

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



## **ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR EN LA V REGION**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS EN LA  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

Profesor Guía: SRA. GLORIA DEL REAL FERNÁNDEZ

Alumnos: SRA. MARÍA JESÚS MUÑOZ RUÍZ  
SR. CRISTIÁN ESPINOZA NÚÑEZ

VIÑA DEL MAR, 2012

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Luciana Benavides Muñoz. Quien, aún sin nacer, fue mi pilar de motivación y la luz que dirige el dónde y cómo quiero seguir adelante.

María Jesús Muñoz

Dedico esta tesis a mis padres, por su apoyo y confianza, por ser un digno ejemplo de trabajo, perseverancia y superación. También dedico esta tesis a mi señora quien fue mi compañera de viaje en esta larga travesía.

Cristián Espinoza Núñez

## **AGRADECIMIENTOS**

En primera instancia, agradecemos a Dios, por darnos la sabiduría suficiente y guiarnos día a día en este camino.

A nuestros padres, por su apoyo incondicional, comprensión y confianza.

A nuestras parejas, que durante el transcurso de la carrera se convirtieron en nuestros cónyuges, Marco Benavides y Carolina Bustamante. Gracias por la paciencia, confianza y apoyo constante.

A nuestra profesora guía Gloria del Real Fernández, por la motivación y compromiso que tuvo en el desarrollo de nuestro trabajo. Gracias por poder contar con usted siempre.

A la señorita Daniela Méndez, pilar fundamental de todos los estudiantes del programa PCE. Gracias a su trabajo diario y entrega desinteresada a lo largo de los años de carrera.

A los colegios que nos abrieron sus puertas para realizar las encuestas, así como las personas que contestaron en terreno.

# ÍNDICE

<b>ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR EN LA V REGION</b>	
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>i</b>
<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>ii</b>
<b>ÍNDICE.....</b>	<b>iii</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>vii</b>
<b>ASBTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>1</b>
<b>1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA EN ESTUDIO .....</b>	<b>1</b>
<b>2. OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>1</b>
<b>3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	<b>2</b>
<b>4. DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>CAPITULO I. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1. ORGANISMOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN CHILE .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2. INSTITUCIONES EDUCACIONALES DE NIVEL SUPERIOR EN LA V REGIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3. ENTES REGULADORES DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR DE ACUERDO SISTEMA NACIONAL DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 RESEÑA DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR COMO INSTITUCIÓN EDUCACIONAL DE NIVEL SUPERIOR.....</b>	<b>12</b>
<b>1.4.1. COMPORTAMIENTO DE MATRÍCULAS Y POSTULANTES DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR EN EL PERÍODO DE ADMISIÓN DESDE EL AÑO 2001 AL 2011 .....</b>	<b>15</b>
<b>1.4.2. EVOLUCIÓN MATRÍCULAS UNIVERSIDADES PRIVADAS 2005 AL 2011 .....</b>	<b>17</b>
<b>1.4.3. PARTICIPACIÓN DE MERCADO UNIVERSIDAD DEL MAR .....</b>	<b>17</b>
<b>1.4.4. POLÍTICAS DE ADMISIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR.....</b>	<b>18</b>
<b>1.4.5. GRUPO OBJETIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR .....</b>	<b>19</b>
<b>1.4.6. ESTUDIOS DE POSICIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR EN LOS ÚLTIMOS AÑOS....</b>	<b>21</b>
<b>1.5. BASES TEÓRICAS .....</b>	<b>23</b>

1.5.1.	TIPOS DE UNIVERSIDADES .....	23
1.5.2.	TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS DE EDUCACIÓN ESCOLAR SEGÚN SU FUENTE DE FINANCIAMIENTO .....	24
1.5.3.	REGIÓN DE VALPARAÍSO .....	25
1.5.4.	EL POSICIONAMIENTO EN LA ESTRATEGIA .....	26
1.5.4.1.	TIPOS DE POSICIONAMIENTO.....	28
1.5.4.2.	SELECCIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.....	30
1.5.4.3.	DIFERENCIACIÓN DE LA OFERTA O PRODUCTO.....	30
	<b>CAPÍTULO II. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>33</b>
2.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	33
2.2.	SUJETOS DE ESTUDIO .....	33
2.3.	MUESTRA .....	34
2.4.	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	35
2.5.	ESTRUCTURA DE ANÁLISIS .....	35
2.5.1.	FACTORES A INVESTIGAR .....	35
2.5.1.1.	COMPETENCIA DIRECTA / COMPETENCIA INDIRECTA.....	35
2.5.1.2.	LUGAR EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR .....	35
2.5.1.3.	ATRIBUTOS TRASCENDENTALES (RESEARCH).....	36
2.5.1.4.	ASOCIACIÓN DE ATRIBUTOS CON UNIVERSIDADES.....	36
2.5.1.5.	FUENTES Y NIVELES DE CONOCIMIENTO .....	36
2.5.1.6.	PERCEPCIÓN INTERNA DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR .....	36
2.5.2.	ELABORACIÓN DE ENCUESTA .....	36
2.5.3.	TRABAJO DE CAMPO .....	37
2.5.3.1.	SUJETO DE ESTUDIO 1: IV MEDIOS COLEGIOS .....	37
2.5.3.2.	SUJETOS DE ESTUDIO 2: APODERADOS Y UNIVERSITARIOS .....	40
2.5.3.3.	SUJETOS DE ESTUDIO 3: UNIVERSIDAD DEL MAR.....	41

2.5.4.	ELABORACIÓN DE GRÁFICO Y MAPA DE POSICIONAMIENTO .....	41
2.5.4.1.	GRÁFICOS .....	41
2.5.4.2.	MAPA DE POSICIONAMIENTO .....	41
<b>CAPITULO III. ANALISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS .....</b>		<b>42</b>
3.1.	DEL RESEARCH .....	42
3.1.1.	DE LA PREGUNTA 1: DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS O ATRIBUTOS, CUÁLES CONSIDERAS TU DEBIESE TENER UNA UNIVERSIDAD.....	42
3.1.2.	DE LA PREGUNTA 2: ¿CON QUÉ NIVEL ASOCIAS LAS SIGUIENTES UNIVERSIDADES PRIVADAS?.....	43
3.1.2.1.	NIVEL 1.....	44
3.1.2.2.	NIVEL 2.....	45
3.1.2.3.	NIVEL 3.....	46
3.1.2.4.	ANÁLISIS TOTAL DE NIVELES DE ASOCIACIÓN.....	46
3.2.	DEL CUESTIONARIO.....	48
3.2.1.	DE LA PREGUNTA 1: ¿QUÉ UNIVERSIDADES PRIVADAS CONOCES? .....	48
3.2.2.	DE LA PREGUNTA 2: ¿CUÁLES SON LOS ATRIBUTOS QUE ASOCIAS A ESTAS UNIVERSIDADES? .....	50
3.2.3.	DE LA PREGUNTA 3: DE LOS ATRIBUTOS DE LA PREGUNTA N° 2, ¿CUÁL CONSIDERAS TÚ QUE ES EL MÁS IMPORTANTE?.....	53
3.2.4.	DE LA PREGUNTA 4: ¿DE QUÉ MANERA HAS RECIBIDO INFORMACIÓN O TE HAS VINCULADO CON LA UNIVERSIDAD DEL MAR? .....	55
3.2.5.	DE LA PREGUNTA 5: ¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS POSITIVOS QUE TIENE PARA USTED LA UNIVERSIDAD DEL MAR? .....	57
3.2.6.	DE LA PREGUNTA 6: ¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS NEGATIVOS QUE TIENE PARA USTED LA UNIVERSIDAD DEL MAR? .....	59
<b>CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>		<b>62</b>
4.1.	CONCLUSIONES .....	62
4.2.	RECOMENDACIONES .....	67
4.2.1.	CONSIDERACIONES .....	67

