



ACUERDO DE ACREDITACIÓN INTERNACIONAL N° 1

CARRERA DE MARKETING

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS DE ECUADOR

ECUADOR

SEPTIEMBRE 2014

ACUERDO DE ACREDITACIÓN INTERNACIONAL N° 1

Carrera de Marketing

Universidad de Las Américas de Ecuador

En la sesión del Consejo de Acreditación del área de Administración y Comercio de la Agencia Acreditadora de Chile, de fecha 16 de Septiembre de 2014, la Comisión acordó lo siguiente:

TENIENDO PRESENTE:

1. Que la Carrera de Marketing de la Universidad de Las Américas de Ecuador se somete en forma voluntaria al sistema de acreditación de carreras administrado por la Agencia Acreditadora de Chile.
2. Los Criterios Generales de Evaluación para Carreras Profesionales, sancionados por la Comisión Nacional de Acreditación de Chile.
3. El Informe de Autoevaluación de la Carrera de Marketing de la Universidad de Las Américas de Ecuador, presentado con fecha 09 de Junio de 2014.
4. El Informe del Comité de Pares Evaluadores, realizado como consecuencia de la visita efectuada entre los días 30 Junio al 02 de Julio de 2014.
5. La Carta del Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Las Américas de Ecuador, de fecha 31 de Julio de 2014, donde señala que la Carrera no tiene observaciones que plantear sobre el Informe de Visita de los Pares Evaluadores de la Agencia Acreditadora de Chile.

CONSIDERANDO

6. Que del proceso evaluativo que se ha llevado a cabo se desprenden fortalezas y debilidades que se mencionan, de manera resumida, en cada una de las dimensiones analizadas:

a) Perfil de Egreso y Resultados

- El Perfil de Egreso ha sido actualizado de forma adecuada y clara a partir de paneles de expertos y del análisis del campo ocupacional, tanto en sus contenidos, como en sus competencias, habilidades y actitudes, dando origen al Plan de Estudios correspondiente.
- Existe consistencia entre dicho perfil, el currículo y las estrategias pedagógicas. Es coherente con la misión institucional y con la naturaleza y el proyecto académico de la Facultad.
- Sin embargo, al ser consultados los diferentes estamentos, se pudo constatar, en algunos casos, diversos niveles de logro en la adaptación de los nuevos programas y sílabos que conforman el plan de estudios de la carrera.
- El Plan de Estudios, en virtud del proceso de elaboración del Perfil de Egreso, es consistente y responde de forma efectiva a los requerimientos del mundo laboral. Los programas de las asignaturas de especialización han sido elaborados de manera consistente con el Plan, facilitando la integración de estudiantes a equipos de trabajo.
- Existen mecanismos adecuados para evaluar la progresión de los estudiantes y el logro de los conocimientos previstos en el Perfil de Egreso. Se aplican evaluaciones periódicas.

- La Carrera cuenta con práctica profesional, vinculando a los alumnos con el entorno profesional y el medio social
- Los empleadores valoran la formación de los egresados y alumnos de la Carrera, destacándolos positivamente en relación a estudiantes de otras instituciones.
- Debido a que el ingreso a la Carrera es no selectivo (no condiciona un Perfil de Ingreso), el grupo de estudiantes que se integra a la Carrera presenta diferencias en su formación previa.
- Las brechas de conocimientos que se producen son resueltas mediante acciones remediales por parte de la Carrera, que cubren tanto aspecto técnicos como de desarrollo personal. Esto se desarrolla a través de propedéuticos de nivelación y los clubes de interés, que se convierten en Centros de Reforzamiento de Aprendizaje teórico práctico liderados por alumnos de cursos superiores.
- Existe una socialización del Plan de Estudios con los docentes y hay espacio para que estos hagan sugerencias. Hace falta, sin embargo, una metodología de trabajo periódica que asegure una participación más activa y orgánica del estamento docente en esta importante área de la gestión institucional.
- Las referencias bibliográficas indicadas en los programas de estudio se consideran adecuadas en relación con la profundidad y diversidad que señalan los contenidos de las Unidades de Aprendizaje respectivas.
- Los métodos aplicados son apropiados y suficientes para que los estudiantes adquieran las competencias que se han definido para la Carrera. El concepto pedagógico fundamental que se aplica es el

aprendizaje práctico mediante la utilización de casos de la Universidad de Harvard.

