

DICTAMEN DE CERTIFICACIÓN N°814
Carrera de Publicidad conducente al título profesional de Publicista y al grado
académico de Licenciado en Ciencias de la Comunicación
Universidad de Las Américas

La Agencia Acreditadora AcreditAcción, con fecha 30 de marzo de 2021, dictaminó lo siguiente:

VISTOS:

Que la Agencia Acreditadora AcreditAcción es una agencia de acreditación fundada el año 2006; que la Agencia Acreditadora AcreditAcción se encuentra afiliada a INQAAHE, The International Network for Quality Assurance Agencies in Higher Education desde enero del año 2009; que la Agencia Acreditadora AcreditAcción se encuentra adscrita al CIQG, The CHEA International Quality Group desde octubre del año 2012; que la Agencia Acreditadora AcreditAcción es miembro de RIACES, Red Iberoamericana para el Aseguramiento de la Calidad en la Educación Superior desde marzo de 2018; que la Agencia Acreditadora AcreditAcción ha firmado convenios de colaboración con diversos organismos acreditadores de Europa, América y Oceanía; que en el marco de este proceso de evaluación se ha invocado el convenio suscrito entre la Agencia Acreditadora AcreditAcción y el Consejo de Acreditación de la Comunicación de las Ciencias Sociales A.C., CONAC, de México; que dicho convenio fue formalizado en noviembre de 2017 y establece las bases para el desarrollo procesos de doble acreditación internacional para carreras y programas de IES chilenas y mexicanas; que la Agencia Acreditadora AcreditAcción ha desarrollado procedimientos y criterios para llevar adelante procesos de certificación y acreditación; que se tuvieron a la vista todos los antecedentes del proceso de certificación nacional y acreditación internacional de la Carrera de Publicidad de la Universidad de Las Américas.

TENIENDO PRESENTE:

1. Que la Carrera de Publicidad conducente al título profesional de Publicista y al grado académico de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Las Américas, se sometió al proceso de certificación de carreras administrado por esta agencia.
2. Que con fecha 02 de agosto del 2019 doña María del Pilar Romaguera Gracia, Rectora de la Universidad de Las Américas y don José Miguel Rodríguez Sáez,

representante legal de AcreditAcción firmaron contrato para la certificación de la Carrera.

3. Que el informe de autoevaluación de la Carrera fue recepcionado en formato digital con fecha 21 de octubre de 2020.
4. Que los días 16, 17 y 18 de diciembre de 2020, la Universidad recibió la visita remota (virtual) de un comité de pares externos designado por la agencia y aceptado por la Institución.
5. Que con fecha 18 de enero de 2021 el comité de pares externos emitió un informe que señala las principales fortalezas y debilidades de la Carrera, teniendo como referentes de evaluación los Criterios de Acreditación para Carreras Profesionales y los propósitos declarados por la misma institución y su carrera.
6. Que dicho informe fue enviado a la Institución, para su conocimiento.
7. Que con fecha 01 de febrero de 2021, la Institución envió a la agencia un documento con sus observaciones y comentarios al informe del comité de pares externos.
8. Que la Coordinación Académica de AcreditAcción envió al Consejo de Acreditación de Comunicación y Ciencias Sociales de la Agencia los documentos de evaluación relacionados con este proceso para su conocimiento y análisis.
9. Que el Consejo de Acreditación de Comunicación y Ciencias Sociales de la Agencia AcreditAcción analizó todos los antecedentes anteriormente mencionados con fecha de 30 de marzo de 2021.

CONSIDERANDO:

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

PRIMERA DIMENSIÓN: PROPÓSITOS E INSTITUCIONALIDAD DE LA CARRERA O PROGRAMA

La Carrera de Publicidad tiene establecidos sus propósitos y objetivos, los que son periódicamente evaluados por medio de encuestas aplicadas a los distintos actores del proceso formativo. Por su parte, la Escuela de Comunicaciones es la encargada de planificar al trabajo académico de la Carrera. Esta planificación académica anual es ingresada en el sistema BANNER, el que permite organizar las secciones en base a las proyecciones de estudiantes de cada año y al análisis de una serie de indicadores de gestión académica.

En cuanto al criterio de Integridad, se pudo verificar que la publicidad e información entregada a los postulantes es fidedigna y se ajusta a la realidad de la Carrera. Del mismo modo, se constató que la información académica y administrativa de los estudiantes se encuentra debidamente registrada y está disponible para su consulta en caso de así ser requerido.

Por su parte, se observa que el perfil de egreso declarado por la Carrera de Publicidad está expresado de manera precisa, completa y explícita. Además, es consistente con el grado académico y título profesional que entrega. Su difusión se realiza por medio de diferentes mecanismos, los que van desde la entrega de folletería entre los eventuales postulantes, hasta información completa presentada en la Web Institucional.