<b>4.2.2. OBJETIVIDAD DE LA RECOMENDACIÓN .....</b>	<b>69</b>
<b>4.2.3. SUGERENCIAS .....</b>	<b>70</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>71</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>73</b>

## RESUMEN

La participación de mercado de la Universidad del Mar ha presentado una tendencia a la baja, pese a ello, la institución no ha realizado estudios de mercado para realizar un diagnóstico de la situación ni del entorno. Esta investigación tiene como objetivo, determinar el nivel de posicionamiento de mercado que tiene la Universidad del Mar en la V región. Para esto, se desarrolló un plan metodológico que se enmarca en una investigación cuantitativa-descriptiva que, mediante la aplicación de 827 encuestas dirigidas a tres sujetos de investigación: “Estudiantes de IV Medio”, “Apoderados y Universitarios” y “Estudiantes U. del Mar”; determinó principalmente las percepciones negativas y positivas que tiene la institución al momento del estudio; junto con los factores y atributos que influyen la decisión de matrícula, que a su vez fueron asociados con las universidades privadas comparables con la institución en cuestión.

## **ASBTRACT**

Despite *Universidad del Mar's* market share showing a downward trend, the institution has not carried out market studies to produce a diagnosis of the situation or the environment. This research aims to determine *Universidad del Mar's* level of positioning in the Valparaiso Region. In order to do this, a methodology plan which is set within a quantitative-descriptive research was developed. Through the application of 827 surveys— aimed towards three subjects of research: “Senior High School Students,” “Guardians and College Students,” and “*Universidad del Mar* Students”— this research mainly determined the subjects’ negative and positive perceptions about the institution when carrying out the study, along with the factors and attributes that influence the decision to enroll, which were in turn associated to the private universities that can be compared against the involved institution.

# **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

## **1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA EN ESTUDIO**

La educación superior se ha convertido en un servicio altamente competitivo. Las instituciones de enseñanza han ingresado, desde hace algunos años, en una fuerte competencia y los consumidores de sus servicios son cada vez más heterogéneos: están mejor formados e informados, y son mucho más escépticos que en el pasado. Ellos presionan para que las instituciones de enseñanza satisfagan sus expectativas, mejoren su gestión e inviertan en factores de calidad, entre otros aspectos.

La Universidad del Mar, hoy en día, presenta grandes cambios en términos de estructura, como el cambio de Directorio o como el reciente logro de su acreditación por dos años. Sin embargo, en los últimos años, y de manera consecutiva, la participación de mercado de la institución ha presentado una tendencia a la baja. Pese a ello, la Universidad no ha realizado estudios de Mercado para descubrir el origen de la situación ni ha desarrollado estrategias apropiadas que le permitan revertir esta tendencia y aumentar su participación de mercado.

## **2. OBJETIVO GENERAL**

- Determinar el nivel de posicionamiento de mercado que tiene la Universidad del Mar en la V Región.

### **3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Definir las Instituciones que son comparables con la Universidad del Mar.
- Determinar los factores y atributos que influyen en la decisión de compra (matrícula), de acuerdo al nivel de importancia.
- Determinar la percepción que tienen los alumnos de la Universidad del Mar sobre la marca de la misma institución.
- Determinar las fuentes de información por la cual la V región se ha informado o reconoce a la Universidad del Mar
- Determinar cómo es percibida la marca Universidad del Mar en relación a la competencia, detectando las fortalezas y debilidades de ésta.
- Determinar el nivel de recordación de marca que tiene la Institución a nivel regional

### **4. DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación se circunscribe a la información recopilada en el tercer trimestre del año 2011, periodo donde se suscita el conflicto estudiantil, manifestaciones varias y paros de los distintos establecimientos educacionales de la V región.

# **CAPITULO I. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION**

## **1.1. ORGANISMOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN CHILE**

El programa de educación superior en Chile percibió cambios importantes con respecto al número de matrículas, la propuesta de carreras, cantidad y clases de organizaciones, entre otros ítems. Esto se debió principalmente a un nuevo marco normativo que otorgó las bases para la formación y el funcionamiento de entidades de educación privadas sin el fomento del Estado y permitió que las instituciones de la época fueran reestructuradas.

Debido a esa reestructuración, en 1980, las 8 universidades del momento separaron sus sedes, formando 25 instituciones. Es así como, la Universidad de Chile y la Universidad Técnica del Estado (hoy Universidad de Santiago) terminaron su vínculo con sus sedes regionales, convirtiéndolas en institutos profesionales o universidades autónomas fomentadas por el Estado, lo que dependía si las carreras eran universitarias o profesionales. Por su parte la Pontificia Universidad Católica de Chile adoptó la misma postura, desvinculándose de sus sedes en regiones, las que se transformaron en universidades católicas independientes (excepto la de Villarrica).

El marco normativo no sólo clasificó a las universidades como organismos de educación superior, como hasta 1980, sino que también incorporó formalmente dos nuevas clases de organizaciones que no eran universitarias: los Institutos Profesionales y los Centros de Formación Técnica. Con esto se pretendía disminuir la gran demanda por educación superior y añadió la formación para el

trabajo al sistema de educación formal, el que hasta ese momento se desarrollaba sin la afirmación oficial. Además, las instituciones de formación dependiente de las Fuerzas Armadas, de Orden y Seguridad y de la Policía de Investigaciones fueron reconocidas como organizaciones de educación superior en 1998.

Debido a que las estas nuevas organizaciones de educación superior no tenían autonomía, eran supervisadas externamente durante un período determinado por una entidad de educación reconocida. Dicha restricción era ante todo académica, ya que en sus comienzos las nuevas organizaciones no estaban autorizadas a entregar títulos ni grados académicos de manera independiente.

