

ACUERDO N° 2016-017

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

UNIVERSIDAD MIGUEL DE CERVANTES

En sesión del Consejo de Acreditación de Área de Administración y Comercio de la Agencia Acreditadora AEspigar, realizada el día 9 de septiembre de 2016, en función de la autorización oficial entregada por la Comisión Nacional de Acreditación en su Resolución de Autorización de Agencias N° 46 de fecha 25 de enero de 2012 a la Agencia Acreditadora Aespigar y en el marco de la Ley 20.129 y sus reglamentos, ha procedido a realizar la acreditación de la Carrera de Ingeniería Comercial que imparte la Universidad Miguel de Cervantes en su sede de la ciudad de Santiago.

VISTOS:

De acuerdo a lo establecido en la Ley 20.129 y en el documento Criterios de Evaluación Carrera de Ingeniería Comercial, que determina el perfil mínimo de egreso y los criterios de evaluación para carreras de Ingeniería Comercial, definidos por la CNAP y aprobados por la Comisión Nacional de Acreditación el 7 de marzo de 2007.

TENIENDO PRESENTE:

1. Que la Carrera de Ingeniería Comercial impartida por la Universidad Miguel de Cervantes se sometió voluntariamente al sistema de acreditación de carreras administrado por la Agencia Acreditadora AEspigar.
2. Que dicho sistema cuenta con normas y procedimientos para la acreditación de carreras de Ingeniería Comercial determinados por la Comisión Nacional de Acreditación CNA 2007.
3. Que con fecha 20 de junio 2016, la Carrera de Ingeniería Comercial presentó el Informe de Autoevaluación que imparte la Universidad Miguel de Cervantes, de acuerdo a las normas establecidas por la CNA.
4. Que con fecha del 12 al 14 de Julio de 2016 la Carrera fue visitada por un Comité de pares evaluadores externos designado por la Agencia Acreditadora AEspigar.
5. Que con fecha 28 de julio de 2016 el Comité de Pares Evaluadores externos emitió un informe que señala las principales fortalezas y debilidades de la Carrera, teniendo como

parámetros los criterios de evaluación para carreras de Ingeniería Comercial definidos por la Comisión Nacional de Acreditación y los propósitos declarados por el mismo programa.

6. Que dicho informe fue enviado con fecha 02 de agosto de 2016 a la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Miguel de Cervantes para su conocimiento.
7. Que con fecha 11 de agosto de 2016 la Carrera de Ingeniería Comercial comunicó a la Agencia sus comentarios y observaciones respecto al Informe elaborado por el Comité de Pares Evaluadores externos.
8. Que cada miembro del Consejo de Acreditación de la Agencia Acreditadora AEspigar, analizó todos los antecedentes anteriormente mencionados y en su sesión de fecha 9 de septiembre de 2016 llegó a acuerdo de acreditación.

CONSIDERANDO: Que a juicio del Consejo de Acreditación del Área Administración y Comercio, la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Miguel de Cervantes presenta fortalezas y debilidades que se sintetizan a continuación respecto de las siguientes dimensiones de evaluación:

FORTALEZAS DE LA CARRERA

1. DIMENSIÓN PERFIL DE EGRESO Y RESULTADOS

1.1. Perfil de Egreso

El Perfil de Egreso aborda los ámbitos necesarios para el desarrollo profesional, describiendo las competencias mínimas que debe poseer el profesional de esta Carrera.

El perfil de egreso es consistente con el sello institucional.

1.2. Estructura Curricular

El Plan de Estudios de la Carrera presenta un sello diferenciador consistente en una orientación de economía social de mercado, público y humanista.

Los programas de estudios son coherentes y coordinados en función de la malla curricular y respetan los prerrequisitos. En las reuniones se pudo constatar que integran actividades teóricas y prácticas.

El Perfil de Egreso y el Plan de Estudios están disponibles al público en su página web y folletos informativos. Son conocidos por todos los actores de la comunidad académica, incluidos, académicos, egresados y estudiantes.

