servicios que tenían los negocios dio un drástico giro, el cual se vio plasmado en la caída que tuvo la economía, tanto a nivel nacional como a nivel global. Por lo que el desafío que se necesita afrontar el año 2021 va a ser seguramente la forma en la que se adapten los negocios en la forma de atender las necesidades de sus clientes, partiendo por implementar nuevas tecnologías, mejorar sus plataformas online, mejorar el servicio ecommerce. Además, esto cambiara la manera en la que funcionaban las cosas anteriormente ya que, las personas ya no tienen tanta confianza en salir a la calle debido a la pandemia. Es por esto que para los negocios su gran desafío será la forma en que se adapten ante este impensado cambio de escenarios que se presentó este año

Alumno: NICOLAS ANTONIO MUÑOZ MARTINEZ
nmunozm@uft.edu



El nuevo método de estudio y de trabajo

El año 2020 fue un año especial en donde debido a una pandemia mundial que azotó de diferentes formas en los distintos países llevó a que cada persona tuviese que rediseñar su día a día. Nunca se estuvo preparado para el aislamiento en el cual se tuvo que pasar. El encierro constante provocaba que las personas sintieran ansiedad, entre otras cosas, y muchas veces no se sabía cómo afrontarlo y comenzó a llevar a las personas a constante estrés. Las clases impartidas por los docentes mediante el sistema online dejó en evidencia que muchos profesionales no cuentan con herramientas para complementar de buena forma el aprendizaje de sus alumnos pero esto se debe a que el impacto pandémico que hay hasta el día de hoy es algo que no es cuantificable ni medible que pueda llegar a pasar. El teletrabajo y el estudio online llevó a que existiera una dependencia por la tecnología que siempre fue un secreto a voces, es decir, siempre se notó que las tecnologías crearían dependencia. Es por esto que el nuevo desafío 2021 es poder innovar e investigar sobre los nuevos tipos de trabajos que se reinventarán en el futuro y nuevas herramientas de aprendizaje que ayuden a los alumnos a comprender las distintas materias tanto como en los colegios y en las universidades

Alumno: DARÍO IGNACIO ORTIZ IPINZA
dortizi@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

76

MARKETING





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

77



La guerra por el “Oro Azul”

Tan sólo hace 2000 años la población del mundo contaba con no más de mil millones de personas. Tras la modernización, la industrialización, las mejoras en la sanidad y la agricultura, la esperanza de vida ha aumentado considerablemente.

Tan considerable es el cambio, que ha resultado en un incremento dramático de los habitantes del mundo. Según la ONU, en el año 2019 se determinó 7,5 mil millones de personas. Para el año 2050 está previsto que seamos alrededor de 9 mil millones de habitantes.

Sin embargo, esto tiene implicaciones, siendo la más visible el gran aumento de la demanda de agua potable. Los brotes de sequía que están sacudiendo gran parte del planeta Tierra en los últimos años hace inevitable pensar en cómo sería no tener acceso a agua potable durante un tiempo demasiado largo. Sin duda sería un gran problema, ya que este preciado “Oro Azul”. es esencial para el correcto funcionamiento del organismo, pero, ¿Cuánto tiempo exactamente puede vivir un ser humano sin tomar ni una gota? No hay una respuesta clara a esta cuestión. Entre otros factores, la cifra depende de la actividad física y la edad o la salud del individuo. En cualquier caso, se trata de un tiempo corto, por lo que en caso de deshidratación es importante reponer el agua a tiempo, antes de que sea demasiado tarde. Como norma general, se establece que el tiempo que una persona puede vivir sin tomar agua se encuentra entre los 2-7 días.

Hoy en día alrededor del 70% de los recursos de agua dulce se están siendo utilizados en la agricultura, con más personas, este número sólo va a crecer. En el futuro cercano vamos a necesitar mucha más agua de la que tenemos a nuestra disposición. Este suministro no es infinito. El 70% de la superficie de la tierra es agua, pero de ese volumen constante, sobre 1.386.000 mts cúbicos, el 97,5% es agua de mar no apta para el consumo humano.