Por lo tanto, las primeras organizaciones de educación privada fueron supervisadas mediante el sistema de educación contenido en el D.F.L. 1/80 y D.F.L. 5/1980 de Educación, y regidas por una Universidad examinadora que impartía los exámenes finales de asignatura y de grado a los alumnos de la organización examinada. Además, la entidad examinadora tenía que aprobar los planes y programas de estudio de dicha organización previo a ser impartidos. Es así como en la década de los Ochenta hubo un importante aumento de las organizaciones de educación superior (40 universidades, 80 institutos profesionales, y 190 centros de formación técnica), lo que presionó fuertemente a las instituciones facultadas que actuaban como entidades examinadoras. Por otra parte, los aranceles por la examinación significaban una carga económica importante para las organizaciones examinadas, configurando la pronta ineficacia de la regulación.

En respuesta a esta situación, en 1990 la Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE) creó el Consejo Superior de Educación (CSE), siendo su misión administrar un nuevo sistema de supervisión de universidades e institutos profesionales privados, que fue llamado acreditación. Por otra parte, el Ministerio de Educación se encargaría de la supervisión de los centros de formación técnica. La primera etapa del sistema se refirió a la aprobación o rechazo del proyecto institucional de la nueva organización de educación superior. Si era aprobada la evaluación obtenía el reconocimiento oficial y le permitía iniciar las actividades. Después de la verificación del desarrollo del proyecto, en un periodo entre 6 a 11 años, el Consejo determinaba si entregaba la autonomía o el cierre de la organización.

Durante la década de los noventa surgió una importante cantidad de organizaciones autónomas, lo que hizo necesario definir un sistema que evaluara la calidad de las organizaciones de educación después de su autonomía y otorgara un marco regulador que reuniera todos los instrumentos que aseguraran la calidad de la educación superior.

En este contexto, el sistema universitario chileno se compone de dos tipos de instituciones, Tradicionales y Privadas:

\* 25 Universidades Tradicionales:

**Universidades Tradicionales**

- 1 Universidad de Chile
- 2 Pontificia Universidad Católica de Chile
- 3 Universidad de Concepción
- 4 Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
- 5 Universidad Técnica Federico Santa María

- 6 Universidad de Santiago de Chile
- 7 Universidad Austral de Chile
- 8 Universidad Católica del Norte
- 9 Universidad de Valparaíso
- 10 Universidad de Antofagasta
- 11 Universidad de la Serena
- 12 Universidad del Bío Bío
- 13 Universidad de la Frontera
- 14 Universidad de Magallanes
- 15 Universidad de Talca
- 16 Universidad de Atacama
- 17 Universidad de Tarapacá
- 18 Universidad Arturo Prat
- 19 Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación
- 20 Universidad de Playa Ancha de Ciencias de la Educación
- 21 Universidad Tecnológica Metropolitana
- 22 Universidad de los Lagos
- 23 Universidad Católica del Maule
- 24 Universidad Católica de la Santísima Concepción
- 25 Universidad Católica de Temuco

\* 33 Universidades Privadas

**Universidades Privadas**

- 1 Universidad Academia Urbanismo Cristiano
- 2 Universidad Adolfo Ibáñez
- 3 Universidad Adventista de Chile
- 4 Universidad Alberto Hurtado
- 5 Universidad Autónoma de Chile
- 6 Universidad Bernardo O'Higgins
- 7 Universidad Bolivariana
- 8 Universidad Católica Silva Henríquez
- 9 Universidad Central de Chile
- 10 Universidad Chileno Británica de Cultura
- 11 Universidad de Aconcagua
- 12 Universidad de Arte y Ciencias Sociales, ARCIS
- 13 Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación, UNIACC
- 14 Universidad de Ciencias de la Informática, UCINF
- 15 Universidad de las Américas
- 16 Universidad de los Andes
- 17 Universidad de Viña del Mar
- 18 Universidad del Desarrollo
- 19 **Universidad del Mar**
- 20 Universidad del Pacífico
- 21 Universidad Diego Portales
- 22 Universidad Finis Terrae

23	Universidad Gabriela Mistral
24	Universidad Iberoamericana de Ciencias y Tecnologías
25	Universidad Internacional SEK
26	Universidad Mayor
27	Universidad Miguel de Cervantes
28	Universidad Nacional Andrés Bello
29	Universidad Pedro de Valdivia
30	Universidad San Sebastián
31	Universidad Santo Tomás
32	Universidad Tecnológica de Chile, INACAP
33	Universidad Los Leones

## 1.2. INSTITUCIONES EDUCACIONALES DE NIVEL SUPERIOR EN LA V REGIÓN

La oferta universitaria está compuesta por 12 instituciones:

- \* Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
- \* Universidad Adolfo Ibáñez
- \* Universidad Nacional Andrés Bello
- \* Universidad de Aconcagua
- \* Universidad de las Américas
- \* Universidad de Playa Ancha de Ciencias de la Educación
- \* Universidad de Valparaíso
- \* Universidad de Viña del Mar
- \* **Universidad del Mar**
- \* Universidad Santo Tomás
- \* Universidad Técnica Federico Santa María
- \* Universidad Tecnológica de Chile, INACAP

*Fuente: CNED 2011, Consejo Nacional de Educación*

## 1.3. ENTES REGULADORES DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR DE ACUERDO SISTEMA NACIONAL DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

Los principales actores de la Educación Superior de acuerdo al Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad son:

- MINEDUC: Ministerio Educación, que tiene como rol asegurar un sistema educativo y de calidad que contribuya a la formación de las personas y del país, mediante la formulación e implementación de políticas, normas y regulación sectorial
  
- CNED: Consejo Nacional de Educación Superior, su rol se orienta a cautelar y promover, de manera prioritaria, la calidad de la educación escolar y de la educación superior. Desarrolla sus funciones en el contexto del Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad de la Educación parvularia, básica y media y del Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.
  
- CNA: Comisión Nacional de Acreditación, regula a las entidades acreditadas

En términos generales las funciones encomendadas al Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad (Ley N° 20.129) guardan relación con:

- Información: identificar, recolectar y difundir los antecedentes necesarios para la gestión del sistema y la información pública
  
- Licenciamiento: a realizar en conformidad a lo dispuesto en la Ley n° 18.962 Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE) y Ley N° 20.370 General de Educación (LGE).
  
- Acreditación Institucional: supervisar el proceso de análisis de los mecanismos existentes al interior de las instituciones autónomas de

educación superior para asegurar su calidad, considerando tanto la existencia de dichos mecanismos, como su aplicación y resultados.

- Acreditación de carreras o programas: teniendo como fin el proceso de verificación de la calidad de las carreras o programas ofrecidos por las instituciones autónomas de educación superior, en función de sus propósitos declarados y de los criterios establecidos por las respectivas comunidades académicas y profesionales.

## **Historia**

La Comisión Nacional de Acreditación de Pregrado (CNAP) se creó en 1999 con el propósito de diseñar y plantear un sistema nacional para asegurar la calidad de la Educación Superior y manejar los procesos de acreditación experimentales, tales como la evaluación en forma periódica de la calidad de los organismos de educación superior autónomos.

