

ACUERDO DE ACREDITACION N° 136

**Carrera de Ingeniería Comercial
Sede Santiago jornada diurna
Universidad Diego Portales**

En la 25.a Sesión del Consejo de Acreditación del Área de Administración y Comercio de la Agencia Acreditadora Colegio de Ingenieros de Chile S.A., Acredita CI, de fecha 7 de julio de 2011, se acordó 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 Acredita CI para actuar como Agencia Acreditadora, según Acuerdo de Autorización N° 6 de la Comisión Nacional de Acreditación, CNA; el documento de Normas y Procedimientos para la Acreditación autorizado en ese mismo acto por la CNA; los Criterios de Evaluación para Carreras de Ingeniería Comercial; el informe de Autoevaluación presentado por la carrera de Ingeniería Comercial; el informe de pares evaluadores emitido por el Comité que visitó la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Diego Portales por encargo de Acredita CI; las observaciones enviadas por la carrera al informe de pares evaluadores y los antecedentes analizados en la sesión N° 25, de fecha 7 de julio de 2011 del Consejo de Acreditación del Área de Administración y Comercio.

Teniendo Presente:

1. Que la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Diego Portales se sometió voluntariamente al proceso de acreditación de carreras administrado por esta Agencia.
2. Que dicho proceso cuenta con normas generales para la acreditación de Carreras de Ingeniería Comercial autorizadas por la CNA.
3. Que con fecha 08 de septiembre de 2009, el Sr. Cristóbal Marín Correa, representante legal de la Universidad Diego Portales y don Fernando García Castro representante legal de Acredita CI firmaron el Contrato de Prestación de Servicios para la Acreditación de la carrera.
4. Que con fecha 4, 5 y 6 de mayo de 2011, la carrera fue visitada por un comité de pares evaluadores designado en conjunto por la Agencia y la carrera.

5. Que con fecha 23 de mayo de 2011 el comité de pares evaluadores emitió un informe que señala las principales fortalezas y debilidades de la carrera, teniendo como parámetros de evaluación los criterios de evaluación para carreras de Ingeniería Comercial y los propósitos declarados por la misma carrera.
6. Que con fecha 23 de mayo de 2011, dicho Informe fue enviado a la carrera para su conocimiento.
7. Que por comunicación del 6 de junio de 2011, la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Diego Portales comunicó a la Agencia sus comentarios y observaciones respecto del informe elaborado por el comité de pares evaluadores las que fueron informadas al Comité.

CONSIDERANDO

- I. Que en relación al Acuerdo de Acreditación N° 227 emitido por la Comisión Nacional de Acreditación de Pregrado, CNAP, de fecha 25 de octubre de 2005, la carrera presenta evidencia de superación de las debilidades detectadas, obteniéndose importantes avances.
- II. Que las fortalezas de la carrera, indicadas en dicho Acuerdo, se mantienen.
- III. Que del resultado del presente proceso evaluativo de la carrera, se identifican las siguientes fortalezas y debilidades, para cada una de las dimensiones de evaluación:

a) Perfil de Egreso y Resultados

Fortalezas

La carrera presenta un Perfil de Egreso explícito, que indica con claridad las competencias, habilidades y actitudes que se espera lograr en el Ingeniero Comercial de la Universidad Diego Portales, por lo tanto es claro para guiar la formulación de un Plan de Estudios. Se observa actualizado y coherente con la Misión Institucional y alineado con el modelo educativo implementado por la Universidad. La carrera cuenta con mecanismos periódicos de revisión del Perfil de Egreso.

Los empleadores reconocen positivamente las habilidades y cualidades personales de los egresados de la carrera.

El Plan de Estudios está estructurado en base al perfil de egreso y cubre adecuadamente las áreas de formación relevantes para la profesión, en consonancia con los criterios establecidos por la CNA para las carreras de Ingeniería Comercial.

El nuevo Plan de Estudios y los Programas de Magister de continuidad son percibidos como una oportunidad por los estudiantes de la carrera.

Los criterios y mecanismos de admisión a la carrera están reglamentados y son apropiados a las exigencias del Plan de Estudios. Se informan adecuadamente a través de la página web de la escuela y del portal de la universidad.

