



ACUERDO N° 123/2021

En sesión ordinaria de 20 de octubre de 2021, con arreglo a las disposiciones del DFL N°2, de 2009, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N°20.370, con las normas no derogadas del Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2005, el Consejo Nacional de Educación ha adoptado el siguiente acuerdo.

VISTOS:

Las normas aplicables del DFL N°2, de 2009; las leyes N°20.129 y N°19.880; el Decreto Supremo N°359, de 2012, del Ministerio de Educación, y la Resolución N°233/2020, del Consejo Nacional de Educación;

TENIENDO PRESENTE:

- 1) Que, con fecha 10 de septiembre de 2021, la Universidad de Santiago de Chile apeló ante el Consejo Nacional de Educación en contra de la Resolución N°1407, de la Comisión Nacional de Acreditación (CNA), que resolvió no acoger el recurso de reposición interpuesto por la Universidad, en contra de la Resolución N°1394, de la CNA, que no acreditó el Magíster en Marketing que imparte dicha institución (en adelante “el Magíster” o el Programa”). Mediante la apelación, la Universidad de Santiago de Chile solicitó al Consejo acreditar dicho Programa, en virtud del grado de cumplimiento de los criterios de evaluación.
- 2) Que, con fecha 15 de septiembre de 2021, el Consejo Nacional de Educación envió a la Universidad de Santiago de Chile el Oficio N°286/2021, por medio del cual le comunicó la resolución de admitir a tramitación la apelación, y le informó sobre las etapas y acciones a seguir hasta el pronunciamiento del Consejo. Asimismo, invitó a las autoridades de la Universidad y del Programa de Magíster en Marketing a participar en la sesión ordinaria del 13 de octubre de 2021 a través de videoconferencia.
- 3) Que, en la misma fecha, el Consejo Nacional de Educación envió a la Comisión Nacional de Acreditación el Oficio N°288/2021, mediante el cual le informó sobre la presentación del recurso de apelación interpuesto y le solicitó informar respecto de la decisión adoptada y sus fundamentos, así como del conjunto de argumentos y antecedentes invocados por el Programa en su apelación. Mediante dicho oficio, además, invitó a la Comisión a asistir a la sesión de 13 de octubre 2021, a fin de que, a través de sus autoridades, expusiera sus puntos de vista.
- 4) Que, con fecha 5 de octubre, la Comisión Nacional de Acreditación presentó su informe acerca de la apelación. En los antecedentes generales de dicho informe, se sintetizan las razones en las que se basó la decisión de no acreditar el programa. En una segunda sección, se refieren a todos los aspectos apelados. Finalmente, en las conclusiones del Informe, se señala que el proceso de acreditación del Magíster en Marketing de la Universidad de Santiago de Chile se llevó a cabo en conformidad con lo dispuesto en la normativa y los criterios de evaluación que rigen para los procesos de acreditación de Programas de postgrado y que la Comisión tuvo a la vista todos los antecedentes enviados por el Programa en el proceso.
- 5) Que, con fecha 5 de octubre de 2021, mediante correo electrónico, el Consejo Nacional de Educación envió a la Universidad el informe de la Comisión Nacional de Acreditación respecto de la apelación, en conformidad con lo dispuesto en la Resolución N°233/2020, de este Consejo.
- 6) Que, en sesión de 13 de octubre de 2021, el Consejo Nacional de Educación escuchó la presentación del Magister en Marketing de la Universidad de Santiago de Chile, representado por las autoridades de la institución. Con posterioridad, realizó su presentación la Comisión Nacional de Acreditación, a través de su Presidente y el Director(s) de Dirección de Evaluación y Acreditación.
- 7) Que, en sesión de esta fecha, así como en la anterior, el Consejo Nacional de Educación analizó todos los antecedentes relativos a la apelación, así como también los antecedentes más relevantes del proceso de acreditación, incluyendo el Informe de autoevaluación presentado por el Magíster; el Informe de evaluación externa del Programa; la Resolución de Acreditación N°1349, de 05 de enero de 2021, que no acreditó el Programa; el recurso de reposición interpuesto por la Universidad, en contra de dicha Resolución; la Resolución de Acreditación N°1407, de 9 de junio de 2021, que rechazó el recurso de reposición que interpuso la Universidad pero modificó la Resolución N°1.349



antes citada; el recurso de apelación que presentó la Universidad de Santiago de Chile en contra de la Resolución N°1407; y el informe de la Comisión Nacional de Acreditación recaído sobre la apelación.

Y CONSIDERANDO:

- 1) Que corresponde al Consejo Nacional de Educación resolver las apelaciones deducidas por las instituciones de educación superior en contra de las decisiones de acreditación de Programas de posgrado de la Comisión Nacional de Acreditación, en conformidad con lo dispuesto por el artículo 87 letra h) del DFL N°2, de 2009 y por el artículo 46 de la Ley N°20.129.
- 2) Que, del análisis de la apelación interpuesta y la información aportada por la CNA, se analizan los aspectos debatidos en el marco de los siguientes criterios de acreditación:
 - a) Sobre la **definición conceptual**, se discute sobre las áreas de desarrollo, señalando que son, más bien, áreas básicas.
 - b) Sobre el **sistema de organización interna**, se discute sobre la experiencia del Comité Académico, la que parece ser orientada en mayor medida a lo académico por sobre lo profesional, como también, acerca de que la mitad de los miembros de dicho Comité no pertenece a la Facultad del Magister.
 - c) En relación con el **carácter, objetivos y perfil de egreso**, se debate sobre la ausencia, en los objetivos específicos y en el perfil de egreso, de algunos aspectos importantes para el desempeño profesional en el campo.
 - d) Acerca de los **requisitos de admisión y proceso de selección**, se discute sobre la falta de claridad sobre la ponderación en torno a los puntajes asignados a cada criterio, como también, sobre que no se considera un mínimo de experiencia laboral y, por último, que no se exige formalmente el dominio de un nivel de inglés, en circunstancias de que la bibliografía disponible se publica en dicho idioma.
 - e) En cuanto a la **estructura del programa y plan de estudios**, se debate sobre lo siguiente: la falta de consistencia del plan de estudios y el perfil de egreso; que los programas de las asignaturas no abordan todos los contenidos necesarios y algunos no describen las metodologías utilizadas; el bajo creditaje asignado a los cursos electivos; la falta de claridad sobre el proceso y lo esperado de los trabajos de graduación; y por último, la secuencia y diseño de las actividades curriculares podrían ser mejorados.
 - f) Sobre la **progresión de estudiantes y evaluación de resultados**, se discute sobre el aumento en la tasa de deserción, una disminución en la matrícula y la necesidad de implementar acciones para subsanar la deserción y para generar mecanismos sistemáticos de seguimiento.
 - g) En relación con las **características generales del cuerpo académico**, se debate sobre el énfasis académico del cuerpo docente, lo que limitaría la dirección de actividades de graduación de un programa de carácter profesional. Por otra parte, se debate sobre la pertenencia a otras facultades de la mitad de los integrantes del núcleo.
 - h) Respecto de la **trayectoria, productividad y sustentabilidad de cuerpo académico**, se discute sobre la productividad grupal e individual; que la mayoría de los académicos participan en proyectos de investigación lejanos al área, y que las áreas de desarrollo del Programa son sustentadas parcialmente por los académicos del núcleo.
 - i) En relación con el **apoyo institucional e infraestructura**, se debate sobre la falta de financiamiento para las licencias de *software*, una exigua organización de actividades complementarias y su financiamiento, y la falta de evidencia de una relación con potenciales empleadores.
 - j) Respecto de la **vinculación con el medio**, se discute sobre la falta de mecanismos formales para sistematizar las eventuales actividades realizadas en el Programa.
 - k) En cuanto a la **capacidad de autorregulación**, se discute sobre que el Programa se adscribe a un Plan de Desarrollo Estratégico que es institucional, no propio; la falta de información detallada en el Informe de Autoevaluación; un nivel de autocritica menor al esperado y que el alcance de la difusión es limitado.



3) Que el análisis del Consejo respecto de los temas discutidos es el siguiente:

- a) Sobre la *Definición conceptual*, la Comisión advierte dos debilidades. En primer lugar, que las áreas que el Programa declara como de desarrollo (Estrategia de Marketing, Gestión de Marketing, y Herramientas de Marketing), son, más bien, áreas básicas de aplicación del marketing. La segunda, que sería deseable promover la articulación del programa con el pregrado, dado que la mayoría de los estudiantes proviene del pregrado de la misma Institución.

En su Informe de Autoevaluación, el Programa declara que busca formar “especialistas vinculados a la gestión integral de Marketing para que sean capaces de analizar la gestión de negocios como sustento del proceso de toma de decisiones de marketing a nivel estratégico, táctico y operativo.

Sobre la primera debilidad, el Programa declara que el área de Estrategia de Marketing, (compuesto por los módulos Marketing Estratégico, Marketing de Servicio, más un electivo) permite al estudiante “diseñar e implementar distintas estrategias de marketing en función de los objetivos estratégicos de la compañía”. Respecto de la Gestión, mediante los módulos Conducta del Consumidor, Métodos Estadísticos, Análisis Multivariante y un electivo; busca establecer “el vínculo sinérgico necesario entre la estrategia diseñada y la operativización de esta”. Por último, el área Herramientas, a través de los módulos Marketing Digital, Minería de Datos, Proyecto de Graduación y un electivo, permite que el estudiante adquiera herramientas cualitativas y cuantitativas para realizar diagnósticos de mercado y también para aspectos concretos de vinculación con los consumidores

Los pares señalan que, en general, el Programa es coherente con un Magíster Profesional, respecto de los cursos nucleares y electivos, la actividad de titulación, la duración del Programa y el nivel de profundización de los módulos para abordar los tópicos disciplinarios, como comportamiento del consumidor y marketing estratégico. Sin embargo, advierten que no se observan de manera explícita ciertos tópicos fundamentales, como marketing operacional y análisis cualitativo.