La tarea de la CNAP se estableció en la Ley 20.129 publicada el 17 de noviembre de 2006, que constata un Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad de la educación superior. Para ello se creó la Comisión Nacional de Acreditación (CNA), institución pública que se encarga de revisar y promover la calidad de las carreras y programas de estudios que presentan las universidades, institutos profesionales y centros formación técnica autónomos.

Desde el dictamen de la Ley, la supervisión que realizaba el Consejo a las organizaciones no autónomas se denominó “Licenciamiento”, así se diferenciaría del sistema de acreditación voluntaria de las organizaciones

autónomas que la ley establece y que otorga a la CNA. Sobre este argumento, la labor del CNAP se expandió no tan sólo a las universidades e institutos profesionales sino que también a los centros de formación técnica, los que eran supervisados en un principio por el ministerio de Educación, para captar y resolver las apelaciones que las organizaciones de educación superior y las agencias de acreditación privadas, tengan contra los dictámenes que asuma de la Comisión Nacional de Acreditación (CNA), de acuerdo a la ley 20.129.

La Ley General de Educación (LGE – Ley N° 20.370) se publicó el 12 de Septiembre de 2009. Sus alcances invalidaron en su mayoría a la LOCE, creando el Consejo Nacional de Educación (CNED), entidad que se convirtió en el sucesor legal del Consejo Superior de Educación (CSE). Este nuevo Consejo es un organismo autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio el cual sigue con las labores de Licenciamiento y apelaciones de las decisiones de acreditación realizadas por su antecesor. Este consejo tiene como misión el promover y cautelar, de manera prioritaria, la calidad de la educación, tanto escolar como superior. Para esto el CNED debe, entre otras funciones, aprobar bases curriculares y sus adecuaciones, planes y programas, normas de calificación y promoción, se pronuncia sobre las apelaciones de las decisiones de acreditación de instituciones autónomas, sus carreras y programas de posgrado, además provee de información a los usuarios sobre el funcionamiento de la educación superior.

## Acreditación

Es una fase voluntaria a la que ingresan las organizaciones de Educación Superior autónomas del país y sus carreras de pregrado, programas de postgrado y especialidades del ámbito de la salud que éstas ofrecen, para optar a obtener una legitimación de calidad de sus etapas internas y sus resultados.

La acreditación es obligatoria sólo para las carreras de Medicina y las Pedagogías, de acuerdo a lo establecido en la Ley 20.129.

## Etapas de Acreditación

A continuación se listan las etapas de acreditación, las que son independientes entre sí: Institucional, de carreras, de programas de postgrado y de especialidades del ámbito de la salud.

La acreditación institucional asegura que se acate el proyecto presentado por la organización y que existan los instrumentos eficaces de autorregulación, vela por su aplicación, sus resultados y acredita la calidad de ellos.

La acreditación de carreras y programas asegura la calidad de los proyectos declarados y los criterios expuestos por las asociaciones académicas y profesionales respectivas.

## Vigencia de la acreditación

- Acreditación institucional, hasta 7 años
- Acreditación de carreras, hasta 7 años

- Acreditación de postgrados, hasta 10 años

La cantidad de años se otorga en conformidad con el nivel de cumplimiento de los criterios de evaluación y los propósitos de las instituciones o programas. Al cabo del plazo otorgado, las instituciones podrán repetir el proceso, con el fin de optar a un nuevo período de acreditación.

### Áreas de Acreditación

\* Áreas Obligatorias: Gestión Institucional y Docencia de Pregrado

\* Áreas Electivas:

- Investigación
- Docencia de Postgrado
- Infraestructura y Equipamiento
- Vinculación con el medio

En cuanto a la Universidad del Mar, esta obtuvo su acreditación el año 2010, por 2 años y en las áreas obligatorias.

## **1.4 RESEÑA DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR COMO INSTITUCIÓN EDUCACIONAL DE NIVEL SUPERIOR**

Historia:

El 31 de mayo de 1989 se fundó la Universidad del Mar por la Corporación Educativa “Mar Futuro”. En Marzo de 1990 inició sus clases gracias al aporte de sus fundadores. Sus primeras actividades académicas se centraron en las carreras de ingeniería Civil Industrial, Ingeniería de Ejecución Industrial,

Licenciatura en ciencias del Mar, Derecho, Educación Parvularia, Contador Auditor, Comercio Internacional, Pedagogía en Inglés, Psicología e Ingeniería de Ejecución en Pesca y Acuicultura.

El 22 de marzo de 1993, el Consejo Superior de Educación recepcionó la solicitud formal para optar a la acreditación de la Universidad del Mar, enviando su proyecto educacional al Consejo Superior de Educación. Mediante la carta recibida el 4 de septiembre de 1993, la Universidad obtuvo a contar de esa fecha, el reconocimiento oficial de las carreras. El 31 de enero de 2002 logró su AUTONOMÍA por medio de un proceso evaluativo de varios años y a través del Acuerdo 031/2002 del Consejo Superior de Educación.

Durante marzo de 2002, el Consejo Superior de la Universidad realizó un análisis y planificación estratégicas, permitiéndole reorientar y reformular sus estatutos con respecto a sus desafíos y misión organizacional. La Organización presentó sus nuevos estatutos, al Ministerio de Educación entidad que los aprobó en Junio de 2003. Estos contemplaron la apertura de nuevas sedes, estableciendo una unidad de dirección para los directores y rectores de éstas, que vela por las necesidades y desafíos tanto en el ámbito local como regional

En el año 2003 la Universidad del Mar comenzó su aproximación a aquellos lugares y regiones (8 regiones) en donde puede colaborar en el desafío del llamado gubernamental para aumentar y facilitar el ingreso a la Educación