- Se advierte, asimismo, que la duración de los cursos es suficiente para el logro de las competencias que integran el Plan de Estudios.
- La estructura curricular satisface las expectativas de los estudiantes, quienes consideran que la Malla es adecuada.
- La Carrera cuenta con mecanismos de evaluación que permiten establecer los avances de los estudiantes en forma individual. En el séptimo nivel se realiza una evaluación del nivel de logro de las competencias planteados para el Perfil de Egreso.
- La deserción de estudiantes se debe, mayoritariamente, a razones de tipo académico. En segundo lugar, se encuentran los problemas económicos que les impiden solventar sus gastos de colegiatura. El tercer motivo de deserción corresponde a razones laborales que implican la dificultad para compatibilizar horarios de estudios y laborales. En menor medida, se indican el descontento con la carrera y las razones personales para explicar la deserción académica
- Existe un trabajo sistemático, institucional y docente para corregir y ayudar a los estudiantes que ingresan a superar las deficiencias o desventajas iniciales. Para identificar a los estudiantes que pudiesen estar con algún nivel de riesgo académico se ha creado específicamente un Sistema de Alerta Automático Temprano (SAAT), el que permite identificar en el transcurso del semestre si algún alumno se encuentra con algún problema ya sea por inasistencias o por bajo rendimiento académico.

- En materias del área de administración, finanzas, economía y marketing, se cuenta con exámenes unificados en algunas materias, con lo cual se busca que todos los estudiantes sean evaluados de la misma manera y que, además, dicha evaluación responda a la competencia de la materia.
- La Institución cuenta con un sistema y mecanismos de información, con registros computarizados, del proceso de enseñanza-aprendizaje. Este registro de información permite disponer de importantes datos estadísticos para evaluar avances y comparaciones cuando sea necesario y con la combinación de variables que se requiera.
- El departamento de Empleabilidad y Graduados de la Universidad administra el sistema de seguimiento con el objetivo de mantener contacto permanente con los graduados y recibir sus aportes desde su experiencia profesional. Todo ello con el fin de mejorar de manera continua los procesos de las carreras y la implementación de cambios en el ámbito académico que respondan a las necesidades de la sociedad.
- En diciembre de 2013 se conforman los comités consultivos de graduados para la gestión del sistema de seguimiento a graduados. Desde 2006 opera en la Universidad un sistema de Bolsa de empleo, en alianza con 692 empresas.
- El 92% de los graduados cuentan con un trabajo fijo al momento de su graduación o hasta seis meses después de ella, cifra que refleja la valoración en el mercado laboral de los profesionales de la Ingeniería en Marketing.

- Las actividades de vinculación con la sociedad permiten transferir los conocimientos que se generan en la academia a diversos actores de la comunidad.
- La Carrera no ha establecido un proceso regular de participación del sector profesional en materias de planificación, desarrollo o revisión de contenidos del Plan de Estudios. Los docentes de la Carrera habitualmente entregan opiniones y recomendaciones destinadas a mejorar el currículum de la Carrera.
- La Unidad es miembro universitario de la American Marketing Association (AMA), lo que posibilita a los alumnos miembros contar tanto con acceso al material académico y publicaciones de la AMA, como trabajar en investigaciones sobre casos específicos de marketing y conocer las nuevas tendencias del marketing para estar a la vanguardia sobre los temas de la especialidad de la carrera.
- De acuerdo a lo señalado por los docentes, los estudiantes necesitan un mayor contacto y conocimiento previo de la realidad empresarial a través del fomento de las visitas en campo (visita a empresas).
- Se debe profundizar un mayor conocimiento en el idioma inglés.

b) Condiciones de Operación

- Cada carrera es gestionada por un coordinador nombrado por el Director y el Decano con la aprobación del Vicerrector académico. El coordinador es el responsable de administrar la carrera y gestionar todos los aspectos operativos y académicos así como también la relación entre la carrera y el mundo empresarial.