Respecto de la primera debilidad, en el Informe complementario, la Comisión mantiene su postura señalando que las áreas corresponden a una parte general de aplicación de Marketing. Por otra parte, sobre la ausencia de tópicos fundamentales, el Consejo revisó las actividades curriculares presentadas por el Programa en un anexo al Informe de Autoevaluación, y pudo constatar que el Magister contempla análisis cualitativo en los contenidos de los cursos de Marketing Estratégico y de Métodos Estadísticos. Asimismo, marketing operacional es una de las opciones explicitadas para el Trabajo de Graduación.

Respecto de la segunda debilidad, el Informe de Autoevaluación y el Formulario de Antecedentes, señalan que el Programa no posee articulación con otros niveles de formación. Al respecto, los pares y la Comisión estiman relevante generar articulación con algún programa de pregrado o postgrado, para dar continuidad al Magíster. En respuesta, el Programa señala en su apelación que formalizará una articulación con la carrera de pregrado de Ingeniería Comercial de la misma Universidad.

Tras el análisis de los antecedentes expuestos, el Consejo concluye que el Programa cumple con este criterio, dado que existe coherencia entre los distintos componentes del Programa. Si bien el Consejo concuerda con que las áreas de desarrollo del Programa son básicas, considera que se ajustan a los aspectos que establece el criterio. Por otra parte, considerando que el Magíster se presentó al proceso de acreditación señalando que no contaba con articulación con pregrado, se valora la declaración de la Universidad de avanzar en esta materia.

- b) Respecto del *Sistema de organización interna*, la Comisión señala que el perfil de los docentes que integran el Comité Académico está orientado en mayor medida a lo académico por sobre lo profesional, aspecto contradictorio con el carácter declarado para el Programa. Por otra parte, advierte que dos de los cuatro miembros que integran dicho Comité, no pertenecen a la Facultad de Administración y Economía.

En su Informe de Autoevaluación, el Programa señala que su Comité está compuesto por “doctorados en el área, con experiencias en gestión y cargos directivos de otros programas y unidades académicas”. Destaca que el 90% de los estudiantes valora positivamente el trabajo realizado por dicho Comité. Asimismo, declara que las responsabilidades, funciones y atribuciones del Comité están claramente definidas en las normas y reglamento que rige el Programa.

En relación con lo anterior, se revisaron las fichas de las docentes incorporadas a un Anexo del Informe de Autoevaluación, y se corroboró que uno de los cuatro miembros del



Comité posee amplia y destacada experiencia profesional en el área de marketing. Cabe señalar que posterior a la decisión de no acreditación, el Programa agregó seis académicos al núcleo, que pertenecen a la Facultad en que se inserta.

Cabe mencionar que los pares advierten que, según los documentos revisados, no queda claro si existe un equilibrio de experiencia profesional y académica en el cuerpo de profesores y considera que varios profesores del núcleo y del Comité Académico no tienen una formación académica y empresarial en el área de marketing o afín.

Tras el análisis de los antecedentes, el Consejo concluye que el Programa cumple con este criterio, dado que la composición del Comité Académico está alineada con lo estipulado en el Reglamento General de la Universidad de Programas de Magíster Profesional y de las Normas Internas del Programa. Asimismo, las responsabilidades, funciones y atribuciones del Comité están claramente definidas en las normas y reglamento que rige el Programa.

- c) Sobre el criterio *Carácter, objetivos y perfil de egreso*, la Comisión advierte que los objetivos específicos y el perfil de egreso del Programa no consideran aspectos vinculados, por ejemplo, con el liderazgo en la gestión comercial, elemento importante para el desempeño profesional asociado al marketing.

En su Informe de Autoevaluación, el Programa expone su objetivo general, sus objetivos específicos y presenta su perfil de egreso detallando las competencias que se espera logren los egresados.

Sobre la falta de desarrollo de habilidades directivas o de liderazgo en el perfil de egreso y objetivos, en el Informe Autoevaluativo, en el recurso de reposición y en la apelación, el Programa menciona que el liderazgo es abordado en algunas asignaturas electivas (Marketing y Liderazgo y Marketing y Dirección de Equipos); y que su abordaje no se explicita como un objetivo tangible, ya que corresponde a una habilidad blanda más pertinente a la disciplina de Recursos Humanos.

La Comisión, en su Informe complementario, considera que, si bien el Programa aborda aspectos vinculados al liderazgo en los cursos electivos señalados, el abordaje es insuficiente, dada la importancia que implica este aspecto en el desempeño profesional. A juicio de la Comisión, al tener la categoría de electivos, no se asegura que todos los estudiantes cuenten con las mismas competencias en este ámbito, si no optan por dichas asignaturas.

Los pares evaluadores, no se refieren explícitamente a la ausencia de habilidades directivas. Consideran que la definición del carácter del Programa y sus objetivos son pertinentes y que existe congruencia entre estos y el perfil de egreso.

Tras el análisis de los antecedentes relacionados con la evaluación de este criterio, se constata que el Programa cuenta con objetivos y perfil de egreso explícitos, claramente definidos y consistentes entre sí, y con el carácter profesional definido. Del mismo modo, el Programa dispone de una definición clara de las líneas de trabajo desarrolladas, acorde a los objetivos y perfil de egreso declarado. Por último, el Consejo no comparte la apreciación de la Comisión en torno a que abordar aspectos vinculados al liderazgo en los cursos electivos sea una debilidad, ya que el Programa no ha incluido esta clase de competencias en el perfil de egreso establecido ni se ha planteado como objetivo el desarrollo de estos aspectos, por lo que ofrecer su fortalecimiento en las asignaturas electivas, disponibles para los estudiantes que opten por desarrollarlas, es un aspecto valorado.

- d) En relación con el criterio *Requisitos de admisión y proceso de selección*, la Comisión advierte que no existe claridad sobre la ponderación en torno a los puntajes asignados a cada criterio de selección. Además, advierte que entre los requisitos no se considera un mínimo de experiencia laboral y no se exige formalmente el dominio de un nivel de inglés, aun cuando la bibliografía disponible se publica en ese idioma.

El Programa, en su Informe Autoevaluativo, expone que la admisión y selección se encuentran debidamente formalizadas en las Normas Internas, que el proceso es conocido y enumera los criterios de selección. Respecto de la segunda debilidad, el Programa declara que la experiencia profesional es analizada mediante el Currículum Vitae, uno de los antecedentes que deben otorgar los interesados cuando postulan al Programa.

El Comité de pares, en su informe de evaluación, confirma que el Programa cuenta con un sistema formal de requisitos de admisión que contempla: Antecedentes curriculares (30%), Trayectoria laboral (40%), Cartas de recomendación (10%) y entrevista personal (20%). No obstante, indican que la ponderación para las notas menores a cinco en la



carrera de pregrado no está estipulada en la documentación y que dicha información en particular era desconocida por los entrevistados al momento de la visita.

Respecto de la ponderación de los puntajes asignados a cada criterio, efectivamente en las normas internas el Programa establece la ponderación de cada criterio, sin embargo, no existe claridad sobre el puntaje total al que se aplican las ponderaciones y cuál sería el mínimo puntaje o porcentaje requerido para ser seleccionado.

Respecto a que los requisitos no considerarían un mínimo de experiencia laboral, si bien se contempla la Trayectoria Laboral en los criterios de selección, el Consejo advierte que efectivamente no se observa con claridad la exigencia de un mínimo de experiencia profesional en la normativa interna, No obstante, exigir un mínimo de experiencia profesional no forma parte de las exigencias de este criterio de acreditación.

En cuanto a exigir formalmente un nivel de inglés, el Consejo estima que, dado que no forma parte del perfil de egreso, no puede ser considerado, en sí mismo, una debilidad en la formación ni un requisito de admisión excluyente. Por otra parte, se constata que la Universidad ofrece oportunidades para que los estudiantes puedan fortalecer sus habilidades en inglés, si lo estiman conveniente.

Tras el análisis de los antecedentes expuestos, el Consejo concluye que el Programa cumple parcialmente con este criterio, dado que cuenta con requisitos de admisión establecidos y con un proceso de selección formal, valorado por la mayoría de los involucrados, de público conocimiento, aplicado sistemáticamente. A pesar de ello, sería importante que el Programa precise aspectos como las ponderaciones y requisitos mínimos de selección.

- e) En relación con el criterio *Estructura del programa y plan de estudios*, la Comisión observa que la estructura curricular se ajusta al nivel de profundización propuesto, aunque la secuencia y diseño de las actividades curriculares previstas se observan como un espacio de mejora para el Programa. Además, advierte debilidades en las siguientes cuatro áreas: consistencia del plan de estudios y el perfil de egreso; los programas de las asignaturas; los cursos electivos y el trabajo de graduación.

Sobre las debilidades relacionadas con la secuencia y diseño de las actividades curriculares, en el Informe de Autoevaluación el Programa señala que la progresión horizontal y vertical elaborada por el Comité del Programa fue establecida en forma deductiva. De esta manera, en el primer semestre se sientan las bases estructurales epistemológicas de la disciplina; en el segundo semestre, se desglosa el análisis de la conducta del consumidor, combinando metodologías cuantitativas y cualitativas. En el tercer semestre, se incorporan las nuevas herramientas tecnológicas basadas en las TICs, que permiten establecer y levantar distintos análisis de mercado, y finalmente, en el cuarto semestre, se establece y se desarrolla un proyecto de graduación para cerrar el ciclo de estudios.

Respecto de la consistencia del plan de estudios y el perfil de egreso, específicamente acerca de elementos del perfil de egreso, como innovación y proactividad, que según la Comisión no se abordan explícitamente en el plan de estudios, el Programa en la respuesta al Informe de evaluación externa, precisa que tales elementos forman parte de los contenidos de la asignatura electiva Marketing y Liderazgo. En cuanto al énfasis en métodos cuantitativos, el Programa especifica que dos de las 20 cátedras del plan de estudios son exclusivamente de dominio cuantitativo, por lo que solo el 10% de la malla tendría énfasis en métodos cuantitativos, en tanto, el 90% del plan de estudio está enfocado en la profundización de la disciplina del marketing, incluyendo las nuevas tecnologías de soporte online.

Sobre los programas de las asignaturas, el Programa en el Informe de autoevaluación y en la respuesta al Informe de evaluación señala que el desglose de las unidades de cada cátedra da cuenta de los contenidos que permiten alcanzar los resultados de aprendizajes esperado donde, además, se encuentran explícitas las metodologías de soporte del proceso enseñanza-aprendizaje de cada cátedra.

