

DICTAMEN DE ACREDITACIÓN N° 541
Carrera de Ingeniería Comercial de la
Universidad Adolfo Ibáñez

En base a lo acordado en la vigésima sesión del Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Administración y Comercio de la Agencia Acreditadora AcreditAcción, de fecha 20 de enero de 2016, la agencia dictaminó lo siguiente:

VISTOS:

Lo dispuesto en la Ley 20.129 que establece un sistema de aseguramiento de la calidad de la educación superior; el reglamento para la autorización de las agencias de acreditación de noviembre de 2007; la autorización de AcreditAcción para operar como agencia acreditadora, según Acuerdo de Autorización de Agencias N° 7 de la Comisión Nacional de Acreditación, CNA; el documento de normas y procedimientos para la acreditación autorizado por la CNA; los criterios de evaluación para carreras de ingeniería comercial vigentes y validados por la CNA; el informe de autoevaluación de la carrera de Ingeniería Comercial presentado por la Universidad Adolfo Ibáñez; el informe de visita de verificación emitido por el comité de pares externos; las observaciones enviadas por la institución al informe de los pares externos y los antecedentes analizados en la sesión N° 20, de fecha 20 de enero de 2016 del Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Administración y Comercio de AcreditAcción.

TENIENDO PRESENTE:

1. Que la carrera de Ingeniería Comercial conducente al título profesional de Ingeniero Comercial y al grado académico de Licenciado en Ciencias de la Administración, de la Universidad Adolfo Ibáñez se sometió al proceso de acreditación de carreras administrado por esta agencia en el marco de lo que señala la Ley 20.129.
2. Que en el 05 de agosto de 2015 el representante legal de la Universidad Adolfo Ibáñez don Andrés Benitez Pereira y don José Miguel Rodríguez Sáez, representante legal de AcreditAcción firmaron contrato para la Acreditación de la carrera.
3. Que los días 16, 17 y 18 de noviembre de 2015 la universidad fue visitada por un comité de pares externos designado por la agencia y aceptado por la institución.
4. Que con fecha 11 de diciembre de 2015 el comité de pares externos emitió un informe que señala las principales fortalezas y debilidades de la carrera y provee recomendaciones, teniendo como referentes de evaluación los Criterios de Acreditación para carreras de ingeniería comercial y los propósitos declarados por la misma institución y su carrera.

5. Que dicho informe fue enviado a la institución, para su conocimiento.
6. Que con fecha 28 de diciembre de 2015, la institución envió a la agencia un documento con sus observaciones y comentarios al informe del comité de pares externos.
7. Que la Dirección Ejecutiva de AcreditAcción envió a los integrantes del Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Administración y Comercio de la agencia los documentos de evaluación relacionados con este proceso para el conocimiento y análisis de cada uno de los consejeros.
8. Que el Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Administración y Comercio de la agencia se reunió, discutió y analizó todos los antecedentes anteriormente mencionados en su sesión N° 20 del 20 de enero de 2016.

CONSIDERANDO:

Que los resultados de los procesos de autoevaluación y de verificación externa de la carrera permiten identificar las siguientes principales fortalezas y debilidades, para cada una de las dimensiones de evaluación:

Dimensión N° 1: Perfil de Egreso y Resultados

Se destacan las siguientes fortalezas:

- La carrera cuenta con un perfil de egreso claro, explícito y completo, el que además y considerando tanto las competencias directamente vinculadas al desempeño profesional como las de carácter general y complementarias, permite orientar el plan de estudio, sin dificultad alguna.
- Existe completa coherencia entre el perfil de egreso, la misión y la visión de la universidad. Del mismo modo, se observa plena coherencia con el plan de estudio y las estrategias pedagógicas aplicadas.
- Cabe hacer presente que el perfil de egreso es altamente valorado por el medio externo, según se constató en reuniones con estamentos externos a la universidad.
- El plan de estudio de la carrera se encuentra compuesto por tres áreas de formación: formación básica, formación profesional y formación general, que permiten en su conjunto brindar una completa y diferenciada malla curricular para la formación de ingenieros comerciales.