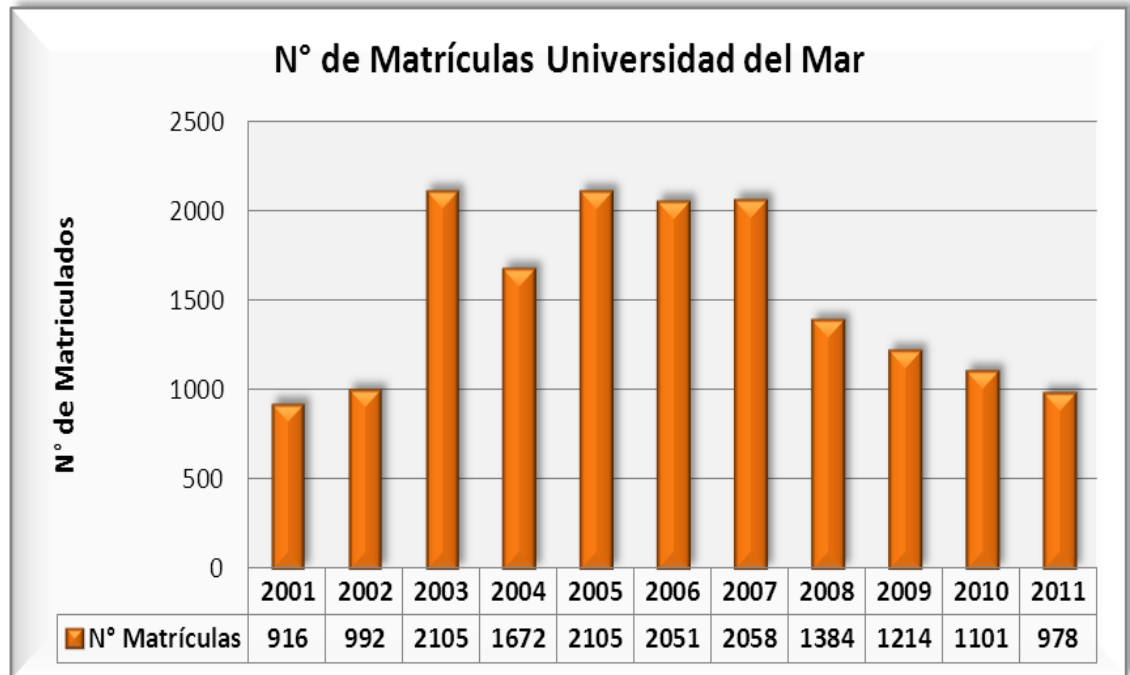
Superior y para disminuir la desigualdad de oportunidades de los jóvenes a la formación profesional. Hoy en día la organización tiene 15 sedes, desde Arica a Punta Arenas, las que otorgan los beneficios directos de acceso a créditos, así como también en el proceso informativo de los alumnos.

La Universidad se ha involucrado en el desarrollo regional desde sus comienzos, proporcionando a la formación de profesionales altamente calificados, con una sólida vocación ética y social, sosteniendo hoy en día un trabajo de comunión y compromiso en todas sus sedes, logrando que su misión y propósitos organizacionales aporten a la comunidad local, regional y nacional.

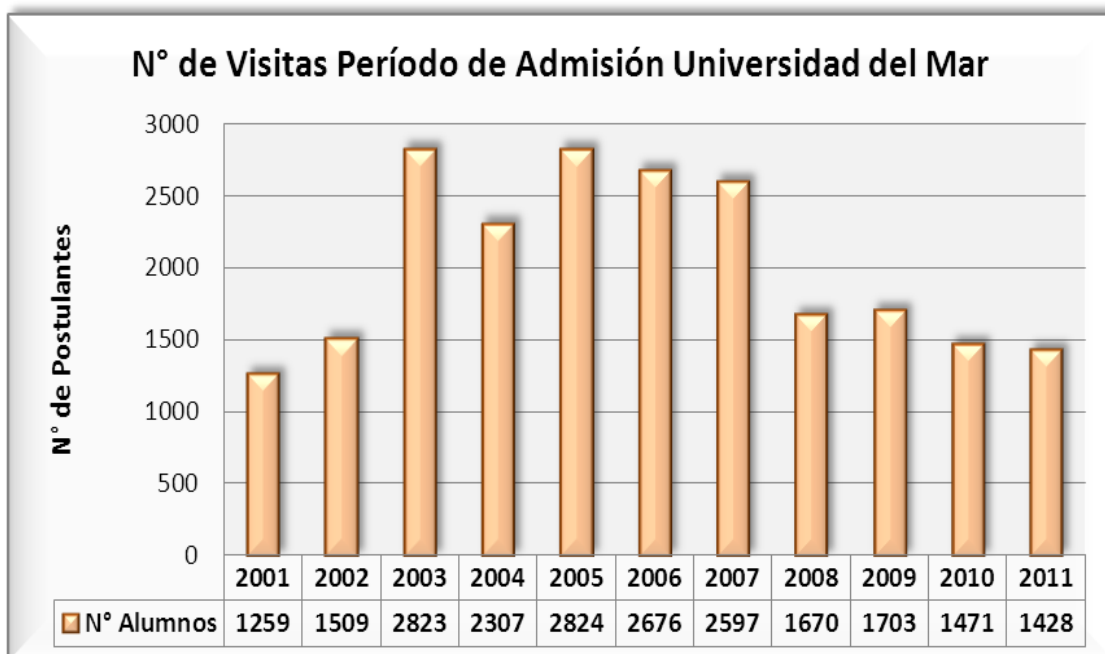
### **Sedes**

1. Campus Arica
2. Sede Iquique
3. Campus Calama
4. Sede Antofagasta / Campus Inmigrantes
5. Sede Copiapó
6. Sede La Serena
7. Campus Quillota
8. Campus Reñaca
9. Sede Casa Central, Viña del Mar
10. Campus Escuela de Comunicación
11. Sede Maipú - Santiago
12. Campus San Fernando
13. Campus Curicó
14. Sede Centro-Sur / Campus Talca
15. Sede Temuco
16. Sede Punta Arenas
17. U. Global, Sede Virtual administrada en Reñaca

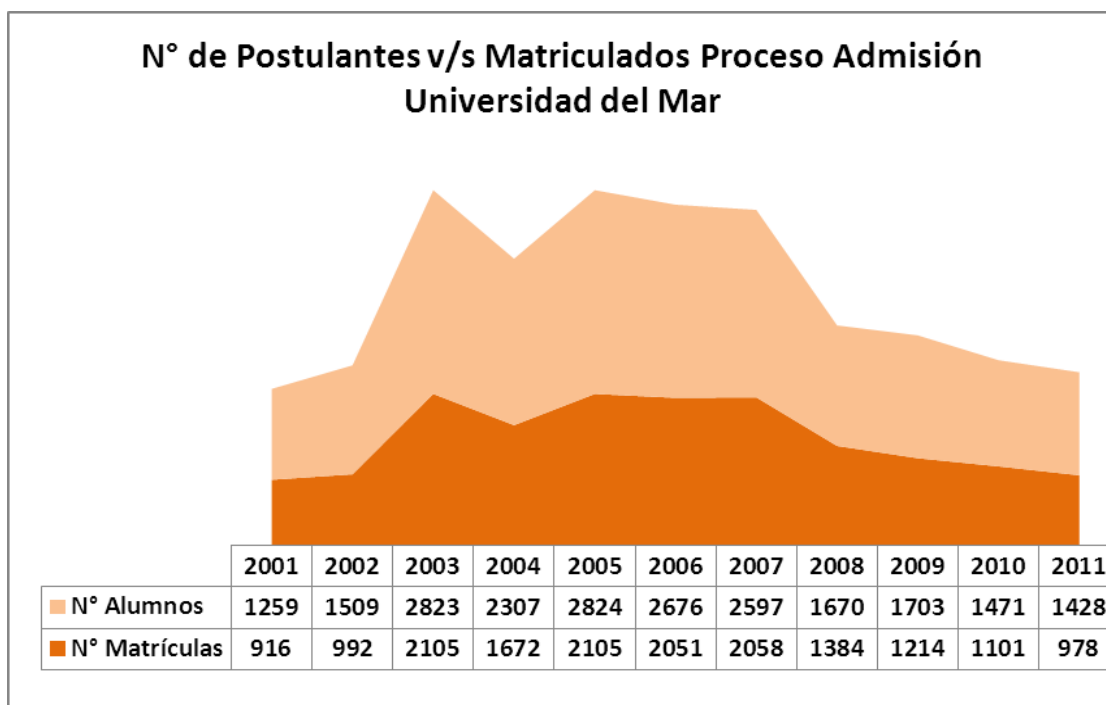
**1.4.1. COMPORTAMIENTO DE MATRÍCULAS Y POSTULANTES DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR EN EL PERÍODO DE ADMISIÓN DESDE EL AÑO 2001 AL 2011**