Respecto del trabajo de graduación, el Programa expone que el Trabajo de Graduación corresponde a un trabajo final individual que puede ser un proyecto o tesina, un informe o artículo de estudio, o una experiencia aplicada, a través del cual se demuestra que el egresado del Magíster es capaz de realizar aplicación práctica a problemas de marketing, empleando métodos estadísticos y/o econométricos, respetando la veracidad de los datos y el uso de las fuentes. Enseguida, reitera que las características del trabajo de graduación están explicitadas en las Normas Internas y en forma complementaria, en el Plan de estudios, documentos que son de conocimiento tanto de los académicos como de los estudiantes.

La comisión de pares, en la evaluación de los aspectos que considera el criterio Estructura curricular y plan de estudios, señala que en general, hay una secuencia lógica en el diseño de las actividades contempladas en el currículo, en la distribución de cursos y de créditos del plan de estudios. Asimismo, advierte consistencia entre el plan de estudios y el perfil de egreso, características que valoran positivamente.

Tras el análisis de los antecedentes, el Consejo estima que el Programa cumple con los elementos que exige este criterio. Por el contrario, no pudo encontrar evidencia para respaldar las diversas debilidades señaladas por la Comisión. No obstante, se hace notar que si bien el Programa reconoce que debe mejorar la información que difunde entre los estudiantes respecto de la actividad de graduación, no incluye este aspecto en su Plan de Mejoramiento.

- f) En el criterio *Progresión de estudiantes y evaluación de resultados*, la Comisión advierte un aumento significativo en las tasas de deserción, atribuible a limitaciones económicas y una disminución en la matrícula. Además, observa como un componente atendible, la implementación de acciones para subsanar la deserción y mecanismos sistemáticos para el seguimiento de los estudiantes.

Respecto de la primera debilidad, al revisar los datos disponibles, no se observa con claridad una tendencia de aumento en las tasas de deserción ni de disminución en la matrícula. Los datos reportados por los pares y por la Comisión, indican que la matrícula de primer año bajó de 13 estudiantes el 2019 a 11 el 2020. No obstante, según los datos SIES, la matrícula de primer año en 2021 fue de 32 estudiantes. Si bien la tasa de deserción fue de 15,4% (2 de 13) en 2019, y de 27,3% (3 de 11) en 2020, no es posible establecer una tendencia a partir de dos datos.

Respecto de la segunda debilidad, el Informe Autoevaluativo señala que en la intranet se puede observar el nivel de progresión de cada uno de los estudiantes, por lo que se pueden hacer análisis a partir de dichos datos. En el mismo Informe, se explica que se están creando los mecanismos de seguimiento de progresión, y que, hasta ahora, se ha hecho un seguimiento a cada estudiante y que se ha evaluado cada caso particular. De manera consecuente, el Programa define en su Plan de Mejoramiento el objetivo: "Formalizar mecanismos de seguimiento de estudiantes y posteriormente de graduados". Los pares en su Informe no emiten una opinión clara respecto al sistema de seguimiento de estudiantes.

En base a estos antecedentes, el Consejo considera que el criterio se encuentra parcialmente cumplido, debido a que, si bien no se observan tendencias claras de disminución de la matrícula ni de aumento significativo de la deserción, el Programa se encuentra en proceso de diseño de un sistema de seguimiento académico, en un contexto de reciente apertura. Se valora que el Programa haya identificado las principales causas de deserción, asociadas a dificultades económicas, y a pesar de ofrecer una variedad de becas y beneficios, incorporó en su Plan de Mejoramiento el objetivo: "Diversificar las fuentes de financiamiento para estudiantes del programa". Finalmente, al no existir egresados, no es posible observar un sistema de seguimiento de estos.

- g) En el criterio *Características generales del cuerpo académico*, la Comisión observa que el cuerpo académico tiene una formación que enfatiza lo académico, lo que limita la dirección de actividades de graduación, considerando el carácter profesional declarado por el Programa. Además, menciona que tres de los seis integrantes del núcleo pertenecen a otras Facultades del área informática y matemática, en las que centran su productividad académica.

En el Informe de Autoevaluación y en Formulario de Antecedentes el Programa describe las características del cuerpo académico señalando que cuenta con un claustro de seis académicos, 15 profesores colaboradores y 7 profesores visitantes.

De acuerdo con la información de los profesores del núcleo académico que el Programa presenta en el Formulario de Antecedentes, todos los académicos tienen formación de postgrado, pero en su mayoría en áreas distintas al marketing.

Por su parte, los pares señalan que la mayoría de los profesores no tienen formación en negocios ni en marketing. En efecto, luego de revisar los antecedentes el Consejo constata que, de los seis profesores del núcleo académico, solo uno tiene un doctorado con especialización en marketing, pero la mitad cuenta con estudios de postgrados afines al campo de negocios.

En cuanto a la segunda debilidad referida a que algunos académicos del núcleo pertenecen a otras facultades en las que centran su productividad, efectivamente dos profesores del núcleo que fue informado en el proceso de acreditación pertenecían a otras facultades. Asimismo, la mayoría de los académicos dedica menos horas



semanales al Programa (ocho) que las que dedican al claustro académico de otros programas de postgrado de la institución (diez), lo que confirma la observación de la Comisión respecto a la participación y productividad académica centrada en otras áreas, no en marketing.

El Comité de pares, en su Informe de evaluación se refiere únicamente a la primera debilidad, señalando que muchos académicos del Programa no tienen formación en negocios y sus estudios de posgrado son en otras disciplinas, distintas al marketing.

Cabe señalar que en su apelación el Programa informa que la composición fue actualizada sumando cuatro profesores al núcleo académico, y seis profesores con categoría de colaboradores, información que se corrobora con el Decreto Universitario 6065 del 01 de septiembre de 2021, que designa, a contar del 01 de julio de 2021, a 10 académicos de núcleo y 22 profesores colaboradores. Considerando esta nueva composición, todos los integrantes del núcleo se desempeñan en la Facultad de Administración y Economía de la Universidad de Santiago de Chile.

Considerando los antecedentes presentados, el Consejo observa que el Programa no cumple los aspectos evaluados, en tanto su núcleo académico tiene líneas de investigación alejadas del perfil del Programa, lo que podría tener incidencia en la orientación de trabajos de graduación actualmente en desarrollo; junto a ello, la dependencia administrativa y especialización de tres los integrantes del núcleo, y la mayor dedicación horaria a otros programas de la Institución que tienen el cuerpo académico, salvo su Director, debilitan la adecuada dedicación que el cuerpo académico debe tener hacia el programa. Sin perjuicio de ello, se valora la reciente decisión del Programa de ajustar la conformación de su cuerpo académico a las orientaciones de acreditación vigentes.

- h) En el criterio *Trayectoria, productividad y sustentabilidad*, la Comisión observa que un académico del núcleo no cumple con la productividad individual establecida; que casi todos los académicos participan en proyectos de investigación que no se relacionan con el área de marketing; que los académicos presentan cifras de publicaciones disímiles entre ellos; y que las áreas de desarrollo del Programa son sustentadas parcialmente por los académicos que integran el núcleo.

El Programa en su Informe de Autoevaluación señala que el cuerpo académico cuenta con una trayectoria que resulta un aporte sustantivo al conocimiento en el ámbito de estudio del Magister y que los niveles de productividad de este son adecuados para un Programa de carácter profesional.

Sobre el cuerpo académico, el Comité de pares observa que el Programa cuenta con pocas publicaciones por parte de los profesores del núcleo; que la mayoría de los profesores publican en áreas distintas a la disciplina del marketing y que al menos tres académicos del núcleo evidencian poca o nula coherencia entre su formación, líneas de investigación y publicaciones.

En cuanto a que los académicos tienen niveles de publicación disímiles entre ellos, ni el Programa ni los pares evaluadores entregan información que permita advertir el alcance de la observación. Sin embargo, al revisar los antecedentes que acompañan la apelación se constata que la productividad de los académicos del núcleo es homogénea, salvo la de dos académicos, que registran niveles de publicación superiores.

Finalmente, en cuanto a que las áreas de desarrollo del Programa son sustentadas solo parcialmente por los académicos que integran el núcleo, efectivamente, en el Informe de Autoevaluación se confirma que los profesores del núcleo del Programa presentan una trayectoria académica que no se vincula directamente con las áreas de desarrollo del Programa, lo que, dado el carácter profesional de este, constituye un elemento que debilita el proceso formativo.

En síntesis, luego de revisar la información disponible, se puede concluir que el Programa no cumple con este criterio, en tanto, gran parte de sus miembros no cumple con las orientaciones de productividad individuales establecida por el Comité de Área de Ciencias Económicas y Administrativas para programas de Magister con perfil profesional, además de tener trayectorias académicas que no se condicen con el perfil y áreas de desarrollo del Programa.

- i) En el criterio *Apoyo institucional e infraestructura*, la Comisión advierte tres debilidades. La primera, señala que no existe financiamiento formal para las licencias de los *softwares* utilizados en las asignaturas que lo requieren. La segunda, advierte una exigua organización de actividades complementarias en el Magister, sumado a esto, indica que es deseable gestionar acciones que permitan aportar al financiamiento de estas



actividades. Por último, menciona que no se cuenta con evidencia que ampare la relación con potenciales empleadores.

El Programa, en su Informe Autoevaluativo, señala que los estudiantes tienen acceso gratuito a los servicios y colección bibliográfica física y virtual de la Universidad, lo que incluye una colección especializada en el área de Administración y Economía. Asimismo, indica que 100% de los estudiantes tiene acceso a alguna beca. No obstante, señala que la expectativa es poder “establecer de mejor forma el apoyo financiero a los estudiantes” con una eventual acreditación del programa. Cabe señalar que el Programa, en su Informe Autoevaluativo, no aborda las debilidades levantadas por la Comisión.

El Comité de Pares en su Informe confirma que existe disponibilidad de servicios y recursos educacionales, y de ayudas estudiantiles, tales como becas u otros (pasantías, congresos, entre otros), aunque falta evidencia sobre la aplicación de dichas becas universitarias para este programa en específico.