Asimismo, existen conflictos internacionales por el agua, pero rara vez estos son resueltos con violencia. Así, por ejemplo, India y Pakistán luchan por el

Alumna: GENESIS BELÉN VÁSQUEZ BRITO
gvasquezb@uft.edu



¿Estas preparado para otra pandemia?

Actualmente, Chile y el mundo han sido afectados por una pandemia, debido a un virus, denominado coronavirus o bien Covid-19, esta pandemia condujo a muchos problemas en distintos ámbitos tanto en familias, empresas y entre otras cosas, hasta tu propio negocio se debe haber visto afectado. Tomando en cuenta estas cosas, que responderías si se te pregunta ¿Estas preparado para otra pandemia? ¿O más bien otra catástrofe? Lo más probable es que sea un no, y no te sientas mal por eso, no eres el único.

El desafío 2021 respecto a ¿Estas preparado para otra pandemia?, busca lograr quien haya leído esto tome conciencia de que las catástrofes pueden ocurrir a la orden del día y es primordial estar mentalmente bien preparado para actuar de la mejor manera, con respecto a tu familia que es esencial tocar estos temas para tener un plan en caso de que ocurra algo y tener definido un punto de encuentro, también si perteneces a una empresa es importante mantenerte informado de acuerdo a sus planes de acción en estos casos, como también si tienes un negocio o un emprendimiento es importante tener definidos planes en caso de catástrofe para que de esa manera tu equipo de trabajo se basen al protocolo definido. No permitas que el pánico se adueñe de ti y se sienta en las decisiones que tomaras, ya que cada una de ellas que escojas tendrá su conciencia, como para bien como también para mal. Es importante como país que compartamos esta forma de pensar, quizás le pueda servir a alguien y le ayude en el momento indicado

Alumno: JOAQUIN RAVANAL BARBOZA
jravanalb@uft.edu

MARKETING



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

78





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

79

Agua ¿El recurso que acabara con la humanidad?

La escasez de agua constituye uno de los principales desafíos del siglo XXI, al que se están enfrentando ya numerosas sociedades en todo el mundo. A lo largo del último siglo, el uso y consumo del agua creció a un ritmo dos veces superior al de la tasa de crecimiento de la población, sin embargo, aún no se puede hablar de escasez hídrica a nivel global, no obstante, esta va en aumento debido a que el número de regiones con niveles crónicos de carencia de agua están al alza. Cerca de **1.200 millones** de personas viven en áreas de escasez física de agua, mientras que 500 millones se aproximan a esta situación. Además, alrededor de un cuarto de la población mundial, se enfrentan a situaciones de escasez económica de agua, donde los países carecen de la infraestructura necesaria para transportar el agua desde ríos y acuíferos. De hecho, mejorar la gestión del agua es fundamental para erradicar la pobreza, y la falla de ésta se puede convertir en un detonante de conflictos sociales. La escasez de agua no es solo un fenómeno natural, sino que también es causado por la acción del ser humano. Se dice que existe suficiente agua potable en el planeta para abastecer a los 7.000 millones de personas, sin embargo está distribuida de forma irregular, se desperdicia o se contamina, y además se gestiona de forma insostenible. Alrededor de 2000 millones de personas consumen agua contaminada, mejor dicho, utilizan agua potable mezclada con agua residuales, lo que supone un gran riesgo para la salud, contrayendo enfermedades como la cólera, fiebre tifoidea, entre otros. Por otra parte, se revela que en el año 2030 existirá un déficit de agua de aproximadamente un 40%, donde la tasa de pérdida de humedales es 3 veces mayor que la de los bosques, perdiendo la mitad de los humedales naturales. Por último, el agotamiento y contaminación del agua son las principales causas de pérdida de biodiversidad y degradación del ecosistema, haciendo a las sociedades más vulnerables tanto a consecuencias climáticas, como a no climáticas

Alumno: LUCAS MARTIN GONZALEZ BUSTOS
lgonzalezb@uft.edu

¿Presencial o Virtual?