El plan de estudios de la carrera se basa en el modelo educativo institucional. Comprende 4 ámbitos de formación: general, profesional, disciplinar y práctico; y se compone de 6 líneas curriculares: formación profesional, marketing y negocios, formación publicitaria, formación digital y especialidades. Se pudo verificar su coherencia con el perfil de egreso de la Carrera.

Por otro lado, se observa una vinculación con el entorno limitada a aspectos profesionalizantes (de la Carrera), con escaso alcance e impacto académico. De igual forma, se observa una escasa y poco variada oferta de formación continua para los egresados de Publicidad.

SEGUNDA DIMENSIÓN: CONDICIONES MÍNIMAS DE OPERACIÓN

La Universidad de Las Américas cuenta con un sistema de gobierno adecuado y funcional a sus necesidades, respaldado por una serie políticas y reglamentos. Por su parte, la Facultad de Comunicaciones y Artes, la Escuela de Comunicaciones y la Carrera de Publicidad cuentan con diferentes reglamentos que le dan un margen de operación muy claro.

Se pudo constatar que el equipo directivo de la Carrera cuenta con la colaboración académica de profesores a honorarios y el apoyo de sistemas informáticos institucionales que permiten obtener información Académico-Administrativa. Sin embargo, del mismo modo se pudo observar una clara insuficiencia de personal administrativo que preste apoyo para la gestión de la Carrera.

Existe un proceso de presupuestación claro y de acuerdo con la información provista durante la evaluación externa, la Carrera se encuentra financiada. No obstante, dada la escasa matrícula, el punto de equilibrio financiero es precario, según fue señalado por las mismas autoridades institucionales. Asimismo, no queda claro cuál será el efecto financiero que provocará el cierre temporal de la matrícula de la Carrera, programado por la Institución para el año 2021

En cuanto al personal docente, cabe señalar que la Carrera no cuenta con un núcleo mínimo de académicos de alta dedicación horaria. Si bien la mayoría de los profesores tienen la experiencia profesional requerida y mantienen un contacto con el medio externo que es positivo para la Carrera, su condición de profesores hora no facilita, ni mucho menos garantiza, su participación en actividades distintas a la docencia directa, tales como investigación o extensión y que son propias de una licenciatura y carrera universitaria.

La carrera cuenta con la infraestructura y equipamiento adecuado y suficiente para el buen desarrollo del plan de estudios de sus alumnos. El hecho de que la matrícula total de estudiantes de la Carrera sea reducida facilita a la Universidad la provisión de estos recursos. En este sentido, se acreditó que los estudiantes de la Carrera cuentan con salas de clases, laboratorios, recintos deportivos, cafetería, biblioteca, entre otros espacios disponibles. Se observa, además, la existencia de un plan maestro de infraestructura que define el estándar y necesidades de cada carrera de la Universidad, apoyado por fichas técnicas de características de recintos, encuestas de satisfacción de estudiantes, informes de cumplimientos de infraestructura y equipamiento, entre otros.

La Universidad de Las Américas cuenta con una Dirección de Asuntos Estudiantiles que se encarga de canalizar las distintas necesidades de los estudiantes de la Carrera.

La inexistencia de un núcleo de profesores de alta dedicación horaria y con las credenciales de postgrado necesarias, dificultan en la Carrera la realización de actividades de investigación y la generación de nuevo conocimiento, presentando una clara deficiencia en este aspecto.

TERCERA DIMENSIÓN: RESULTADOS Y CAPACIDAD DE AUTORREGULACIÓN

La Universidad de Las Américas cuenta con mecanismos de admisión claros, explícitos y de público conocimiento. La admisión de la Carrera de Publicidad se ajusta a estos mecanismos y al conjunto de normas que lo regulan institucionalmente.

Existe a nivel institucional, como también de Facultad y Escuela, un conjunto de normativas que regula la relación entre los estudiantes y la Universidad, tanto a nivel de derechos, como de deberes.

Se observa que las autoridades de la Carrera tienen acceso a un conjunto de indicadores académicos y administrativos, lo que les permite hacer un adecuado y cercano seguimiento del avance y progresión de sus estudiantes a lo largo del proceso formativo. Del mismo modo, la Carrera posee mecanismos de evaluación aplicados a los estudiantes, que permiten verificar el logro de los objetivos de aprendizaje definidos en el plan de estudios y programas de asignaturas. En este mismo sentido, fue posible observar la existencia de un sistema de aseguramiento del perfil de egreso, que se implementa a través del monitoreo, evaluación y retroalimentación de este.