La Comisión, en su Informe complementario, señala que los cambios fueron efectuados posterior a la visita de evaluación y decisión de acreditación, tanto el conseguimiento de las licencias anuales de SPSS e IBM como las actividades en vinculación con el medio profesional mediante vía remota. Por otra parte, aunque la Comisión relativizó la crítica sobre la falta de financiamiento para actividades complementarias en la respuesta al recurso de reposición, reconociendo que es deseable y no obligatorio, reitera su importancia.

Tras el análisis de los antecedentes expuestos, el Consejo concluye que el Programa cumple parcialmente con este criterio puesto que, si bien cuenta con las instalaciones y recursos necesarios, además de ofrecer becas, al parecer, no otorga apoyo económico para actividades complementarias. Respecto de la falta de evidencias sobre la relación del Programa con potenciales empleadores, ni la Comisión, ni los pares profundizan en ello ni tampoco entregan elementos para comprender el alcance de dicha observación, aun así, el Consejo advierte que este vínculo en un Magister profesional debe ser fortalecido mediante acciones sistemáticas.

- j) En el criterio *Vinculación con el medio*, la Comisión advierte que no se presentan mecanismos formales para sistematizar las eventuales actividades que sean realizadas en el Programa.

El Programa, en su Informe Autoevaluativo, reconoce que el ámbito de vinculación con el medio resulta ser el peor evaluado en la encuesta de autoevaluación, puesto que la mayoría de los estudiantes no conoce los convenios que posee la Universidad, y por tanto debería formar parte del plan de mejora. El Consejo revisó dicho plan y constata que ha sido contemplado, sin embargo, no queda explícita la necesidad de generar redes y actividades en el contexto profesional.

Los pares mencionan que falta claridad sobre los convenios y participación en actividades externas entre los académicos, según conversaciones realizadas durante la visita.

Tras el análisis de los antecedentes expuestos, el Consejo concluye que dada la dependencia del Programa con la Facultad de Administración y Economía, los estudiantes del Magister pueden acceder a distintos convenios y experiencias formativas complementarias. Sin embargo, el Programa debe avanzar en la formalización de convenios y actividades propias y en el establecimiento de mecanismos para sistematizar las eventuales actividades complementarias. Asimismo, estima que a pesar de que este ámbito ha sido contemplado en su plan de mejora, falta mayor detalle para poder corroborar si las acciones propuestas apuntan a actividades vinculadas con el medio profesional o al medio académico. En este sentido, debe además procurar que su estrategia sea útil para recabar información que le permita evaluar el desarrollo del programa y actualizar su perfil de egreso. El Consejo considera que este criterio se cumple parcialmente.

- k) Respecto de la *Capacidad de Autorregulación*, la Comisión advierte que el Programa se adscribe al plan de desarrollo estratégico formulado para el área de posgrado de la Institución, donde se declaran algunos pilares fundamentales institucionales, más no propios de este Magister. Además, observa que faltó información detallada en el Informe de Autoevaluación y que evidencia un nivel de autocrítica menor al esperado ya que no considera debilidades como la elevada tasa de deserción que presenta desde su implementación. Finalmente, señala que el alcance de la difusión que realiza el Programa es limitado.

El Programa en su Informe Autoevaluativo describe el contexto institucional en el cual se desarrolla, las políticas actualizadas que definen los lineamientos fundamentales y estratégicos del área de postgrado y su articulación con el plan de desarrollo. Además,



menciona detalla las normativas que regulan su funcionamiento y aseguran su pertinencia.

En relación con la primera debilidad, el Consejo corroboró que el Programa adhiere a los lineamientos estratégicos de la Universidad y el Programa no explicita pilares institucionales propios, sino que presenta aquellos derivados del contexto institucional en el que funciona. Dado el período de vigencia, hasta 2020, de los dos instrumentos de planificación estratégica mencionados en el Informe de Autoevaluación, sería recomendable que el Programa explicitara los mecanismos de actualización y articulación de sus definiciones estratégicas a medida que se actualizan los instrumentos institucionales a los cuales se acoge.

Sobre la falta de información detallada en el Informe de Autoevaluación, el Programa, producto de este proceso de análisis, identifica debilidades en los mecanismos formales de evaluación del plan de estudios y en los mecanismos de seguimientos de los estudiantes, incluido los graduados que tendrá. Al respecto, el Programa es explícito en generar acciones para abordar la situación de estudiantes con riesgos de deserción. Sin embargo, considerando que el Programa aún no presenta resultados de graduación, dado lo reciente del inicio de actividades estos elementos planificados constituyen insumos relevantes para establecer mejoras. En efecto, el Consejo estima que la información levantada, producto de su autoevaluación, constituye un insumo relevante para establecer mecanismos de mejoramiento continuo.

Si bien la Comisión señala que el alcance de la difusión que realiza el Programa es limitado, cabe mencionar que el informe de los pares evaluadores no se refiere directamente a este aspecto, aunque señala que el Magister debe posicionar en el mercado objetivo, lo que podría relacionarse con mecanismos de difusión.

A partir de los antecedentes revisados, el Consejo concluye que el Programa cumple con este criterio, toda vez que muestra una suficiente capacidad de autoanálisis que le permite abordar las dimensiones de desarrollo y de mejoramiento coherentes con el proceso institucional que está iniciando, dentro de un marco institucional definido; no obstante, para su consolidación futura, es recomendable que el Programa explicita cómo se articulan y actualizan los mecanismos de planificación estratégica institucional bajo los cuales funciona, es particular por los plazos de vigencia que estos tienen.

- 4) Que, en síntesis, los antecedentes tenidos a la vista permiten concluir que el Programa de Magister en Marketing de la Universidad de Santiago de Chile cumple parcialmente con los criterios de evaluación para programas de postgrado.

En efecto, se trata de un Programa de carácter profesional, sin articulación con el pregrado, que se presenta a su primer proceso de acreditación. El Magister cuenta con una definición explícita de objetivos y perfil de egreso. Estas definiciones además son acordes al carácter profesional que se declara el Programa. Del mismo modo, las líneas de desarrollo aun cuando son básicas, se ajustan objetivos y carácter del Programa. Si bien los requisitos de admisión están definidos y el proceso de selección considera la evaluación de los postulantes según criterios establecidos, sin embargo, es necesario que el Programa defina acciones para comunicar claramente el criterio en la asignación de puntajes de selección.

El Programa está en proceso de diseño de un sistema que le permita monitorear la progresión de los estudiantes y a pesar de contar con pocos datos cuenta con algunas evidencias sobre el desempeño de estos; ha analizado las causas de deserción, y ha utilizado dicha información para definir acciones en el Plan de Mejoramiento.

Respecto del núcleo académico y las exigencias que se espera cumplan los profesores, el Consejo advierte una posible contradicción en Programas de carácter profesional, en particular al exigir dedicación, productividad e inserción laboral en el medio de la disciplina. Al respecto, el Programa cuenta con un núcleo que logra equilibrar tales exigencias.

Respecto de la vinculación con el medio, el Programa debe avanzar en la instalación y consolidación de mecanismos formales para sistematizar las eventuales actividades complementarias y asegurar que estas apuntan a una vinculación con el medio profesional. Por último, el Consejo no puede dejar de observar la excesiva duración de los procesos de acreditación, lo que si bien puede complejizar el análisis no puede conducir a reducirlo, descartando información en razón de la mera fecha de su aparición. En este sentido, el Consejo entiende como un imperativo de razonabilidad el considerar a las instituciones de educación superior y a sus programas sometidos a acreditación como objetos de evaluación esencialmente dinámicos.



EL CONSEJO NACIONAL DE EDUCACIÓN, EN EJERCICIO DE SUS FACULTADES LEGALES, POR LA UNANIMIDAD DE SUS MIEMBROS PRESENTES, ACUERDA

- 1) Acoger la apelación interpuesta con fecha 10 de septiembre de 2021 por la Universidad de Santiago de Chile, en contra de la Resolución de Acreditación N°1407 de la Comisión Nacional de Acreditación y acreditar el Magíster en Marketing por 2 años, periodo que culmina el 20 de octubre de 2023.
- 2) Encomendar a la Secretaria Ejecutiva comunicar el presente acuerdo a la Universidad de Santiago de Chile y a la Comisión Nacional de Acreditación.
- 3) Encomendar a la Secretaria Ejecutiva comunicar el presente acuerdo al Ministerio de Educación.
- 4) Publicar el presente acuerdo en la página web del Consejo Nacional de Educación.


Anely Ramírez Sánchez
Secretaria Ejecutiva
Consejo Nacional de Educación




Luz María Budge Carvajal
Presidenta
Consejo Nacional de Educación



Este documento ha sido firmado electrónicamente de acuerdo con la ley N° 19.799

Para verificar la integridad y autenticidad de este documento ingrese el código de verificación: 2046384-c4e720 en:

<https://fed.gob.cl/verificarDoc/docinfo>

Santiago, 28 de octubre de 2021.

Resolución Exenta N° 221

VISTO:

Lo dispuesto en los artículos 85°, 87°, 89°, 90° y 102 del Decreto con Fuerza de Ley N° 2, de 2009, del Ministerio de Educación, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 20.370, con las normas no derogadas del Decreto con Fuerza de Ley N° 1, de 2005, del Ministerio de Educación; la Ley N° 20.129, de 2006, que establece un Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior; lo prescrito en el inciso séptimo del artículo 3° de la Ley 19.880, de 2003, que establece bases de los procedimientos administrativos que rigen los actos de los Órganos de la Administración del Estado; el Decreto Supremo N° 359, de 2014, del Ministerio de Educación, y la Resolución N° 7, de 2019, de la Contraloría General de la República, y

CONSIDERANDO:

1) Que, el Consejo Nacional de Educación es un organismo público autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio;

2) Que, en conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 20.129 y el DFL N° 2, de 2009, del Ministerio de Educación, corresponde al Consejo Nacional de Educación, en ejercicio de sus cometidos legales, servir de instancia de apelación respecto de las decisiones de la Comisión Nacional de Acreditación;

3) Que, en sesión ordinaria celebrada con fecha 20 de octubre de 2021, el Consejo adoptó el Acuerdo N°123/2021, respecto de la apelación presentada por la Universidad de Santiago de Chile, y

4) Que, la Secretaria Ejecutiva del Consejo Nacional de Educación, debe cumplir sus acuerdos, pudiendo, para tales efectos, celebrar los actos administrativos que sean necesarios para el debido cumplimiento de las funciones de este organismo.