- El Coordinador de la carrera apoya su gestión con los distintos comités conformados por los profesores. Todas las decisiones son tomadas en consenso con cada uno de los comités.
- Los estatutos y normas permiten que la Carrera se organice adecuadamente. La Institución es sólida en sus políticas organizacionales. Sus condiciones operativas son claras y conocidas por los diferentes estamentos. Los mecanismos de información y participación responden a una cultura de servicio, dando respuesta a los requerimientos para un apropiado funcionamiento.
- Existe un mecanismo de selección docente, un mecanismo de inducción y perfeccionamiento docente institucional, y un mecanismo de evaluación docente que incorpora diversos puntos de vista, desde la opinión de los alumnos, evaluación jerárquica y autoevaluación.
- Existe un manejo financiero centralizado que da respuesta a los requerimientos de las diversas actividades académicas que demanda la Carrera, asegurando una apropiada distribución y uso racional de los recursos.
- La Carrera cuenta con un equipo de gestión y un cuerpo académico con conocimientos prácticos de la disciplina y el campo laboral. La calidad de los mismos es altamente apreciada por los diferentes estamentos consultados, destacando su gran compromiso con los estudiantes y la institución.
- La estructura de toma de decisión está definida. El balance entre la autonomía de la Unidad y la dependencia Institucional es adecuado para los propósitos de la Carrera. Se pudo comprobar que todos los aspectos de funcionamiento de la Carrera están bien regulados y normados, con

procedimientos específicos para cada actividad, junto con instancias de solución de problemas, principalmente en el plano académico y de estudiantes.

- Los estudiantes tienen fácil y rápido acceso y comunicación con docentes y Coordinador de la Carrera. Se constata que existen buenas relaciones entre los profesores y un positivo clima laboral observado entre los colegas / institución / estudiantes.
- La dotación y dedicación del equipo de profesores es suficiente para cumplir con las necesidades de docencia del Plan de Estudios. El personal docente es altamente valorado por los estudiantes. Aprecian su nivel de conocimientos especializados y sus condiciones de relaciones interpersonales. Docentes y estudiantes desarrollan una comunicación personal cálida y positiva. Asimismo, estos últimos manifiestan respeto por las exigencias docentes en el plano académico. La Carrera cuenta con un cuerpo académico, capacitado y motivado. Un número importante de docentes se encuentre activo en el ámbito laboral.
- Se percibe un buen clima laboral. A los profesores preocupados por entregar una buena docencia y una relación estrecha y cercana con los alumnos. Los alumnos reconocen el nivel de los docentes y del Coordinador de la carrera.
- Los alumnos reconocen que sus profesores están siempre disponibles para recibirlos y ayudarlos a resolver los problemas y desafíos planteados.
- Un número importante del cuerpo docente comparte su actividad académica con otras funciones profesionales en el medio externo, lo

cual es importante para la vinculación de la Carrera con el sector profesional.