Cabe destacar que la Carrera se ha sometido a un proceso voluntario de certificación externa, lo que es congruente con el modelo de aseguramiento de la calidad de la Universidad. En este caso, se trata de un proceso conjunto de certificación nacional y acreditación internacional, por la vía de la evaluación conjunta de la Carrera por parte de la Agencia AcreditAcción y el Consejo de Acreditación de la Comunicación y las Ciencias Sociales de México, CONAC A.C. La continuidad de estos procesos de autoevaluación y acreditación externa, dan cuenta de un genuino compromiso con la calidad por parte de la Universidad de Las Américas y de la Carrera de Publicidad en particular.

RECERTIFICACIÓN

Respecto al proceso de reacreditación (recertificación) se evidencian algunos avances satisfactorios, otros solo parciales y también algunos insuficientes desde la acreditación anterior. Es así como se puede destacar la existencia hoy de un sistema de monitoreo del perfil de egreso, falencia detectada anteriormente. De igual forma en este nuevo proceso de certificación, se pudo constatar el avance experimentado por la Carrera en cuanto a la clarificación de los criterios asociados al proceso de titulación de sus estudiantes. Otro aspecto destacable es la implementación de una evaluación diagnóstica de los nuevos estudiantes de la Carrera, aspecto cuestionado en la acreditación anterior. A diferencia de lo

que arrojó el proceso de acreditación anterior, en esta oportunidad se pudo evidenciar la existencia de un conjunto de indicadores de progresión académica, los que son utilizados por la Escuela para monitorear el avance de sus estudiantes. Por otro lado, aun cuando se mantienen ciertas deficiencias en el contacto con egresados y empleadores, cabe mencionar que se han realizado ciertos avances en esta materia, especialmente desde 2017 en adelante. Del mismo modo, los avances en actividades de vinculación con el medio son escasos, lo mismo respecto de la investigación y creación de nuevo conocimiento, que se mantiene como un tema deficitario.

SE DICTAMINA:

Conforme a los resultados emanados de la evaluación externa y a las alternativas de certificación vigentes, la **Agencia AcreditAcción certifica a la Carrera de Publicidad de la Universidad de Las Américas, impartida en modalidad presencial y en jornada diurna en la Sede de Santiago, por un período de cinco años (5) años, desde el 30 de marzo de 2021 hasta el 30 de marzo de 2026.**

En el marco del convenio de doble acreditación suscrito entre AcreditAcción y CONAC A.C., este último organismo reconoce el resultado obtenido y le confiere a la Carrera la acreditación internacional por el mismo período certificado nacionalmente.

SEGUIMIENTO DE LA CERTIFICACIÓN Y RENOVACIÓN POSTERIOR DE LA MISMA:


En el marco de los procesos de mejora continua y como parte de la función coadyuvante de las agencias acreditadoras, se solicita que la Carrera de Publicidad, envíe lo siguiente:

- En plazo establecido de 90 días desde la recepción de este dictamen, la Carrera de Publicidad debe enviar a la Agencia su Plan de Mejoramiento actualizado, el que deberá incorporar las oportunidades de mejora y recomendaciones señaladas en este dictamen. Este Plan de Mejoramiento actualizado debe incorporar, a lo menos, indicadores de logro para cada oportunidad de mejora o recomendación, responsable (s), costo estimado en pesos chilenos y fuente del financiamiento, estos dos últimos en caso de que la debilidad o recomendación requiera de financiamiento para su superación.

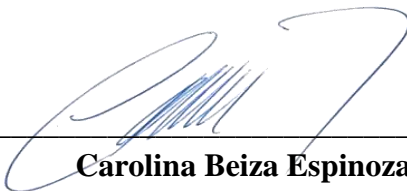
- En el plazo establecido de 24 meses, desde la fecha de este dictamen, la Carrera de Publicidad debe enviar a la Agencia un informe de seguimiento intermedio, con información del estado de avance de su Plan de Mejoramiento, con detalles del cumplimiento de las metas establecidas en dicho Plan.

En el caso de que la Carrera de Publicidad no envíe el informe de seguimiento, o que este dé cuenta de un avance nulo o insuficiente en el cumplimiento del plan de mejoramiento de la carrera, se programará una visita de seguimiento intermedia de la certificación de la Carrera, la que se llevará a cabo en fecha a acordar con la Institución.

Para garantizar la continuidad de su certificación/acreditación, la Carrera de Publicidad deberá entregar a la Agencia todos los antecedentes de su nueva autoevaluación al menos ciento veinte (120) días antes del vencimiento de su actual certificación/acreditación, establecido en este dictamen.



José Miguel Rodríguez
Presidente
AcreditAcción



Carolina Beiza Espinoza
Coordinadora Académica
AcreditAcción