- Resulta una fortaleza la oferta de once programas de magíster de especialización a los que puede optar el alumno de la carrera en el segundo ciclo de su formación.
- Las metodologías activas de aprendizaje “learning by doing”, y la inclusión de las asignaturas de las artes liberales y los objetivos de aprendizaje general colaboran a diferenciar la formación del ingeniero comercial de la UAI del resto de la oferta del sistema.
- Existen y se aplican mecanismos apropiados para que los estudiantes tengan la oportunidad de alcanzar el grado y título profesional en un plazo razonable, entre los que destacan: diagnóstico y nivelación en matemáticas e inglés; apoyo psicológico; entrega de estrategias de estudio; acceso a tutorías; asignaturas estivales; entre otros.
- La unidad cuenta con una política explícita para promover la vinculación y actualización profesional y disciplinaria de sus académicos, indicando las acciones consideradas, los mecanismos de acceso a ellas, los recursos que se le asignan y la forma en que serán consideradas en la evaluación académica.
- La carrera cuenta con una masa crítica de académicos dedicados a la investigación.

Corresponde abordar o superar las siguientes situaciones:

- Si bien la carrera realiza acciones de difusión de su perfil de egreso, se constató que no existe un pleno conocimiento de este, en especial, en los estudiantes de primer ciclo.
- No se observó que los mecanismos para disminuir la deserción académica incorporen indicadores de medición de resultados. Del mismo modo, es necesario medir el impacto de las acciones desarrolladas en este sentido.
- Si bien existe vínculo con empleadores y egresados, existe espacio para estrechar aún más esta relación.
- No obstante se destaca como una fortaleza la vinculación de la Escuela con su entorno, es preciso mejorar y/o aumentar los mecanismos de difusión de las diversas acciones desarrolladas en este ámbito.

Dimensión N° 2: Condiciones Mínimas de Operación.

Se destacan las siguientes fortalezas:

- La Escuela de Negocios de la UAI cuenta con una estructura administrativo-financiera adecuada, lo que facilita el correcto funcionamiento de la carrera y la

entrega de un servicio educacional de buen nivel a sus alumnos. Del mismo modo, la viabilidad financiera de la carrera se encuentra plenamente asegurada.

- La unidad cuenta con un equipo directivo con formación y experiencia acorde a sus funciones y responsabilidades.
- El cuerpo académico que sirve a la carrera es adecuado en número, formación y experiencia académica. En este sentido, destaca el alto porcentaje de profesores con grado de doctor (sobre el 80% en caso de la planta regular). Asimismo, se observa que el personal de apoyo administrativo es el necesario para el buen desarrollo de las actividades y servicios de apoyo al proceso formativo.
- Existen políticas y mecanismos para para la selección, contratación y promoción del personal docente asociado a la carrera. También se observan mecanismos de evaluación del desempeño académico e investigativo, los que se encuentran debidamente reglamentados.
- Los estudiantes y académicos acceden a una infraestructura y equipamiento de primer nivel, que no obstante ser compartido con otros programas de la universidad, responde satisfactoriamente a las necesidades y requerimientos asociados al proceso formativo de la carrera y, en general, a la vida universitaria.
- La biblioteca por su parte, es completa y moderna, y cuenta con bibliografía actualizada, tanto en soporte físico como en formato digital, disponiendo de completas bases de datos accesibles a estudiantes y académicos. Además, para su gestión cuenta con personal calificado.

Corresponde abordar o superar las siguientes situaciones:

- No se observaron debilidades relevantes para esta dimensión.

Dimensión N° 3: Capacidad de Autorregulación.

Se destacan las siguientes fortalezas:

- La unidad y la carrera definen sus propósitos y objetivos en plena coherencia con la misión institucional. Del mismo modo, el proyecto académico es consistente con el plan de estudio, con las estrategias pedagógicas y en coherencia con la definición del perfil de egreso de la carrera. Además, existentes y se aplican mecanismos para evaluar el logro de los propósitos y objetivos definidos.