RESUELVO:

ARTÍCULO PRIMERO: Ejecútese el Acuerdo N°123/2021, del Consejo Nacional de Educación, adoptado en sesión ordinaria de fecha 20 de octubre 2021, cuyo texto es el siguiente:

“ACUERDO N° 123/2021

En sesión ordinaria de 20 de octubre de 2021, con arreglo a las disposiciones del DFL N°2, de 2009, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N°20.370, con las normas no derogadas del Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2005, el Consejo Nacional de Educación ha adoptado el siguiente acuerdo.

VISTOS:

Las normas aplicables del DFL N°2, de 2009; las leyes N°20.129 y N°19.880; el Decreto Supremo N°359, de 2012, del Ministerio de Educación, y la Resolución N°233/2020, del Consejo Nacional de Educación;

TENIENDO PRESENTE:

- 1) Que, con fecha 10 de septiembre de 2021, la Universidad de Santiago de Chile apeló ante el Consejo Nacional de Educación en contra de la Resolución N°1407, de la Comisión Nacional de Acreditación (CNA), que resolvió no acoger el recurso de reposición interpuesto por la Universidad, en contra de la Resolución N°1394, de la CNA, que no acreditó el Magíster en Marketing que imparte dicha institución (en adelante “el Magíster” o el Programa”). Mediante la apelación, la Universidad de Santiago de Chile solicitó al Consejo acreditar dicho Programa, en virtud del grado de cumplimiento de los criterios de evaluación.
- 2) Que, con fecha 15 de septiembre de 2021, el Consejo Nacional de Educación envió a la Universidad de Santiago de Chile el Oficio N°286/2021, por medio del cual le comunicó la resolución de admitir a tramitación la apelación, y le informó sobre las etapas y acciones a seguir hasta el pronunciamiento del Consejo. Asimismo, invitó a las autoridades de la Universidad y del Programa de Magíster en Marketing a participar en la sesión ordinaria del 13 de octubre de 2021 a través de videoconferencia.
- 3) Que, en la misma fecha, el Consejo Nacional de Educación envió a la Comisión Nacional de Acreditación el Oficio N°288/2021, mediante el cual le informó sobre la presentación del recurso de apelación interpuesto y le solicitó informar respecto de la decisión adoptada y sus fundamentos, así como del conjunto de argumentos y antecedentes invocados por el Programa en su apelación. Mediante dicho oficio, además, invitó a la Comisión a asistir a la sesión de 13 de octubre 2021, a fin de que, a través de sus autoridades, expusiera sus puntos de vista.
- 4) Que, con fecha 5 de octubre, la Comisión Nacional de Acreditación presentó su informe acerca de la apelación. En los antecedentes generales de dicho informe, se sintetizan las razones en las que se basó la decisión de no acreditar el programa. En una segunda sección, se refieren a todos los aspectos apelados. Finalmente, en las conclusiones del Informe, se señala que el proceso de acreditación del Magíster en Marketing de la Universidad de Santiago de Chile se llevó a cabo en conformidad con lo dispuesto en la normativa y los criterios de evaluación que rigen para los procesos de acreditación de Programas de postgrado y que la Comisión tuvo a la vista todos los antecedentes enviados por el Programa en el proceso.
- 5) Que, con fecha 5 de octubre de 2021, mediante correo electrónico, el Consejo Nacional de Educación envió a la Universidad el informe de la Comisión Nacional de Acreditación respecto de la apelación, en conformidad con lo dispuesto en la Resolución N°233/2020, de este Consejo.
- 6) Que, en sesión de 13 de octubre de 2021, el Consejo Nacional de Educación escuchó la presentación del Magister en Marketing de la Universidad de Santiago de Chile, representado por las autoridades de la institución. Con posterioridad, realizó su presentación la Comisión Nacional de Acreditación, a través de su Presidente y el Director(s) de Dirección de Evaluación y Acreditación.
- 7) Que, en sesión de esta fecha, así como en la anterior, el Consejo Nacional de Educación analizó todos los antecedentes relativos a la apelación, así como también los antecedentes más relevantes del proceso de acreditación, incluyendo el Informe de autoevaluación presentado por el Magíster; el Informe de evaluación externa del Programa; la Resolución de Acreditación N°1349, de 05 de enero de 2021, que no acreditó el Programa; el recurso de reposición interpuesto por la Universidad, en contra de dicha Resolución; la Resolución de Acreditación N°1407, de 9 de junio de 2021, que rechazó el recurso de reposición que interpuso la Universidad pero modificó la Resolución N°1.349 antes citada; el recurso de apelación que presentó la Universidad de Santiago de Chile en contra de la Resolución N°1407; y el informe de la Comisión Nacional de Acreditación recaído sobre la apelación.

Y CONSIDERANDO:

- 1) Que corresponde al Consejo Nacional de Educación resolver las apelaciones deducidas por las instituciones de educación superior en contra de las decisiones de acreditación de Programas de posgrado de la Comisión Nacional de Acreditación, en conformidad con lo dispuesto por el artículo 87 letra h) del DFL N°2, de 2009 y por el artículo 46 de la Ley N°20.129.
- 2) Que, del análisis de la apelación interpuesta y la información aportada por la CNA, se analizan los aspectos debatidos en el marco de los siguientes criterios de acreditación:
 - a) Sobre la **definición conceptual**, se discute sobre las áreas de desarrollo, señalando que son, más bien, áreas básicas.
 - b) Sobre el **sistema de organización interna**, se discute sobre la experiencia del Comité Académico, la que parece ser orientada en mayor medida a lo académico por sobre lo profesional, como también, acerca de que la mitad de los miembros de dicho Comité no pertenece a la Facultad del Magíster.
 - c) En relación con el **carácter, objetivos y perfil de egreso**, se debate sobre la ausencia, en los objetivos específicos y en el perfil de egreso, de algunos aspectos importantes para el desempeño profesional en el campo.
 - d) Acerca de los **requisitos de admisión y proceso de selección**, se discute sobre la falta de claridad sobre la ponderación en torno a los puntajes asignados a cada criterio, como también, sobre que no se considera un mínimo de experiencia laboral y, por último, que no se exige formalmente el dominio de un nivel de inglés, en circunstancias de que la bibliografía disponible se publica en dicho idioma.
 - e) En cuanto a la **estructura del programa y plan de estudios**, se debate sobre lo siguiente: la falta de consistencia del plan de estudios y el perfil de egreso; que los programas de las asignaturas no abordan todos los contenidos necesarios y algunos no describen las metodologías utilizadas; el bajo creditaje asignado a los cursos electivos; la falta de claridad sobre el proceso y lo esperado de los trabajos de graduación; y por último, la secuencia y diseño de las actividades curriculares podrían ser mejorados.
 - f) Sobre la **progresión de estudiantes y evaluación de resultados**, se discute sobre el aumento en la tasa de deserción, una disminución en la matrícula y la necesidad de implementar acciones para subsanar la deserción y para generar mecanismos sistemáticos de seguimiento.
 - g) En relación con las **características generales del cuerpo académico**, se debate sobre el énfasis académico del cuerpo docente, lo que limitaría la dirección de actividades de graduación de un programa de carácter profesional. Por otra parte, se debate sobre la pertenencia a otras facultades de la mitad de los integrantes del núcleo.
 - h) Respecto de la **trayectoria, productividad y sustentabilidad de cuerpo académico**, se discute sobre la productividad grupal e individual; que la mayoría de los académicos participan en proyectos de investigación lejanos al área, y que las áreas de desarrollo del Programa son sustentadas parcialmente por los académicos del núcleo.
 - i) En relación con el **apoyo institucional e infraestructura**, se debate sobre la falta de financiamiento para las licencias de *software*, una exigua organización de actividades complementarias y su financiamiento, y la falta de evidencia de una relación con potenciales empleadores.
 - j) Respecto de la **vinculación con el medio**, se discute sobre la falta de mecanismos formales para sistematizar las eventuales actividades realizadas en el Programa.
 - k) En cuanto a la **capacidad de autorregulación**, se discute sobre que el Programa se adscribe a un Plan de Desarrollo Estratégico que es institucional, no propio; la falta de información detallada en el Informe de Autoevaluación; un nivel de autocrítica menor al esperado y que el alcance de la difusión es limitado.

3) Que el análisis del Consejo respecto de los temas discutidos es el siguiente:

- a) Sobre la *Definición conceptual*, la Comisión advierte dos debilidades. En primer lugar, que las áreas que el Programa declara como de desarrollo (Estrategia de Marketing, Gestión de Marketing, y Herramientas de Marketing), son, más bien, áreas básicas de aplicación del marketing. La segunda, que sería deseable promover la articulación del programa con el pregrado, dado que la mayoría de los estudiantes proviene del pregrado de la misma Institución.

En su Informe de Autoevaluación, el Programa declara que busca formar “especialistas vinculados a la gestión integral de Marketing para que sean capaces de analizar la gestión de negocios como sustento del proceso de toma de decisiones de marketing a nivel estratégico, táctico y operativo.

Sobre la primera debilidad, el Programa declara que el área de Estrategia de Marketing, (compuesto por los módulos Marketing Estratégico, Marketing de Servicio, más un electivo) permite al estudiante “diseñar e implementar distintas estrategias de marketing en función de los objetivos estratégicos de la compañía”. Respecto de la Gestión, mediante los módulos Conducta del Consumidor, Métodos Estadísticos, Análisis Multivariante y un electivo; busca establecer “el vínculo sinérgico necesario entre la estrategia diseñada y la operativización de esta”. Por último, el área Herramientas, a través de los módulos Marketing Digital, Minería de Datos, Proyecto de Graduación y un electivo, permite que el estudiante adquiera herramientas cualitativas y cuantitativas para realizar diagnósticos de mercado y también para aspectos concretos de vinculación con los consumidores

Los pares señalan que, en general, el Programa es coherente con un Magíster Profesional, respecto de los cursos nucleares y electivos, la actividad de titulación, la duración del Programa y el nivel de profundización de los módulos para abordar los tópicos disciplinarios, como comportamiento del consumidor y marketing estratégico. Sin embargo, advierten que no se observan de manera explícita ciertos tópicos fundamentales, como marketing operacional y análisis cualitativo.

