

ACUERDO DE ACREDITACIÓN N° 428

Carrera de Ingeniería Comercial Universidad de Chile

En la centésimo cuadragésimo primera sesión de la Comisión Nacional de Acreditación, de fecha 13 de marzo de 2007, la Comisión acordó lo siguiente:

VISTOS:

Los criterios de evaluación definidos por el Comité Técnico de Administración y Economía y sancionados por la Comisión, el informe autoevaluativo presentado por la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile, el informe de pares evaluadores emitido por el Comité que visitó la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile por encargo de la Comisión, las observaciones enviadas por dicha carrera al informe de pares evaluadores y las observaciones y antecedentes contenidos en el Acta N° 141 de esta Comisión.

TENIENDO PRESENTE:

1. Que la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile se sometió voluntariamente al sistema de acreditación de carreras administrado por la Comisión.
2. Que dicho sistema cuenta con normas particulares para la acreditación de carreras de Ingeniería Comercial, contenidas en el documento de Normas y Procedimientos para la Acreditación de Carreras de Pregrado aprobado en la sesión N° 67 de la CNAP de fecha 6 de mayo de 2003, que fija las bases para el desarrollo de procesos experimentales de acreditación, y en el acuerdo N° 248 de 25 de marzo de 2003, que aprueba los Criterios de Evaluación de Carreras de Ingeniería Comercial.

3. Que con fecha 7 de noviembre de 2005, la Universidad de Chile presentó el informe de auto evaluación realizado por la carrera de Ingeniería Comercial, de acuerdo a las instrucciones impartidas por la Comisión.
4. Que los días 4 al 6 de diciembre de 2006 la carrera fue visitada por un comité de pares evaluadores, encabezado por un presidente designado por la Comisión e integrado por evaluadores de la agencia Acredita CI.
5. Que el comité de pares evaluadores emitió un informe que señala las principales fortalezas y debilidades de la carrera, teniendo como parámetro de evaluación los criterios definidos por el Comité Técnico de Ingeniería Comercial de la Comisión Nacional de Acreditación y los propósitos declarados por la misma carrera.
6. Que dicho informe fue enviado por Acredita CI a la Universidad de Chile, para su conocimiento.
7. Que por carta del 11 de enero 2007, la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile comunicó a Acredita CI sus comentarios y observaciones respecto del informe elaborado por el comité de pares evaluadores.
8. Que la agencia Acredita CI despachó a la Comisión todos los antecedentes descritos con fecha 22 de enero de 2007.
9. Que la Comisión Nacional de Acreditación analizó todos los antecedentes anteriormente mencionados en su sesión N° 141 de fecha 13 de marzo de 2007.

CONSIDERANDO:

10. Que, del proceso evaluativo que se ha llevado a cabo se desprende que la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile presenta fortalezas y debilidades, que se sintetizan a continuación para cada una de las dimensiones de evaluación:

a) Perfil de egreso y resultados

- Existe un perfil de egreso definido y consistente con los requerimientos del título y los grados otorgados. Sin embargo, su formulación describe demasiados aspectos que los alumnos deben desarrollar, lo que reduce su capacidad para delinear la carrera.
- La estructura curricular es adecuada, y los contenidos del plan de estudios cubren las materias relevantes para la profesión. Se aplican variados métodos pedagógicos, centrados en el aprendizaje activo del estudiante. Sin embargo, no se ha logrado concordar una visión compartida respecto de la disciplina y las visiones particulares existentes podrían interferir con una adecuada priorización de los aspectos más relevantes de la formación.
- Las actualizaciones del plan de estudios muestran la capacidad de la carrera para ajustarse a sus propósitos declarados y a las necesidades detectadas en la formación.
- Tanto egresados como empleadores se manifiestan satisfechos con la preparación de los profesionales formados en la carrera. La progresión es adecuada, pero el tiempo de egreso y titulación de carrera se extiende más allá de lo prescrito.
- La Facultad se muestra activa en investigación y publicaciones. Los resultados en publicaciones son consistentes con el posicionamiento de la Facultad como una de las instituciones líderes en el país en economía y administración. La unidad desarrolla, además, una vasta actividad de educación continua y de asesoría economía.

b) Condiciones de operación

- La estructura organizacional, de tipo matricial, ha sido capaz de promover cambios adaptativos en forma eficaz. El cuerpo directivo cuenta con las calificaciones y experiencia necesaria para el desempeño de sus cargos; las funciones están claramente delimitadas y existen instancias de participación apropiadas, con representación de profesores y alumnos.
- El cuerpo académico es altamente calificado y es reconocido como un cuerpo de excelencia. Es suficiente en número y dedicación para cubrir las necesidades de la carrera, tanto en lo que se refiere a docencia como a investigación y extensión.
- La universidad cuenta con adecuados procesos y reglamentos que norman la promoción académica. Existen suficientes oportunidades para

el desarrollo académico de los profesores que les permiten un mejoramiento continuo en su labor tanto docente como de investigación. Sin embargo, no hay evidencias de un plan de formación de nuevos académicos en función de las necesidades de reemplazo y de la evolución misma de las disciplinas.

- La unidad conoce la situación académica de los alumnos y existen adecuados mecanismos de información y asesoría a los alumnos que pudieran presentar problemas académicos o financieros.
 - Las nuevas instalaciones de la Facultad, de uso exclusivo para sus alumnos, responden arquitectónica y funcionalmente a las necesidades de la carrera. Existen espacios que permiten a los alumnos desarrollar su vida universitaria y realizar actividades deportivas y culturales.
 - La Facultad cuenta con una biblioteca con una completa colección de recursos bibliográficos y con una política de renovación y actualización permanente de su material.
- c) Capacidad de autorregulación
- El proceso de auto evaluación estuvo centrado esencialmente en una mirada retrospectiva, más que en el desarrollo futuro; esto limita su capacidad para establecer mecanismos permanentes de aseguramiento de la calidad que permitan adoptar medidas correctivas.
 - El informe recoge las principales conclusiones del proceso a partir de la planificación estratégica de la facultad; presenta fortalezas y debilidades y responde adecuadamente a ellas.

La Comisión Nacional de Acreditación ACUERDA:

11. Que, analizados la totalidad de los antecedentes reunidos durante el proceso de evaluación, la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile cumple con los criterios de evaluación definidos para la acreditación.
12. Que, conforme a las alternativas de juicio sobre la acreditación, **se acredita la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile, impartida en la ciudad de Santiago en jornada diurna por un plazo de seis años, que culmina el 13 de junio de 2013.**



13. Que, en el plazo señalado, la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile podrá someterse voluntariamente a un nuevo proceso de acreditación, en cuyo caso serán especialmente consideradas las observaciones y recomendaciones transmitidas por esta Comisión. Para tal efecto, deberá presentar el informe y la documentación correspondiente al menos 90 días antes del vencimiento de la acreditación.

**IVÁN LAVADOS MONTES
PRESIDENTE
COMISIÓN NACIONAL DE ACREDITACIÓN**

**MARÍA JOSÉ LEMAITRE
SECRETARIA TÉCNICA
COMISIÓN NACIONAL DE ACREDITACIÓN**