- Los criterios de postulación, selección, integración y evaluación de los académicos se encuentran definidos por políticas y normas que regulan la conformación del recurso humano, los que son conocidos por la comunidad académica.
- La Carrera aplica tres mecanismos de evaluación que se consideran muy apropiados durante el periodo académico: a) la evaluación docente, realizada por los estudiantes en forma semestral, b) la evaluación realizada por el respectivo Coordinador, Director o Decano y c) la autoevaluación docente.
- Como política de perfeccionamiento del cuerpo docente, la Carrera aplica un Programa de Perfeccionamiento Docente Institucional y la propuesta de formación ofrecida por la Red Laureate.
- La dotación de recursos materiales es suficiente para atender la cantidad de estudiantes de la Carrera. Asimismo, la calidad del equipamiento y las instalaciones son muy apropiadas para satisfacer las demandas de los estudiantes.
- La Institución cuenta con un Servicio de Bibliotecas que satisface razonablemente las necesidades de la Unidad, a través de una infraestructura adecuada y personal capacitado que suministra información de colecciones de libros, revistas científicas y técnicas, y bases de datos en discos compactos y conexiones online.
- Existen mecanismos formales para la adquisición de recursos por el Coordinador de la carrera en función de las necesidades del Plan de Estudios.

c) Capacidad de Autorregulación

- Los propósitos de la Facultad, compartidos entre las carreras, enmarcados en los propósitos establecidos por la Universidad y formalizados en sus Estatutos, se reflejan en la definición del Perfil de Egreso de la carrera de Ingeniería en Marketing.
- El Perfil de Egreso está sujeto a una revisión periódica cada cuatro años con el fin de asegurar una alineación con las necesidades laborales y como parte de la evaluación programada de la carrera que estudia los resultados del proceso de formación académica. Este proceso de revisión facilita la evaluación de la pertinencia y la verificación del logro de resultados de aprendizaje.
- La integridad del desarrollo académico, junto con cautelar el cumplimiento del proyecto de carrera, tiene como objetivo promover y fortalecer la calidad de la formación a nivel del pregrado a través de la correspondiente reglamentación interna.
- Las decisiones que se adoptan en la Carrera están basadas en información válida y confiable acerca de las condiciones en que se desarrolla el Plan de Estudios y los aspectos administrativos.
- Existen procedimientos adecuados y conocidos para organizar y conducir los procesos de toma de decisiones de acuerdo a los niveles de responsabilidad correspondientes. Se reconocen políticas formales y sistemáticas que garantizan la sustentabilidad de los recursos financieros
- La información que se entrega a los potenciales estudiantes y postulantes a la Carrera es adecuada, completa y fidedigna con

respecto a las características de los procesos académicos y de la formación.

- Existe una reglamentación completa de derechos y deberes de académicos y estudiantes que regula el funcionamiento y los procesos propios de la gestión de la carrera. La normativa es conocida por los académicos y alumnos.
- El proceso de autoevaluación de la carrera se ha realizado con bastante acuciosidad, integrando a los diversos estamentos en la formulación de opiniones y datos específicos de cada uno de ellos. Ha identificado fortalezas y debilidades de la Carrera. Finalmente, ha establecido un Plan de Mejoramiento de las debilidades identificadas.

POR LO TANTO,

7. Analizados la totalidad de los antecedentes señalados previamente, el Consejo de Acreditación del área de Administración y Comercio de la Agencia Acreditadora de Chile resuelve:

- a. Acreditar la Carrera de Marketing de la Universidad de Las Américas de Ecuador, que conduce al título de Ingeniero(a) en Marketing, impartida en las sedes Colón, Granados y Queri, en jornada Diurna y Vespertina y modalidad Presencial, por un plazo de **5 años**, que culmina el **16 de Septiembre de 2019**.
- b. Que en el plazo señalado, la Carrera de Marketing de la Universidad de Las Américas de Ecuador podrá someterse voluntariamente a un nuevo proceso de acreditación, en cuyo caso serán especialmente



ACREDITADORA DE CHILE
ACREDITACIÓN & CALIDAD

consideradas las observaciones transmitidas por este Consejo. Para tal efecto deberá presentar la documentación correspondiente al menos 90 días antes del vencimiento de esta acreditación.

Pablo Baraona Urzúa

PRESIDENTE
AGENCIA ACREDITADORA DE CHILE A&C S.A.

Álvaro Vial Gaete

DIRECTOR EJECUTIVO
AGENCIA ACREDITADORA DE CHILE A&C S.A.