El Plan de Estudios aporta a la formación ética de los y las estudiantes, la malla curricular incorpora la asignatura de ética y los empleadores dieron fe que esto se refleja en el actuar de los

egresados. Así mismo contempla objetivos de aprendizaje de carácter general, establecidos por la CNA.

1.3. Efectividad del Proceso de Enseñanza-Aprendizaje

Se evidencia la existencia de efectivos sistemas de gestión académica de la Carrera, que favorecen el monitoreo del Proceso de Enseñanza Aprendizaje.

La Universidad dispone de un sistema de monitoreo y seguimiento de la evolución académica de las y los estudiantes, que ayuda a generar actividades tendientes a disminuir los ratios débiles en la gestión académica y administrativa.

1.4. Resultados del Proceso Formativo

La Universidad ha desarrollado mecanismos que aminoran la brecha entre las competencias de entrada de las y los estudiantes en cuanto a conocimientos, habilidades y destrezas y, lo declarado en el Perfil de Egreso.

1.5. Vinculación con el Medio

Los directivos de la Universidad y de la Carrera han establecido una adecuada red de contactos que potencia su vinculación con el medio profesional del Ingeniero Comercial.

Se observan evidencias que la Carrera ha efectuado numerosas actividades de extensión, conforme al Plan Anual de Vinculación con el Medio.

FORTALEZAS DIMENSIÓN 2. CONDICIONES MÍNIMAS DE OPERACIÓN

2.1. Estructura Organizacional, Administrativa y Financiera

El Consejo estima valioso que en la Carrera existan Consejos permanentes y con regularidad en su funcionamiento para su gobierno y gestión, por la importancia que tienen para la generación de espíritu de equipo y mejoramiento del desempeño personal y organizacional, en función de los objetivos que se propone alcanzar. Se debe agregar la participación de los egresados en los mismos.

La estructura organizacional de la Carrera es adecuada a su tamaño.

La Universidad ha establecido procesos presupuestarios centralizados que incluyen a la Carrera.

2.2. Recursos Humanos

El cuerpo de docentes cuenta con niveles de postgrado en las disciplinas propias de la mayoría de las cátedras que dicta. El proceso de selección cumple con los estándares habituales de una Universidad y dispone de sistemas de capacitación para actualizar sus conocimientos.

2.3. Infraestructura, Apoyo Técnico y Recursos para el Aprendizaje

La Carrera cuenta con una infraestructura, apoyo técnico y recursos adecuados para el aprendizaje de sus estudiantes.

FORTALEZAS DIMENSIÓN 3. CAPACIDAD DE AUTORREGULACIÓN

3.1. Propósitos

Los objetivos que se persiguen están explícitos y tienen su corroboración en el tipo de campo de trabajo para el que se prepara al Ingeniero Comercial.

La descripción de objetivos, habilidades, competencias están acordes con la Misión, Propósitos y Fines declarados para esta Carrera.

3.2. Integridad Institucional

La Carrera cuenta con reglamentos claros en los diferentes aspectos, los que permiten garantizar el normal desempeño de los estudiantes y conseguir los objetivos y propósitos formativos.

La Carrera cuenta con procedimientos y organismos explícitos para asegurar integridad y calidad. Se observa una mecánica de funcionamiento instalada.

3.3. Informe y Proceso de Autoevaluación

Se reconoce una mecánica evaluativa consolidada.

DEBILIDADES DE LA CARRERA

DIMENSIÓN 1. PERFIL DE EGRESO Y RESULTADOS

1.1. Perfil de Egreso

La declaración del Perfil de Egreso *“Formar un profesional capaz de iniciar una actividad independiente, como empresario mediano o pequeño, en cualesquiera actividad humana que tenga relación con los negocios”* no aparece evaluada ni referida en el proceso de autoevaluación como un propósito significativo, así como tampoco en la orientación de la formación.