El día 11 de marzo de este año la organización mundial de la salud declara oficialmente que el brote de COVID-19 es una pandemia, pocos días después en Chile se comienzan a tomar medidas en el asunto, en donde todo el país dio un cambio de 360 grados, cambiando totalmente sus costumbres del día a día, dentro de estas costumbres encontramos la nueva modalidad del teletrabajo lo cual ahora es denominada la nueva normalidad, generando nuevas interrogantes a lo que ocurrirá en el año 2021. ¿El teletrabajo se mantendrá? ¿Cómo será la nueva normalidad? ¿Estamos preparados para volver al trabajo presencial? ¿El teletrabajo llegó para quedarse?

El teletrabajo es una forma flexible en donde se ejerce la actividad profesional sin la necesidad de estar de forma presencial en el trabajo y pudiendo cumplir con el mismo horario laboral. De la noche a la mañana las empresas y los trabajadores se vieron obligados a desempeñar su labor de esta forma, la cual ha traído consigo grandes beneficios, tales como: menor estrés, unión y conciliación de la vida laboral y personal, flexibilidad en horario, mayor productividad, menores costos entre otros. Frente a estos beneficios muchas empresas se dieron cuenta que los resultados del teletrabajo son óptimos al igual que los trabajadores. Aun así existen algunos inconvenientes que las empresas deben considerar si quieren seguir con la nueva modalidad como por ejemplo: la dificultad de controlar al empleado, el aislamiento, dificultad para el trabajo en equipo o posible desvinculación emocional del trabajador con la empresa.

Las empresas cada vez son más conscientes de los grandes cambios, buscan transformarse acorde a los nuevos tiempos y adaptarse a lo que está sucediendo, ¿que pasará cuando volvamos a la normalidad? Posiblemente el teletrabajo haya llegado para quedarse.

Alumna: MACARENA LOPEZ ARANGUIZ
mlopeza@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

80





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

81

“Desechos COVID: La pandemia de la que TÚ eres responsable”

El masivo uso de mascarillas alentado por la pandemia del coronavirus ha despertado una preocupación con respecto al alto índice de contaminación que este producto genera. Las mascarillas son un elemento de uso obligatorio para prevenir el contagio del COVID-19, esta medida se implementó debido a que el virus entra al organismo mediante la boca y la nariz, sin embargo, al ser un producto de un solo uso, o desechable, ha comenzado a posicionarse como un problema para el medioambiente, pues debido a la desinformación con respecto a cómo deshacerse correctamente de este producto ha provocado que océanos, ríos, calles y alcantarillas se llenen cada vez más de ellos.

Es necesario mencionar que la pandemia del COVID-19 provocó un respiro temporal al planeta con respecto a la contaminación del aire y las emisiones de gases invernaderos, pero se generó un nuevo problema para el medio ambiente: guantes de látex y mascarillas como residuos. La población ha tomado estas precauciones para protegerse del virus, pero si consideramos la cantidad de personas que hay alrededor del mundo, donde cada una utiliza mínimo una o dos mascarillas por día provoca una cantidad de basura considerable. Las recomendaciones de las autoridades de salud indican que es vital utilizar dichos productos, sin embargo, si no se logra controlar su uso la crisis sanitaria ocasionará un escenario aún más complejo, este es solo el comienzo y si no existen soluciones reales que indique qué hacer con ellas para realizar un cambio, se convertirá en otro contaminante o destructor del medio ambiente provocando un tremendo desastre ecológico. Es por ello que uno de los grandes desafíos que existen en la actualidad se encuentra relacionado con los “Desechos COVID”.

Alumna: YASMÍN ELIZABET CARRASCO OÑATE
ycarrasoo@uft.edu>



Emprender para crecer, una forma independiente de lograr tus metas

El emprendimiento tiene su origen desde el inicio de la humanidad, debido que el hombre se ha visto en distintas circunstancias en las que ha tenido que asumir distintos riesgos, donde ha tenido que crear oportunidad para crecer en ámbito económico para tener una mejor calidad de vida tanto para el, como para su familia o seres queridos. Sin embargo para poder emprender es un camino que depende de muchas dificultades para poder llevarlo a cabo. Del mismo modo los recursos económicos es la razón que mas se repite en el mundo de los emprendedores, debido que es un factor importante para poder montar un negocio. Las entidades bancarias o programas de presupuestos, si bien ofrecen un financiamiento, pero para poder obtener estos beneficios, de inmediato aparecen interminables obstáculos.