- Se observa la existencia de variados mecanismos que aseguran la participación de los académicos en distintas instancias del proceso formativo, lo que facilita el cumplimiento de los objetivos definidos para la carrera.
- Existe un completo cuerpo normativo que regula derechos y deberes de alumnos, académicos y funcionarios.
- Se observó plena consistencia entre la información y publicidad entregada por la unidad al sistema y la realidad que viven los estudiantes y profesores de la carrera.
- La unidad posee una cultura de autorregulación activa. La instalación de esta cultura obedece a distintos factores, entre los que destaca la experiencia en procesos de acreditación internacional desarrollados por la unidad años anteriores. En consistencia con lo señalado, el proceso de autoevaluación se desarrolló de forma adecuada.
- Por su parte, el informe de autoevaluación señala claramente las fortalezas y debilidades identificadas durante el proceso, las que son sustentadas en evidencias.
- El plan de mejoramiento, asociado al informe auto evaluativo, es realista, viable en términos técnicos y cuenta con presupuestación asegurada.

Corresponde abordar o superar las siguientes situaciones:

- Tal como se señaló en la primera dimensión, existe espacio para mejorar la difusión del perfil de egreso entre los estudiantes de la carrera. Adicionalmente, y en la misma línea, es preciso incorporar indicadores para medir la efectividad (e impacto) de esta difusión.

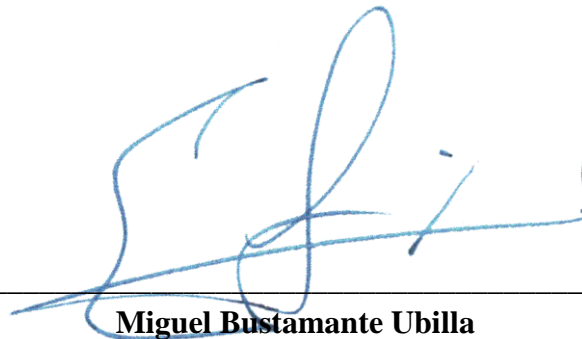
SE ACUERDA Y DICTAMINA:

El Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Administración y Comercio de AcreditAcción acuerda, por la unanimidad de sus miembros presentes, que la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Adolfo Ibáñez **cumple con los criterios de evaluación y acreditación vigentes.**

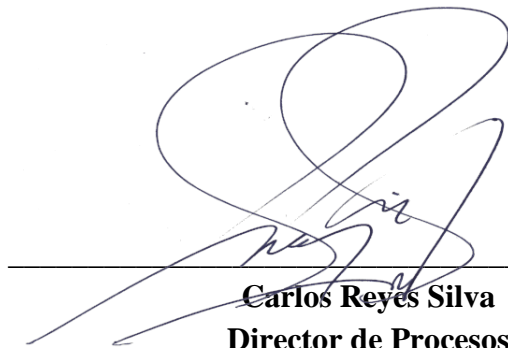
Conforme a lo acordado por el Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Administración y Comercio de AcreditAcción y a las alternativas de acreditación vigentes, la **Agencia AcreditAcción acredita la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Adolfo Ibáñez, impartida en modalidad presencial y en jornada diurna en la sede institucional de Santiago y Viña del Mar, por un período de siete (7) años, desde el 20 de enero de 2016 hasta el 20 de enero de 2023.**

En el plazo señalado, la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Adolfo Ibáñez, conforme a la normativa vigente, deberá someterse a un proceso de acreditación, presentando un nuevo Informe de Autoevaluación y documentación anexa pertinente, al menos ciento veinte (120) días antes del vencimiento de esta acreditación, en cuyo caso serán especialmente consideradas las observaciones señaladas en este dictamen.

La institución deberá informar a la agencia de los cambios que afecten la oferta académica de la carrera durante la vigencia de su acreditación, de acuerdo a lo establecido en la Circular N° 20 de la CNA.



Miguel Bustamante Ubilla
Presidente Consejo Área Administración y Comercio
Acreditación



Carlos Reyes Silva
Director de Procesos
AcreditAcción