*Fuente: Elaboración propia, datos Vicerrectoría de Comunicación Universidad del Mar*

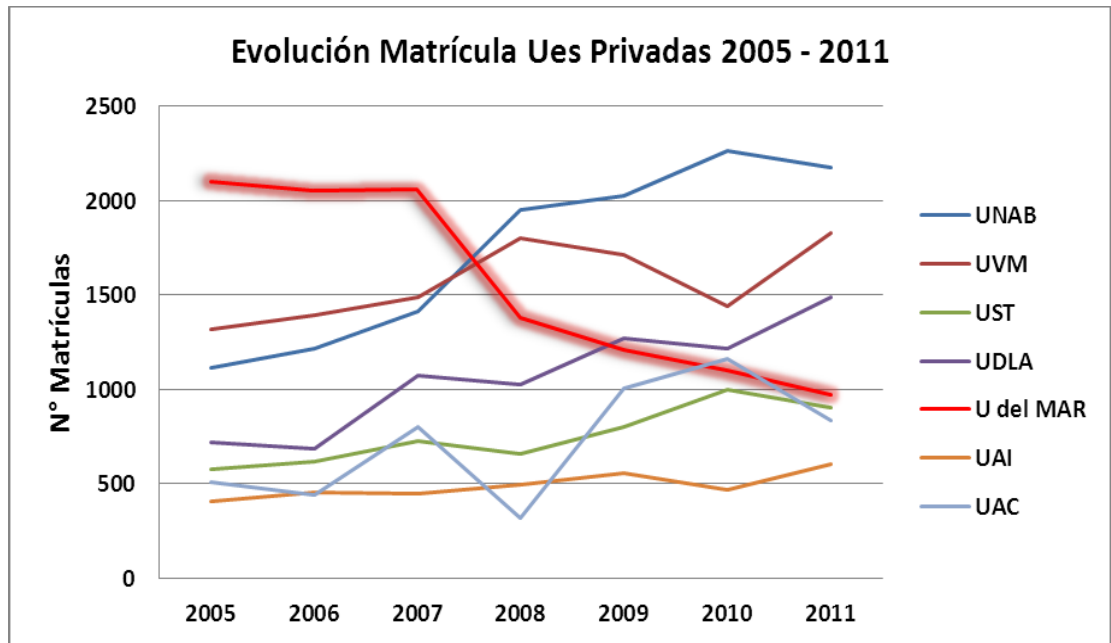


Fuente: Elaboración propia, datos Vicerrectoría de Comunicación Universidad del Mar



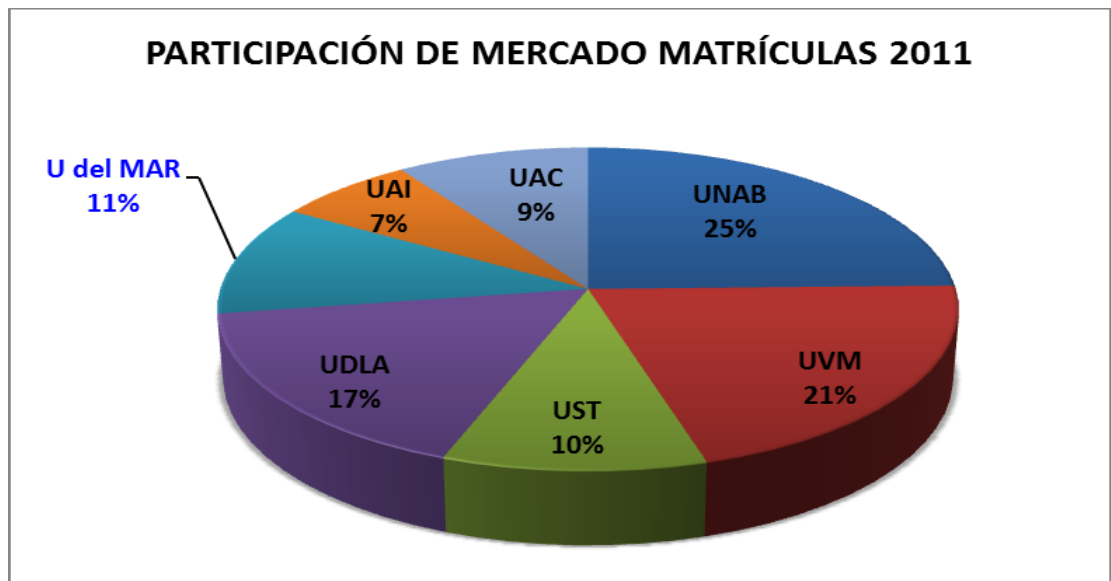
Fuente: Elaboración propia, datos Vicerrectoría de Comunicación Universidad del Mar

### 1.4.2. EVOLUCIÓN MATRÍCULAS UNIVERSIDADES PRIVADAS 2005 AL 2011



Fuente: Elaboración propia, datos Mineduc 2011. Matrículas primer año.

### 1.4.3. PARTICIPACIÓN DE MERCADO UNIVERSIDAD DEL MAR



Fuente: Elaboración propia, datos Mineduc 2011

#### **1.4.4. POLÍTICAS DE ADMISIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR**

Se define el proceso de admisión como: “el conjunto de procedimientos y actividades que, enmarcados en una política general, buscan la captación de estudiantes en diferentes períodos académicos, de acuerdo al calendario académico institucional”.

En estricta concordancia con la Misión declarada por la Universidad, este proceso **no** se realiza por medio de selección, sino por admisión, entendida como la gestión de oportunidades para el ingreso al sistema de educación superior universitaria. Para la captación de estudiantes, el Departamento de Admisión busca orientarlo para su ingreso y trayectoria dentro de la Universidad proponiéndole estrategias para culminar su formación profesional o técnica de manera atractiva y satisfactoria.