Respecto de la primera debilidad, en el Informe complementario, la Comisión mantiene su postura señalando que las áreas corresponden a una parte general de aplicación de Marketing. Por otra parte, sobre la ausencia de tópicos fundamentales, el Consejo revisó las actividades curriculares presentadas por el Programa en un anexo al Informe de Autoevaluación, y pudo constatar que el Magíster contempla análisis cualitativo en los contenidos de los cursos de Marketing Estratégico y de Métodos Estadísticos. Asimismo, marketing operacional es una de las opciones explicitadas para el Trabajo de Graduación.

Respecto de la segunda debilidad, el Informe de Autoevaluación y el Formulario de Antecedentes, señalan que el Programa no posee articulación con otros niveles de formación. Al respecto, los pares y la Comisión estiman relevante generar articulación con algún programa de pregrado o postgrado, para dar continuidad al Magíster. En respuesta, el Programa señala en su apelación que formalizará una articulación con la carrera de pregrado de Ingeniería Comercial de la misma Universidad.

Tras el análisis de los antecedentes expuestos, el Consejo concluye que el Programa cumple con este criterio, dado que existe coherencia entre los distintos componentes del Programa. Si bien el Consejo concuerda con que las áreas de desarrollo del Programa son básicas, considera que se ajustan a los aspectos que establece el criterio. Por otra parte, considerando que el Magíster se presentó al proceso de acreditación señalando que no contaba con articulación con pregrado, se valora la declaración de la Universidad de avanzar en esta materia.

- b) Respecto del *Sistema de organización interna*, la Comisión señala que el perfil de los docentes que integran el Comité Académico está orientado en mayor medida a lo académico por sobre lo profesional, aspecto contradictorio con el carácter declarado para el Programa. Por otra parte, advierte que dos de los cuatro miembros que integran dicho Comité, no pertenecen a la Facultad de Administración y Economía.

En su Informe de Autoevaluación, el Programa señala que su Comité está compuesto por “doctorados en el área, con experiencias en gestión y cargos directivos de otros

programas y unidades académicas". Destaca que el 90% de los estudiantes valora positivamente el trabajo realizado por dicho Comité. Asimismo, declara que las responsabilidades, funciones y atribuciones del Comité están claramente definidas en las normas y reglamento que rige el Programa.

En relación con lo anterior, se revisaron las fichas de las docentes incorporadas a un Anexo del Informe de Autoevaluación, y se corroboró que uno de los cuatro miembros del Comité posee amplia y destacada experiencia profesional en el área de marketing. Cabe señalar que posterior a la decisión de no acreditación, el Programa agregó seis académicos al núcleo, que pertenecen a la Facultad en que se inserta.

Cabe mencionar que los pares advierten que, según los documentos revisados, no queda claro si existe un equilibrio de experiencia profesional y académica en el cuerpo de profesores y considera que varios profesores del núcleo y del Comité Académico no tienen una formación académica y empresarial en el área de marketing o afín.

Tras el análisis de los antecedentes, el Consejo concluye que el Programa cumple con este criterio, dado que la composición del Comité Académico está alineada con lo estipulado en el Reglamento General de la Universidad de Programas de Magíster Profesional y de las Normas Internas del Programa. Asimismo, las responsabilidades, funciones y atribuciones del Comité están claramente definidas en las normas y reglamento que rige el Programa.

- c) Sobre el criterio *Carácter, objetivos y perfil de egreso*, la Comisión advierte que los objetivos específicos y el perfil de egreso del Programa no consideran aspectos vinculados, por ejemplo, con el liderazgo en la gestión comercial, elemento importante para el desempeño profesional asociado al marketing.

En su Informe de Autoevaluación, el Programa expone su objetivo general, sus objetivos específicos y presenta su perfil de egreso detallando las competencias que se espera logren los egresados.

Sobre la falta de desarrollo de habilidades directivas o de liderazgo en el perfil de egreso y objetivos, en el Informe Autoevaluativo, en el recurso de reposición y en la apelación, el Programa menciona que el liderazgo es abordado en algunas asignaturas electivas (Marketing y Liderazgo y Marketing y Dirección de Equipos); y que su abordaje no se explicita como un objetivo tangible, ya que corresponde a una habilidad blanda más pertinente a la disciplina de Recursos Humanos.

La Comisión, en su Informe complementario, considera que, si bien el Programa aborda aspectos vinculados al liderazgo en los cursos electivos señalados, el abordaje es insuficiente, dada la importancia que implica este aspecto en el desempeño profesional. A juicio de la Comisión, al tener la categoría de electivos, no se asegura que todos los estudiantes cuenten con las mismas competencias en este ámbito, si no optan por dichas asignaturas.

Los pares evaluadores, no se refieren explícitamente a la ausencia de habilidades directivas. Consideran que la definición del carácter del Programa y sus objetivos son pertinentes y que existe congruencia entre estos y el perfil de egreso.

Tras el análisis de los antecedentes relacionados con la evaluación de este criterio, se constata que el Programa cuenta con objetivos y perfil de egreso explícitos, claramente definidos y consistentes entre sí, y con el carácter profesional definido. Del mismo modo, el Programa dispone de una definición clara de las líneas de trabajo desarrolladas, acorde a los objetivos y perfil de egreso declarado. Por último, el Consejo no comparte la apreciación de la Comisión en torno a que abordar aspectos vinculados al liderazgo en los cursos electivos sea una debilidad, ya que el Programa no ha incluido esta clase de competencias en el perfil de egreso establecido ni se ha planteado como objetivo el desarrollo de estos aspectos, por lo que ofrecer su fortalecimiento en las asignaturas electivas, disponibles para los estudiantes que opten por desarrollarlas, es un aspecto valorado.

- d) En relación con el criterio *Requisitos de admisión y proceso de selección*, la Comisión advierte que no existe claridad sobre la ponderación en torno a los puntajes asignados a cada criterio de selección. Además, advierte que entre los requisitos no

se considera un mínimo de experiencia laboral y no se exige formalmente el dominio de un nivel de inglés, aun cuando la bibliografía disponible se publica en ese idioma.

El Programa, en su Informe Autoevaluativo, expone que la admisión y selección se encuentran debidamente formalizadas en las Normas Internas, que el proceso es conocido y enumera los criterios de selección. Respecto de la segunda debilidad, el Programa declara que la experiencia profesional es analizada mediante el Currículum Vitae, uno de los antecedentes que deben otorgar los interesados cuando postulan al Programa.

El Comité de pares, en su informe de evaluación, confirma que el Programa cuenta con un sistema formal de requisitos de admisión que contempla: Antecedentes curriculares (30%), Trayectoria laboral (40%), Cartas de recomendación (10%) y entrevista personal (20%). No obstante, indican que la ponderación para las notas menores a cinco en la carrera de pregrado no está estipulada en la documentación y que dicha información en particular era desconocida por los entrevistados al momento de la visita.

Respecto de la ponderación de los puntajes asignados a cada criterio, efectivamente en las normas internas el Programa establece la ponderación de cada criterio, sin embargo, no existe claridad sobre el puntaje total al que se aplican las ponderaciones y cuál sería el mínimo puntaje o porcentaje requerido para ser seleccionado.

Respecto a que los requisitos no considerarían un mínimo de experiencia laboral, si bien se contempla la Trayectoria Laboral en los criterios de selección, el Consejo advierte que efectivamente no se observa con claridad la exigencia de un mínimo de experiencia profesional en la normativa interna, No obstante, exigir un mínimo de experiencia profesional no forma parte de las exigencias de este criterio de acreditación.

En cuanto a exigir formalmente un nivel de inglés, el Consejo estima que, dado que no forma parte del perfil de egreso, no puede ser considerado, en sí mismo, una debilidad en la formación ni un requisito de admisión excluyente. Por otra parte, se constata que la Universidad ofrece oportunidades para que los estudiantes puedan fortalecer sus habilidades en inglés, si lo estiman conveniente.

Tras el análisis de los antecedentes expuestos, el Consejo concluye que el Programa cumple parcialmente con este criterio, dado que cuenta con requisitos de admisión establecidos y con un proceso de selección formal, valorado por la mayoría de los involucrados, de público conocimiento, aplicado sistemáticamente. A pesar de ello, sería importante que el Programa precise aspectos como las ponderaciones y requisitos mínimos de selección.

- e) En relación con el criterio *Estructura del programa y plan de estudios*, la Comisión observa que la estructura curricular se ajusta al nivel de profundización propuesto, aunque la secuencia y diseño de las actividades curriculares previstas se observan como un espacio de mejora para el Programa. Además, advierte debilidades en las siguientes cuatro áreas: consistencia del plan de estudios y el perfil de egreso; los programas de las asignaturas; los cursos electivos y el trabajo de graduación.

Sobre las debilidades relacionadas con la secuencia y diseño de las actividades curriculares, en el Informe de Autoevaluación el Programa señala que la progresión horizontal y vertical elaborada por el Comité del Programa fue establecida en forma deductiva. De esta manera, en el primer semestre se sientan las bases estructurales epistemológicas de la disciplina; en el segundo semestre, se desglosa el análisis de la conducta del consumidor, combinando metodologías cuantitativas y cualitativas. En el tercer semestre, se incorporan las nuevas herramientas tecnológicas basadas en las TICs, que permiten establecer y levantar distintos análisis de mercado, y finalmente, en el cuarto semestre, se establece y se desarrolla un proyecto de graduación para cerrar el ciclo de estudios.