Se observa clara consistencia entre el Perfil de Egreso, el Plan de Estudios y los métodos pedagógicos definidos. Estos últimos, apropiados al perfil de estudiantes que son admitidos en la carrera.

Los procesos de gestión académica y administrativa se constatan ordenados y sistemáticos, lo que permite conocer la progresión de los estudiantes y tomar las medidas correctivas pertinentes de manera oportuna.

Sobre la base de un diagnóstico inicial, los estudiantes que ingresan a la carrera participan de interesantes y efectivos mecanismos de apoyo inicial para reforzar los conocimientos, especialmente en el área de las Matemáticas. En el caso de inglés, el diagnóstico permite la inserción de los estudiantes en los distintos niveles ofrecidos en la malla curricular.

Los estudiantes de la carrera manifiestan tener una opinión muy positiva de ella.

La existencia de una política de investigación explícita, clara y conocida, así como el sistema de incentivos aplicado, es reconocida positivamente por la comunidad académica.

Se constata una fuerte actividad de extensión traducida en una oferta amplia y variada de actividades de educación continua.

Debilidades

Se observa la falta de un mayor énfasis en el desarrollo de actividades prácticas en la malla curricular, coherente con el modelo educativo fijado por la universidad.

Si bien la carrera de Ingeniería Comercial evalúa y actualiza periódicamente su Plan de Estudios, en este proceso no se contempla la participación formal y permanente del medio externo. No se observan vínculos activos, formales y permanentes con empleadores, actuales y potenciales, que permitan una adecuada retroalimentación sobre la formación y las competencias que presentan los profesionales que la Escuela ha formado y los requerimientos de la empresa. Por otro lado, no se observa que la carrera desarrolle procesos de seguimiento de sus titulados, que le permitan conocer su desempeño y desarrollo profesional, las diferencias percibidas entre su formación y los requerimientos del medio laboral y, a partir de ellas, identificar sus necesidades de actualización. Al respecto, existe evidencia que la carrera ha implementado recientemente acciones sobre las cuales se deben esperar los resultados.

La formalización de las estrategias destinadas a fortalecer el intercambio estudiantil a nivel internacional es insuficiente, tanto a nivel de la Facultad, como de la Escuela. Cabe destacar que este tema forma parte de los lineamientos del modelo educativo de la universidad y de la misión de la Escuela de Ingeniería Comercial.

b) Condiciones de operación

Fortalezas

La estructura organizacional, administrativa y financiera de la carrera es adecuada para el eficiente funcionamiento de la carrera.

Los directivos de la Facultad de Economía y Empresa y de la carrera poseen las calificaciones, la experiencia académica y de gestión, acordes con los requerimientos y responsabilidades de los cargos que desempeñan.

Las responsabilidades, funciones y atribuciones del cuerpo directivo de la Facultad de Economía y Empresa y de la carrera, se encuentran claramente definidas en el Reglamento de dicha Facultad.

La sustentabilidad financiera de la Universidad permite a la Facultad de Economía y Empresa y a la carrera, disponer de los recursos de manera suficiente y oportuna para la realización de sus funciones.

El tamaño y la composición del cuerpo docente es apropiado; cuenta con una reconocida formación, experiencia y productividad en el ámbito académico y profesional.

El personal administrativo y de apoyo es el adecuado para las necesidades que generan las diversas actividades de la carrera.

Las políticas de gestión de los recursos humanos, esto es promoción y renovación, están claramente reglamentadas y son conocidas. Además, la universidad cuenta con mecanismos, reglamentación y disposición para asegurar el desarrollo de sus académicos y la actualización permanente del cuerpo docente.

La Facultad de Economía y Empresa cuenta con instalaciones debidamente equipadas y recintos apropiados para la realización de sus actividades, a las cuales acceden los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial. Comprenden biblioteca, laboratorios computacionales e instalaciones deportivas.

Existen mecanismos para la reposición y actualización de los recursos de apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje.

La Universidad apoya a los estudiantes que presentan carencias económicas, problemas familiares y de salud física y mental.