La entrega de información y la difusión institucional se basa principalmente en dos aspectos:

- 1- Atributos institucionales:
  - a. Inclusiva
  - b. Cercana
  - c. Movilidad estudiantil
  - d. Apoyo financiero
  - e. Sostenimiento académico
  - f. Presencia regional y nacional
  - g. Pertinencia educativa

- h. Marco Pedagógico
- i. Currículum por competencias
- j. Experiencia docente
- k. Resultados de empleabilidad

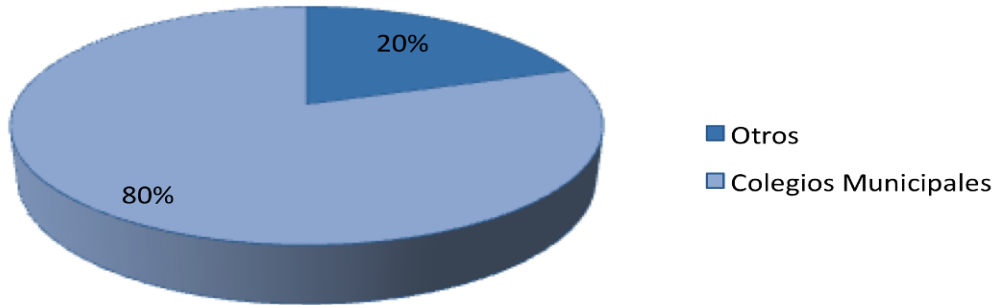
2- Oferta académica:

- a. Perfil profesional
- b. Diversificación de carreras
- c. Pertinencia local de las carreras
- d. Plan de Estudios
- e. Modalidades: diurno / vespertino / especial / presencial / semipresencial

**1.4.5. GRUPO OBJETIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR**

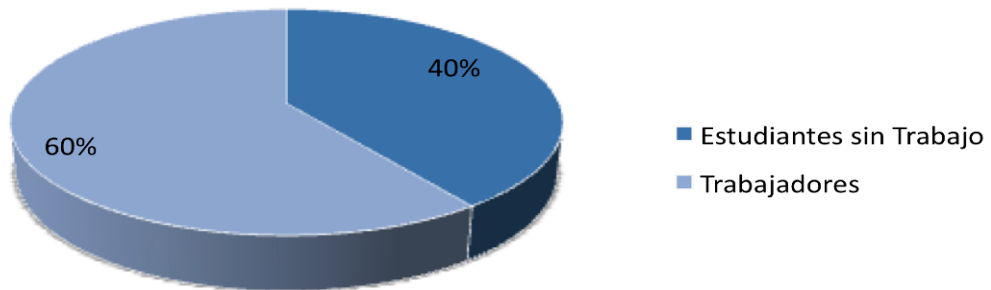
La Universidad posee una inserción mayoritaria en el segmento C3, con un rebalse de un 25 % del segmento C2, de acuerdo al estudio 2009 -2010 de la “VECRI, Bases para Campaña de Posicionamiento institucional”

### Procedencia Alumnos Régimen Diurno de la Universidad del Mar



Fuente: Vicerrectoría de Comunicación Universidad del Mar

### Procedencia Alumnos Régimen Vespertino Universidad del Mar



Fuente: Vicerrectoría de Comunicación Universidad del Mar

#### **1.4.6. ESTUDIOS DE POSICIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR EN LOS ÚLTIMOS AÑOS**

Existen diversos estudios y rankings de las universidades de Chile que permiten entender con mayor precisión las fortalezas de cada casa de estudios en un país con cada vez más altos niveles de acceso a la educación superior y con una amplia variedad universidades.

Los criterios de medición más importantes utilizados en los estudios son:

- Calidad de Alumnos
- Excelencia Académica
- Infraestructura
- Cuerpo de Docentes
- Investigación
- Evolución Matrícula
- N° de Carreras y programas, entre otros.

Los estudios<sup>1</sup> realizados por la empresa de Investigación de Mercados TNS en conjunto con la revista Qué Pasa, la revista América Economía Intelligence y la revista “El Sábado” de El Mercurio, nos permiten ver cómo posicionan a la Universidad del Mar con respecto a sus pares:

---

<sup>1</sup> Estudios comparativos de universidades realizados en los últimos Años, ver Anexo N° 1.

Entidad	Nombre Estudio	Año	Criterios Evaluadores	Resultado U Del Mar
Revista Qué Pasa en conjunto con empresa de Investigación de Mercado TNS	Ranking de Universidades	2009	Percepción de calidad y nivel de conocimiento que el mercado laboral le otorga a cada una de las universidades reconocidas por CNED	Nº 45 de 58 universidades
Revista Qué Pasa en conjunto con empresa de Investigación de Mercado TNS	Ranking de Universidades	2010	Percepción de calidad y nivel de conocimiento que el mercado laboral le otorga a cada una de las universidades reconocidas por CNED	Nº 47 de 58 universidades
Revista Qué Pasa en conjunto con empresa de Investigación de Mercado TNS	Ranking de Universidades	2011	Percepción de calidad y nivel de conocimiento que el mercado laboral le otorga a cada una de las universidades reconocidas por CNED	Nº 46 de 56 universidades
Revista América Economía Intelligence	Ranking de Calidad de las universidades Chilenas	2009	Percepción de las personas a nivel general respecto a cada casa de estudio reconocidas por el CNED	Nº 43, de 58 Universidades
Revista América Economía Intelligence	Ranking de Calidad de las universidades Chilenas	2010	Percepción de las personas a nivel general respecto a cada casa de estudio reconocidas por el CNED	Nº 50, de 58 universidades
Revista América Economía Intelligence	Ranking de Calidad de las universidades Chilenas	2011	Percepción de las personas a nivel general respecto a cada casa de estudio reconocidas por el CNED	Nº 50, de 57 universidades
Diario El Mercurio	Ranking universidades Diario El Mercurio (Estudio no actualizado)	2006	Calidad Alumnos, Calidad Docentes, Nivel de Investigación, Infraestructura	Nº 43, de 54 universidades Nº 46, de 51 universidades Nº 39, de 51 universidades Nº 46, de 53 universidades

## **1.5. BASES TEÓRICAS**

### **1.5.1. TIPOS DE UNIVERSIDADES**

#### Las Universidades Tradicionales

Son las pertenecientes al Consejo de Rectores de universidades Chilenas (CRUCH), de las cuales dieciséis son del Estado, seis de la Iglesia Católica y tres de Corporaciones privadas. Dichas universidades conforman la principal tradición de educación superior del país; sin embargo, han tenido que enfrentar en los últimos años la incorporación al mercado de las nuevas instituciones privadas, las que captan, en algunos casos, a los mejores alumnos y profesores más capacitados. El patrimonio de las universidades tradicionales continúa siendo la investigación y desarrollo tecnológico.

#### Las Universidades Estatales

Son propiedad del Estado, no obstante, éste sólo les provee un cuarto de su presupuesto. Mediante un nuevo acuerdo, hoy se promueve la creación de una nueva regulación que garantice que las universidades Estatales posean el capital necesario para cumplir fielmente con la labor que les demanda el país: ser lugares de creación y promoción de bienes públicos, tales como la libertad, la tolerancia y pluralismo, fundamentos esenciales para la edificación de la sociedad.