En síntesis el emprendimiento es un elemento clave del crecimiento económico. Pese a que los mecanismos exactos, la intensidad, la temporalidad y la direccionalidad de esta relación aún es desconocida, es claro que la creación de empresas y la continuidad de estas en el tiempo aumenta la competencia, la generación de mejores empleos, la innovación y la diversificación productiva.

Finalmente, el compromiso a largo plazo de los gobiernos, el sector privado, las universidades y los ciudadanos para impulsar el desarrollo productivo y la formación de individuos con capacidades y actitudes para identificar y aprovechar oportunidades de negocios es vital para lograr la consolidación de una cultura emprendedora sólida y de calidad en el país

Alumno: MATIAS NICOLAS IRRAZABAL SANTIBANEZ
mirrazabals@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae





La innovación en el nuevo comercio

El comercio en general se vio muy afectado con el nuevo coronavirus el cual apareció sin dar aviso y transformando el comercio totalmente. Será necesario una vacuna para combatir el problema que se presenta, una vacuna de innovación, creatividad y de actitud, ya que si no existe esta solución muchos comercios, comerciantes y empresas podrán perder todo lo que han creado y por lo que se han esforzado. Por esto espero que este año que viene venga esa vacuna que ayude a todos los que lo necesitan y también a los que quieran empezar con alguna idea nueva e innovadora con la cual también puedan cumplir sus metas y sueños para el nuevo años 2021

Alumno: FELIPE ARTURO ENCINA OYARZUN
fencinao@uft.edu



Una mascarilla más, un pescao' menos...

¿Qué te parecería nadar con mascarillas este verano? Esta es una realidad de la cual no estamos muy lejos, ya que parte de los desechos de esta pandemia están terminando en nuestros océanos, debido a que los vertederos y plantas incineradoras han llegado al colapso.

Considerando que antes de la pandemia, según la ONU 13 millones de toneladas de basuras terminaban en el mar, las cifras estimadas post pandemia aumentarían considerablemente, es por esto que se deben tomar cartas en el asunto lo antes posible, además de un llamado a la población mundial a tener mayor conciencia sobre el desecho de estos plásticos mortales, este sin duda es un gran desafío para el 2021...

Alumno: TOMAS ANDRES GALVEZ CARREÑO
tgalvezc@uft.edu



UNIVERSIDAD
Finis Terrae



84





UNIVERSIDAD
Finis Terrae

85

Para mejorar hay que reciclar, y para reciclar hay que ser mejor

Desde ya décadas, el tema de la contaminación ha ido causando impacto progresivamente en el mundo, debido a los problemas que ocasiona al medio ambiente por la acumulación de basura en sitios en los que no se deben tirar o la basura que se genera por persona. Chile es uno de los países en donde las personas generan al menos 1,5 kg de basura diariamente cada uno y que se agrava con el paso del coronavirus ya sea por la masiva producción de guantes, mascarillas, pantallas faciales, alcohol gel o en donde por tema resguardo y de la no propagación del virus las autoridades decretaron cuarentena. Uno de los factores que afecta la cuarentena es que las personas tienden a acumular y a generar más basura en sus hogares teniendo en cuenta que la mayoría no tiene conciencia sobre el reciclaje.

Es por esto por lo que se propone un el aumento de la cultura del reciclaje en Chile y en zonas en donde no esta presente, aprovechando la pandemia de innovar nuevas ideas de reciclaje o difundir los emprendimientos que se encargan de la recolección de desechos. También, crear nuevos métodos de reciclaje recurrido por distintas personas y que se adapte a cada uno o por empresas, creando un convenio que sea de gran ayuda tomando en cuenta las consecuencias de no acogerse al cambio a tiempo.

Alumna: GLORIA STEFANY ALVAREZ GARCIA
galvarezg@uft.edu





FACULTAD
DE **INGENIERÍA**
UNIVERSIDAD FINIS TERRAE

2021

DESAFIOS PARA CHILE