Debilidades

No se aprecian debilidades importantes en esta Dimensión.

c) Capacidad de autorregulación

Fortalezas

La Escuela de Ingeniería Comercial ha explicitado su Misión, la que presenta un alto grado de coherencia con los propósitos de la Facultad de Economía y Empresa y de la Universidad. Así mismo, la carrera de Ingeniería Comercial ha definido con claridad sus metas y objetivos, a través de su Plan de Desarrollo.

El marco normativo y regulatorio de la Universidad, Facultad y Escuela de Ingeniería Comercial, permiten que la carrera tenga una institucionalidad formal y adecuada. Así mismo, demuestra capacidad de avanzar responsablemente en el cumplimiento de sus propósitos. La información que difunde es clara y realista. Se constata que la carrera respeta las condiciones esenciales de enseñanza en que se matricularon sus alumnos.

La capacidad de autocrítica mostrada por las autoridades de la Universidad, de la Facultad y de la Escuela, permite descubrir debilidades que presenta la carrera y enfrentarlas con decisiones orientadas a la solución.

La carrera y las autoridades de la Universidad reconocen en el proceso de acreditación, incluyendo la instancia de autoevaluación y la visita de pares evaluadores, una oportunidad para apoyar sus fortalezas y trabajar en la solución de sus debilidades.

El informe de autoevaluación sintetiza de manera certera las conclusiones surgidas durante el proceso de autoevaluación de la carrera, identifica claramente sus fortalezas y debilidades, y explicita el respectivo plan de mejoras. Se observa que este plan es realista y define plazos, responsables e indicadores de logro, que darán cuenta del progreso en la implementación de las acciones definidas y, además, identifica las fuentes de financiamiento de los recursos necesarios.

Debilidades

No se aprecian debilidades importantes en esta Dimensión.

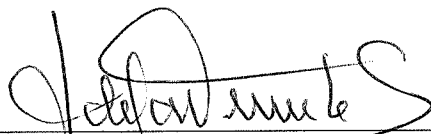
El Consejo de Acreditación del Área de Administración y Comercio de Acredita CI ACUERDA, por la unanimidad de sus miembros presentes:

Que, conforme a las alternativas de juicio sobre la acreditación, **se acredita la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Diego Portales, Sede Santiago Jornada Diurna, por el plazo de seis años, que culminan el 7 de julio de 2017.**

Que, en el plazo señalado, la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Diego Portales podrá someterse voluntariamente a un nuevo proceso de acreditación, en cuyo caso serán especialmente consideradas las observaciones y recomendaciones transmitidas por este Consejo para lo cual se sugiere especialmente:

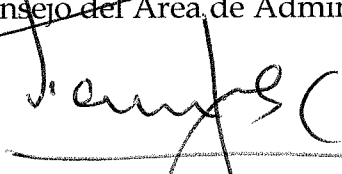
- Fortalecer decididamente la vinculación con el medio externo. Esta variable, transversal a los criterios de evaluación, debe fortalecerse para validar la formación ofrecida, según la visión de los empleadores; incorporar actualizaciones al Plan de Estudios, a sugerencia de egresados; difundir la carrera al medio; fortalecer redes y por ende posibilidades de logro de actividades prácticas o salidas a terreno que apoyen la formación en aquellas asignaturas que esté establecido; entre otras actividades.
- Fortalecer el intercambio estudiantil internacional, para contribuir al logro de perfil de egreso.
- Mejorar la efectividad de los canales de comunicación y de los procedimientos, para lograr la participación permanente en el proceso autoevaluativo de todos los miembros de la comunidad asociada a la carrera, integrando el medio externo. Mejorar estos mecanismos permitirá a la carrera validar de mejor manera los resultados y conclusiones que derivan de la autoevaluación.

Para el siguiente proceso, la carrera deberá presentar el nuevo informe de autoevaluación y la documentación correspondiente al menos 90 días antes del vencimiento de la acreditación.



JAIME DE LA FUENTE SÁEZ

Presidente del Consejo del Área de Administración y Comercio



FERNANDO GARCIA CASTRO

Representante Legal Acredita CI S.A.