Respecto de la consistencia del plan de estudios y el perfil de egreso, específicamente acerca de elementos del perfil de egreso, como innovación y proactividad, que según la Comisión no se abordan explícitamente en el plan de estudios, el Programa en la respuesta al Informe de evaluación externa, precisa que tales elementos forman parte de los contenidos de la asignatura electiva Marketing y

Liderazgo. En cuanto al énfasis en métodos cuantitativos, el Programa especifica que dos de las 20 cátedras del plan de estudios son exclusivamente de dominio cuantitativo, por lo que solo el 10% de la malla tendría énfasis en métodos cuantitativos, en tanto, el 90% del plan de estudio está enfocado en la profundización de la disciplina del marketing, incluyendo las nuevas tecnologías de soporte online.

Sobre los programas de las asignaturas, el Programa en el Informe de autoevaluación y en la respuesta al Informe de evaluación señala que el desglose de las unidades de cada cátedra da cuenta de los contenidos que permiten alcanzar los resultados de aprendizajes esperado donde, además, se encuentran explícitas las metodologías de soporte del proceso enseñanza-aprendizaje de cada cátedra.

Respecto del trabajo de graduación, el Programa expone que el Trabajo de Graduación corresponde a un trabajo final individual que puede ser un proyecto o tesina, un informe o artículo de estudio, o una experiencia aplicada, a través del cual se demuestra que el egresado del Magíster es capaz de realizar aplicación práctica a problemas de marketing, empleando métodos estadísticos y/o econométricos, respetando la veracidad de los datos y el uso de las fuentes. Enseguida, reitera que las características del trabajo de graduación están explicitadas en las Normas Internas y en forma complementaria, en el Plan de estudios, documentos que son de conocimiento tanto de los académicos como de los estudiantes.

La comisión de pares, en la evaluación de los aspectos que considera el criterio Estructura curricular y plan de estudios, señala que en general, hay una secuencia lógica en el diseño de las actividades contempladas en el currículo, en la distribución de cursos y de créditos del plan de estudios. Asimismo, advierte consistencia entre el plan de estudios y el perfil de egreso, características que valoran positivamente.

Tras el análisis de los antecedentes, el Consejo estima que el Programa cumple con los elementos que exige este criterio. Por el contrario, no pudo encontrar evidencia para respaldar las diversas debilidades señaladas por la Comisión. No obstante, se hace notar que si bien el Programa reconoce que debe mejorar la información que difunde entre los estudiantes respecto de la actividad de graduación, no incluye este aspecto en su Plan de Mejoramiento.

- f) En el criterio *Progresión de estudiantes y evaluación de resultados*, la Comisión advierte un aumento significativo en las tasas de deserción, atribuible a limitaciones económicas y una disminución en la matrícula. Además, observa como un componente atendible, la implementación de acciones para subsanar la deserción y mecanismos sistemáticos para el seguimiento de los estudiantes.

Respecto de la primera debilidad, al revisar los datos disponibles, no se observa con claridad una tendencia de aumento en las tasas de deserción ni de disminución en la matrícula. Los datos reportados por los pares y por la Comisión, indican que la matrícula de primer año bajó de 13 estudiantes el 2019 a 11 el 2020. No obstante, según los datos SIES, la matrícula de primer año en 2021 fue de 32 estudiantes. Si bien la tasa de deserción fue de 15,4% (2 de 13) en 2019, y de 27,3% (3 de 11) en 2020, no es posible establecer una tendencia a partir de dos datos.

Respecto de la segunda debilidad, el Informe Autoevaluativo señala que en la intranet se puede observar el nivel de progresión de cada uno de los estudiantes, por lo que se pueden hacer análisis a partir de dichos datos. En el mismo Informe, se explica que se están creando los mecanismos de seguimiento de progresión, y que, hasta ahora, se ha hecho un seguimiento a cada estudiante y que se ha evaluado cada caso particular. De manera consecuente, el Programa define en su Plan de Mejoramiento el objetivo: "Formalizar mecanismos de seguimiento de estudiantes y posteriormente de graduados". Los pares en su Informe no emiten una opinión clara respecto al sistema de seguimiento de estudiantes.

En base a estos antecedentes, el Consejo considera que el criterio se encuentra parcialmente cumplido, debido a que, si bien no se observan tendencias claras de disminución de la matrícula ni de aumento significativo de la deserción, el Programa se encuentra en proceso de diseño de un sistema de seguimiento académico, en un contexto de reciente apertura. Se valora que el Programa haya identificado las principales causas de deserción, asociadas a dificultades económicas, y a pesar de

ofrecer una variedad de becas y beneficios, incorporó en su Plan de Mejoramiento el objetivo: "Diversificar las fuentes de financiamiento para estudiantes del programa". Finalmente, al no existir egresados, no es posible observar un sistema de seguimiento de estos.

- g) En el criterio *Características generales del cuerpo académico*, la Comisión observa que el cuerpo académico tiene una formación que enfatiza lo académico, lo que limita la dirección de actividades de graduación, considerando el carácter profesional declarado por el Programa. Además, menciona que tres de los seis integrantes del núcleo pertenecen a otras Facultades del área informática y matemática, en las que centran su productividad académica.

En el Informe de Autoevaluación y en Formulario de Antecedentes el Programa describe las características del cuerpo académico señalando que cuenta con un claustro de seis académicos, 15 profesores colaboradores y 7 profesores visitantes.

De acuerdo con la información de los profesores del núcleo académico que el Programa presenta en el Formulario de Antecedentes, todos los académicos tienen formación de postgrado, pero en su mayoría en áreas distintas al marketing.

Por su parte, los pares señalan que la mayoría de los profesores no tienen formación en negocios ni en marketing. En efecto, luego de revisar los antecedentes el Consejo constata que, de los seis profesores del núcleo académico, solo uno tiene un doctorado con especialización en marketing, pero la mitad cuenta con estudios de postgrados afines al campo de negocios.

En cuanto a la segunda debilidad referida a que algunos académicos del núcleo pertenecen a otras facultades en las que centran su productividad, efectivamente dos profesores del núcleo que fue informado en el proceso de acreditación pertenecían a otras facultades. Asimismo, la mayoría de los académicos dedica menos horas semanales al Programa (ocho) que las que dedican al claustro académico de otros programas de postgrado de la institución (diez), lo que confirma la observación de la Comisión respecto a la participación y productividad académica centrada en otras áreas, no en marketing.

El Comité de pares, en su Informe de evaluación se refiere únicamente a la primera debilidad, señalando que muchos académicos del Programa no tienen formación en negocios y sus estudios de posgrado son en otras disciplinas, distintas al marketing.

Cabe señalar que en su apelación el Programa informa que la composición fue actualizada sumando cuatro profesores al núcleo académico, y seis profesores con categoría de colaboradores, información que se corrobora con el Decreto Universitario 6065 del 01 de septiembre de 2021, que designa, a contar del 01 de julio de 2021, a 10 académicos de núcleo y 22 profesores colaboradores. Considerando esta nueva composición, todos los integrantes del núcleo se desempeñan en la Facultad de Administración y Economía de la Universidad de Santiago de Chile.

Considerando los antecedentes presentados, el Consejo observa que el Programa no cumple los aspectos evaluados, en tanto su núcleo académico tiene líneas de investigación alejados del perfil del Programa, lo que podría tener incidencia en la orientación de trabajos de graduación actualmente en desarrollo; junto a ello, la dependencia administrativa y especialización de tres los integrantes del núcleo, y la mayor dedicación horaria a otros programas de la Institución que tienen el cuerpo académico, salvo su Director, debilitan la adecuada dedicación que el cuerpo académico debe tener hacia el programa. Sin perjuicio de ello, se valora la reciente decisión del Programa de ajustar la conformación de su cuerpo académico a las orientaciones de acreditación vigentes.

- h) En el criterio *Trayectoria, productividad y sustentabilidad*, la Comisión observa que un académico del núcleo no cumple con la productividad individual establecida; que casi todos los académicos participan en proyectos de investigación que no se relacionan con el área de marketing; que los académicos presentan cifras de publicaciones disímiles entre ellos; y que las áreas de desarrollo del Programa son sustentadas parcialmente por los académicos que integran el núcleo.

El Programa en su Informe de Autoevaluación señala que el cuerpo académico cuenta con una trayectoria que resulta un aporte sustantivo al conocimiento en el ámbito de estudio del Magister y que los niveles de productividad de este son adecuados para un Programa de carácter profesional.

Sobre el cuerpo académico, el Comité de pares observa que el Programa cuenta con pocas publicaciones por parte de los profesores del núcleo; que la mayoría de los profesores publican en áreas distintas a la disciplina del marketing y que al menos tres académicos del núcleo evidencian poca o nula coherencia entre su formación, líneas de investigación y publicaciones.

En cuanto a que los académicos tienen niveles de publicación disímiles entre ellos, ni el Programa ni los pares evaluadores entregan información que permita advertir el alcance de la observación. Sin embargo, al revisar los antecedentes que acompañan la apelación se constata que la productividad de los académicos del núcleo es homogénea, salvo la de dos académicos, que registran niveles de publicación superiores.

Finalmente, en cuanto a que las áreas de desarrollo del Programa son sustentadas solo parcialmente por los académicos que integran el núcleo, efectivamente, en el Informe de Autoevaluación se confirma que los profesores del núcleo del Programa presentan una trayectoria académica que no se vincula directamente con las áreas de desarrollo del Programa, lo que, dado el carácter profesional de este, constituye un elemento que debilita el proceso formativo.

En síntesis, luego de revisar la información disponible, se puede concluir que el Programa no cumple con este criterio, en tanto, gran parte de sus miembros no cumple con las orientaciones de productividad individuales establecida por el Comité de Área de Ciencias Económicas y Administrativas para programas de Magíster con perfil profesional, además de tener trayectorias académicas que no se condicen con el perfil y áreas de desarrollo del Programa.

- i) En el criterio *Apoyo institucional e infraestructura*, la Comisión advierte tres debilidades. La primera, señala que no existe financiamiento formal para las licencias de los *softwares* utilizados en las asignaturas que lo requieren. La segunda, advierte una exigua organización de actividades complementarias en el Magíster, sumado a esto, indica que es deseable gestionar acciones que permitan aportar al financiamiento de estas actividades. Por último, menciona que no se cuenta con evidencia que ampare la relación con potenciales empleadores.