1.2. Estructura Curricular

A juicio del Consejo, la Estructura Curricular no considera asignaturas clave en el currículo de formación del Ingeniero Comercial, como lo son la Investigación de Mercados e inglés.

En el programa formativo, no se cumple del todo y con ventaja el propósito de tener un buen profesional en Administración de Empresas, pues hay debilidad en esta área del saber en particular en Recursos Humanos, Operaciones y Logística, y en Marketing

Si la Investigación de Mercados está subsumida como disciplina en tres asignaturas, se entiende que no necesariamente se puede abordar con el rigor y profundidad requeridos. Este punto a nuestro juicio es relevante, porque cuando se discute acerca de la formación profesional emprendedora de los alumnos, el entorno profesional considera que este conocimiento es central para dicho propósito.

El Consejo aprecia que un curso de inglés de 4 horas semanales y otro de 2 horas semanales durante toda la carrera, son insuficientes para alcanzar las mínimas competencias declaradas en el perfil de egreso, considerando que las y los alumnos mayoritariamente han cursado una educación media deficitaria en esta disciplina.

1.3. Efectividad del Proceso de Enseñanza-Aprendizaje

Si bien el nivel de deserción estudiantil está dentro de los promedios nacionales, el Informe de Autoevaluación muestra una disminución de la retención al año 2015 y al mismo tiempo registra un aumento de la suspensión de estudios, tendencia creciente en los cinco últimos años. Ambos indicadores, proporcionados por la Universidad en su respuesta al Informe de Pares Evaluadores externos, a juicio del Consejo, son contradictorios.

1.4. Resultados del Proceso de Formación

No ha sido posible constatar que la Carrera aplique mecanismos de seguimiento y validación del Perfil de Egreso, considerando la opinión de los empleadores.

1.5. Vinculación con el Medio

Las actividades que la escuela realiza son dedicadas a los propios actores de la Universidad sin más vinculación con el medio disciplinario y profesional que le corresponde.

La Carrera no ha podido mostrar evidencias que hace una adecuada difusión de las actividades de extensión que realiza, así como también del seguimiento y evaluación de los resultados de las actividades que emprende en Vinculación con el Medio de modo de saber cómo están influyendo en el enriquecimiento de la formación (aprendizaje) de las y los estudiantes.

DEBILIDADES DE DIMENSIÓN 2. CONDICIONES MÍNIMAS DE OPERACIÓN

2.1. Estructura Organizacional, Administrativa y Financiera

Si bien la Carrera cuenta con organismos colegiados para su gestión académica, los docentes como miembros de esos organismos, tienen un régimen contractual que no les asegura su estabilidad y permanencia en ella.

2.2. Recursos Humanos

El régimen contractual de los profesores, como docentes externos a la organización que se encuentran sujetos a contrato semestral y a honorarios, a juicio del Consejo, impide desarrollar una carrera académica, ya que la existencia de inestabilidad laboral afecta seriamente el potencial docente. El no contar con académicos de planta, en jornada total o parcial a juicio de los consejeros, impide este desarrollo lo que puede conllevar un detrimento del desarrollo de la Carrera en el mediano plazo.

2.3. Infraestructura, Apoyo Técnico y Recursos para la Enseñanza

Se observa que el número de publicaciones de Administración y Economía es muy escaso (poco más de un 10%), dada la gran variedad existente en estas áreas y comparativamente con el número de publicaciones de Ciencia Política y Relaciones Internacionales disponible para las y los estudiantes y docentes. Esto a juicio del Consejo, sitúa a la carrera en una posición inadecuada de respaldo y actualización.

El hecho que las y los estudiantes no cuenten con apuntes y material elaborado por los docentes, genera en la Carrera una pérdida importante en el desarrollo de una cultura propia de la profesión, que también se podría expresar en publicaciones y material de estudio para las y los estudiantes.