El Programa, en su Informe Autoevaluativo, señala que los estudiantes tienen acceso gratuito a los servicios y colección bibliográfica física y virtual de la Universidad, lo que incluye una colección especializada en el área de Administración y Economía. Asimismo, indica que 100% de los estudiantes tiene acceso a alguna beca. No obstante, señala que la expectativa es poder “establecer de mejor forma el apoyo financiero a los estudiantes” con una eventual acreditación del programa. Cabe señalar que el Programa, en su Informe Autoevaluativo, no aborda las debilidades levantadas por la Comisión.

El Comité de Pares en su Informe confirma que existe disponibilidad de servicios y recursos educacionales, y de ayudas estudiantiles, tales como becas u otros (pasantías, congresos, entre otros), aunque falta evidencia sobre la aplicación de dichas becas universitarias para este programa en específico.

La Comisión, en su Informe complementario, señala que los cambios fueron efectuados posterior a la visita de evaluación y decisión de acreditación, tanto el conseguimiento de las licencias anuales de SPSS e IBM como las actividades en vinculación con el medio profesional mediante vía remota. Por otra parte, aunque la Comisión relativizó la crítica sobre la falta de financiamiento para actividades complementarias en la respuesta al recurso de reposición, reconociendo que es deseable y no obligatorio, reitera su importancia.

Tras el análisis de los antecedentes expuestos, el Consejo concluye que el Programa cumple parcialmente con este criterio puesto que, si bien cuenta con las instalaciones y recursos necesarios, además de ofrecer becas, al parecer, no otorga apoyo económico para actividades complementarias. Respecto de la falta de evidencias sobre la relación del Programa con potenciales empleadores, ni la Comisión, ni los pares profundizan en ello ni tampoco entregan elementos para comprender el alcance de dicha observación, aun así, el Consejo advierte que este vínculo en un Magister profesional debe ser fortalecido mediante acciones sistemáticas.

- j) En el criterio *Vinculación con el medio*, la Comisión advierte que no se presentan mecanismos formales para sistematizar las eventuales actividades que sean realizadas en el Programa.

El Programa, en su Informe Autoevaluativo, reconoce que el ámbito de vinculación con el medio resulta ser el peor evaluado en la encuesta de autoevaluación, puesto que la mayoría de los estudiantes no conoce los convenios que posee la Universidad, y por tanto debería formar parte del plan de mejora. El Consejo revisó dicho plan y constata que ha sido contemplado, sin embargo, no queda explícita la necesidad de generar redes y actividades en el contexto profesional.

Los pares mencionan que falta claridad sobre los convenios y participación en actividades externas entre los académicos, según conversaciones realizadas durante la visita.

Tras el análisis de los antecedentes expuestos, el Consejo concluye que dada la dependencia del Programa con la Facultad de Administración y Economía, los estudiantes del Magister pueden acceder a distintos convenios y experiencias formativas complementarias. Sin embargo, el Programa debe avanzar en la formalización de convenios y actividades propias y en el establecimiento de mecanismos para sistematizar las eventuales actividades complementarias. Asimismo, estima que a pesar de que este ámbito ha sido contemplado en su plan de mejora, falta mayor detalle para poder corroborar si las acciones propuestas apuntan a actividades vinculadas con el medio profesional o al medio académico. En este sentido, debe además procurar que su estrategia sea útil para recabar información que le permita evaluar el desarrollo del programa y actualizar su perfil de egreso. El Consejo considera que este criterio se cumple parcialmente.

- k) Respecto de la *Capacidad de Autorregulación*, la Comisión advierte que el Programa se adscribe al plan de desarrollo estratégico formulado para el área de posgrado de la Institución, donde se declaran algunos pilares fundamentales institucionales, más no propios de este Magíster. Además, observa que faltó información detallada en el Informe de Autoevaluación y que evidencia un nivel de autocrítica menor al esperado ya que no considera debilidades como la elevada tasa de deserción que presenta desde su implementación. Finalmente, señala que el alcance de la difusión que realiza el Programa es limitado.

El Programa en su Informe Autoevaluativo describe el contexto institucional en el cual se desarrolla, las políticas actualizadas que definen los lineamientos fundamentales y estratégicos del área de postgrado y su articulación con el plan de desarrollo. Además, menciona detalla las normativas que regulan su funcionamiento y aseguran su pertinencia.

En relación con la primera debilidad, el Consejo corroboró que el Programa adhiere a los lineamientos estratégicos de la Universidad y el Programa no explicita pilares institucionales propios, sino que presenta aquellos derivados del contexto institucional en el que funciona. Dado el período de vigencia, hasta 2020, de los dos instrumentos de planificación estratégica mencionados en el Informe de Autoevaluación, sería recomendable que el Programa explicitara los mecanismos de actualización y articulación de sus definiciones estratégicas a medida que se actualizan los instrumentos institucionales a los cuales se acoge.

Sobre la falta de información detallada en el Informe de Autoevaluación, el Programa, producto de este proceso de análisis, identifica debilidades en los mecanismos formales de evaluación del plan de estudios y en los mecanismos de seguimientos de los estudiantes, incluido los graduados que tendrá. Al respecto, el Programa es explícito en generar acciones para abordar la situación de estudiantes con riesgos de deserción. Sin embargo, considerando que el Programa aún no presenta resultados de graduación, dado lo reciente del inicio de actividades estos elementos planificados constituyen insumos relevantes para establecer mejoras. En efecto, el Consejo estima que la información levantada, producto de su autoevaluación, constituye un insumo relevante para establecer mecanismos de mejoramiento continuo.

Si bien la Comisión señala que el alcance de la difusión que realiza el Programa es limitado, cabe mencionar que el informe de los pares evaluadores no se refiere directamente a este aspecto, aunque señala que el Magister debe posicionarse en el mercado objetivo, lo que podría relacionarse con mecanismos de difusión.

A partir de los antecedentes revisados, el Consejo concluye que el Programa cumple con este criterio, toda vez que muestra una suficiente capacidad de autoanálisis que le permite abordar las dimensiones de desarrollo y de mejoramiento coherentes con el proceso institucional que está iniciando, dentro de un marco institucional definido; no obstante, para su consolidación futura, es recomendable que el Programa explique cómo se articulan y actualizan los mecanismos de planificación estratégica institucional bajo los cuales funciona, es particular por los plazos de vigencia que estos tienen.

- 4) Que, en síntesis, los antecedentes tenidos a la vista permiten concluir que el Programa de Magíster en Marketing de la Universidad de Santiago de Chile cumple parcialmente con los criterios de evaluación para programas de postgrado.

En efecto, se trata de un Programa de carácter profesional, sin articulación con el pregrado, que se presenta a su primer proceso de acreditación. El Magister cuenta con una definición explícita de objetivos y perfil de egreso. Estas definiciones además son acordes al carácter profesional que se declara el Programa. Del mismo modo, las líneas de desarrollo aun cuando son básicas, se ajustan a los objetivos y carácter del Programa. Si bien los requisitos de admisión están definidos y el proceso de selección considera la evaluación de los postulantes según criterios establecidos, sin embargo, es necesario que el Programa defina acciones para comunicar claramente el criterio en la asignación de puntajes de selección.

El Programa está en proceso de diseño de un sistema que le permita monitorear la progresión de los estudiantes y a pesar de contar con pocos datos cuenta con algunas evidencias sobre el desempeño de estos; ha analizado las causas de deserción, y ha utilizado dicha información para definir acciones en el Plan de Mejoramiento.

Respecto del núcleo académico y las exigencias que se espera cumplan los profesores, el Consejo advierte una posible contradicción en Programas de carácter profesional, en particular al exigir dedicación, productividad e inserción laboral en el medio de la disciplina. Al respecto, el Programa cuenta con un núcleo que logra equilibrar tales exigencias.

Respecto de la vinculación con el medio, el Programa debe avanzar en la instalación y consolidación de mecanismos formales para sistematizar las eventuales actividades complementarias y asegurar que estas apuntan a una vinculación con el medio profesional. Por último, el Consejo no puede dejar de observar la excesiva duración de los procesos de acreditación, lo que si bien puede complejizar el análisis no puede conducir a reducirlo, descartando información en razón de la mera fecha de su aparición. En este sentido, el Consejo entiende como un imperativo de razonabilidad el considerar a las instituciones de educación superior y a sus programas sometidos a acreditación como objetos de evaluación esencialmente dinámicos.

EL CONSEJO NACIONAL DE EDUCACIÓN, EN EJERCICIO DE SUS FACULTADES LEGALES, POR LA UNANIMIDAD DE SUS MIEMBROS PRESENTES, ACUERDA

1. Acoger la apelación interpuesta con fecha 10 de septiembre de 2021 por la Universidad de Santiago de Chile, en contra de la Resolución de Acreditación N°1407 de la Comisión Nacional de Acreditación y acreditar el Magíster en Marketing por 2 años, periodo que culmina el 20 de octubre de 2023.
2. Encomendar a la Secretaria Ejecutiva comunicar el presente acuerdo a la Universidad de Santiago de Chile y a la Comisión Nacional de Acreditación.
3. Encomendar a la Secretaria Ejecutiva comunicar el presente acuerdo al Ministerio de Educación.
4. Publicar el presente acuerdo en la página web del Consejo Nacional de Educación.

Firman: Luz María Budge Carvallo y Anely Ramírez Sánchez, Presidenta y Secretaria Ejecutiva del Consejo Nacional de Educación.”

ARTÍCULO SEGUNDO: Notifíquese el presente acto administrativo a la institución interesada en conformidad con lo establecido en el acuerdo respectivo.

ANÓTESE, NOTÍFIQUESE Y COMUNÍQUESE


Anely Ramírez Sánchez
Secretaria Ejecutiva
Consejo Nacional de Educación



ARS/CGM/mgg

DISTRIBUCION:

- Universidad de Santiago de Chile.
- Comisión Nacional de Acreditación.
- Ministerio de Educación.
- Consejo Nacional de Educación.



Este documento ha sido firmado electrónicamente de acuerdo con la ley N° 19.799

Para verificar la integridad y autenticidad de este documento ingrese el código de verificación: 2046538-d0049d en:

<https://fed.gob.cl/verificarDoc/docinfo>