DEBILIDADES DE DIMENSIÓN 3. CAPACIDAD DE AUTORREGULACIÓN

3.1. Propósitos

La Misión de la Carrera hace énfasis en determinados valores, pero deja de lado su alcance y su ventaja competitiva. No hay evidencias que se haya efectuado una evaluación acerca de si el entorno reconoce o le son visibles esos valores.

Se observa que la Carrera tiene un foco declarado en la Administración. Sin embargo en su Misión se destacan otras áreas del saber como por ejemplo, la Economía. No se observa coherencia entre la dimensión administrativa ejecutorial, más propia de la Ingeniería Comercial y la dimensión económica analítica, más propia de una Mención en Economía.

En relación con lo anterior, no se especifica del todo en la Misión y los Propósitos, si lo que se quiere formar es un Ingeniero Comercial como Administrador o, Economista, o, el tipo de síntesis que se quiere lograr.

El segundo objetivo específico declarado *“Formar un profesional en las disciplinas de la administración en su amplia gama para colaborar al desarrollo de la gestión en las entidades privadas y públicas y las de propio emprendimiento”*, es confuso, ya que los énfasis formativos son diferentes cuando se está formando un “Emprendedor” o, alguien orientado a cumplir funciones dentro de una estructura formal pre-establecida.

3.2. Integridad

El Consejo aprecia que existe imprecisión en cuanto a los logros obtenidos por la Carrera y sobre los cambios a realizar para su mejoramiento. Observa un mayor énfasis en los aspectos operativos y una ausencia de una discusión estratégica.

No se observan evidencias que den cuenta que la Carrera solicita al medio profesional su opinión sobre su imagen y posicionamiento en el entorno, ya que a juicio del Consejo, el Proceso de Autorregulación involucra tanto la dimensión externa como interna.

3.3. Proceso de Autoevaluación e Informe

Dada la importancia que se le asigna a la Misión y Visión de esta Carrera, en términos del aporte que hace en el panorama general de las Ingenierías Comerciales del país, se observa ausencia de una evaluación en las dimensiones estratégicas de la formación que se imparte, ya que no se evidencian conclusiones y orientaciones en un plano que vaya más allá de la gestión operacional de corto plazo.

En consecuencia, analizados la totalidad de los antecedentes reunidos durante el Proceso de Acreditación, el Consejo de Área de Administración y Comercio, considera que la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Miguel de Cervantes cumple con los Criterios de Evaluación definidos para la acreditación, en el marco de la Ley 20.129 sobre Calidad de la Educación Superior.

Y conforme a las alternativas de juicio consideradas, el Consejo de Área de Administración y Comercio de AEspigar, **ACUERDA** por la unanimidad de sus miembros presentes, otorgar Acreditación a la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Miguel de Cervantes, que entrega el Título Profesional de Ingeniero(a) Comercial, que es impartida en la ciudad de Santiago,

Acreditación a la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Miguel de Cervantes, que entrega el Título Profesional de Ingeniero(a) Comercial, que es impartida en la ciudad de Santiago,


bajo la modalidad presencial, en jornada vespertina, por un período de **CUATRO AÑOS**, a partir del **9 de septiembre 2016** al **9 de septiembre de 2020**.

De acuerdo a lo establecido, la Carrera podrá presentar un Recurso de Reposición, en cuyo caso las observaciones serán especialmente consideradas por parte del mismo Consejo de Área de AEspigar.

Por disposición de la CNA, la Universidad deberá informar oportunamente a esta Agencia los cambios que pudiesen hacerse, ya sea en sus modalidades, jornadas y sedes en que se imparte la carrera acreditada.


Manuel Garay Baros
Director Ejecutivo
Agencia Aespigar S.A.




Luis Zaviezo Schwartzman
Consejero Área Administración y Comercio
Agencia Aespigar S.A.

Santiago, 27 de septiembre 2016

LZS/MGB/MHR/WV