## Las Universidades Privadas

La declaración en 1981 de la Ley General de Universidades facilitó la creación de las universidades privadas independientes del Estado. Dicha Ley endosó una parte importante de los costos de la educación superior, desde el estado a las familias, y simplificó la extensión de la matrícula universitaria. Si se considera que solamente el 10% de las universidades privadas sobrepasan la edad de sus alumnos, entendemos porqué la consolidación del sistema está aún lejos de producirse. La labor pendiente es certificar la calidad de las universidades privadas por medio de la acreditación y controlar su accionar.

*Fuente: Mineduc*

### **1.5.2. TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS DE EDUCACIÓN ESCOLAR SEGÚN SU FUENTE DE FINANCIAMIENTO**

Gratis Subvencionados: Se fomenta con la contribución del Estado mediante la subvención. De acuerdo a la administración puede ser:

- a) Municipales: Dirigidos por Asociaciones Municipales o por la misma Municipalidad.
- b) Particulares: Dirigidos por personas naturales o jurídicas de índole privada.

Subvencionados con Financiamiento Compartido: Se fomenta con la contribución del Estado, mediante la subvención y con las contribuciones económicas de los padres y apoderados a través del pago de una mensualidad. Son dirigidos por personas naturales o jurídicas de índole privada, por las Municipalidades o por

Asociaciones Municipales, siendo sólo para educación media.

De Administración Delegada (Decreto Ley 3166): Son fomentadas mediante acuerdos de administración infrascritos por sociedades de derecho privado coligados al mundo industrial y empresarial.

Fiscales: Dirigidos en forma directa por el Ministerio de Educación y lo fomenta el Estado (sólo la Escuela Villa Las Estrellas de la Antártica).

Particulares Pagados: Se fomentan en su totalidad mediante la mensualidad pagada por los padres y apoderados, en una conexión que se regula a través de un contrato de prestación de servicios educacionales

*Fuente: Mineduc*

### **1.5.3. REGIÓN DE VALPARAÍSO**

La V región de Valparaíso que contempla las provincias de Valparaíso, Isla de Pascua, Los Andes, Petorca, Quillota, San Antonio y San Felipe tiene una población urbana de aproximadamente 1.539.852 habitantes.

<b>Provincia</b>	<b>Población</b>
Provincia Valparaíso	876.022
Provincia Isla de Pascua	3.791
Provincia Los Andes	91.683
Provincia Petorca	70.610
Provincia Quillota	229.241
Provincia San Antonio	136.594
Provincia San Felipe	131.911
<b>Total</b>	<b>1.539.852</b>

*Fuente: INE Censo 2002*

#### **1.5.4. EL POSICIONAMIENTO EN LA ESTRATEGIA**

Para muchos, el posicionamiento es parte fundamental del Marketing; su origen es atribuido a los autores Al Ries y Jack Trout, después de sus publicaciones en la revista “Advertising Age”, con una serie de artículos titulados “The Positioning Era” (La Era del Posicionamiento), específicamente en la década de 1970, convirtiéndose en esa época en la palabra de moda para los publicistas y la gente relacionada con el Marketing. Desde ese entonces el concepto ha ido en constante evolución y amoldándose a los nuevos tiempos. En la actualidad resultaría casi imposible concebir la idea de no entender y aplicar la estrategia de posicionamiento para tomar ventajas por sobre los competidores, por lo que el posicionamiento ha ido adquiriendo cada vez más relevancia en las empresas, herramienta fundamental para competir en un ambiente plenamente globalizado como el de hoy. Se debe tener presente entonces, que el enfoque básico del posicionamiento *“no es crear algo nuevo y distinto, sino manejar lo que ya está en*

*la mente, esto es, restablecer las conexiones existentes.”<sup>2</sup>*

Por otra parte existen variadas interpretaciones y definiciones de posicionamiento. Según Kotler y Armstrong el posicionamiento de un producto o marca es *“la forma como los consumidores lo definen, de acuerdo con atributos importantes. Es el lugar que el producto ocupa en la mente del consumidor, en relación con otros productos de la competencia”<sup>3</sup>*

Stanton señala que *“posicionamiento es el uso que hace una empresa de todos los elementos de que dispone para crear y mantener en la mente del mercado meta una imagen particular en relación con los productos de la competencia”<sup>4</sup>*

Fernández Valiñas menciona que el posicionamiento ha existido desde siempre, y que éste *“se logra siendo congruentes tanto en las comunicaciones, como en las características del producto y las preferencias del consumidor”<sup>5</sup>*

Otra definición es la que señalan Al Ries y Jack Trout: *“El posicionamiento son la primera serie de pensamientos que abordan los problemas que apenas alcanzamos a escuchar en una sociedad sobre-comunicada como la nuestra”, “es la forma de diferenciarse en la mente de su cliente”<sup>6</sup>*

---

2 TROUT, Jack et al. Posicionamiento la batalla por su mente. Mc Graw Hill. 2006.p.5

3 KOTLER, Philip et al. Fundamentos de Marketing. Prentice Hall. 2003. p.260

4 STANTON, William J et al. Fundamentos de Marketing. Mc Graw Hill 2007. p.163

5 FERNANDEZ V.,Ricardo. Manual para elaborar un plan de Mercadotecnia. p.177

6 TROUT, Jack et.al. Op. Cit. p.5

Todas estas definiciones tienen o nos muestran elementos comunes y claves que son:

1. Un producto, servicio o persona
2. Imagen o percepción del mercado
3. Un mercado que satisfacer
4. Diferenciación
5. Preferencias

A partir de ello se puede elaborar una definición propia de posicionamiento como:

*“Es crear en la mente del mercado meta una imagen clara y diferenciada de nuestra competencia, de nuestros productos o servicios, mediante el uso de ciertas estrategias de comunicación, con el fin de mantener su lealtad y preferencias”*

#### **1.5.4.1. TIPOS DE POSICIONAMIENTO**

Ricardo Valiñas identifica cuatro tipos de posicionamiento<sup>7</sup>

1. Posicionamiento por diferenciación: Surge a partir de la pregunta *¿En qué es mi producto significativamente diferente al resto de los productos de la competencia?* Este tipo de posicionamiento será efectivo mientras la competencia no tenga o no sea capaz de tener esa característica que nos

---

<sup>7</sup> FERNANDEZ V.,Ricardo. Op. Cit. p.177

hace únicos.

2. Posicionamiento por beneficios: Responde a la pregunta *¿Qué beneficio ofrece mi producto que el mercado meta considere significativo?* En este caso, se establece un beneficio real para el consumidor; este beneficio es un valor agregado al producto. A diferencia del posicionamiento por diferenciación, no pretende buscar un beneficio único, pero sí relevante.
3. Posicionamiento por usuarios del producto: Busca dirigirse a un grupo de consumidores específicos, haciendo hincapié en que el producto ha sido elaborado especialmente para ellos, haciendo sentir al cliente que el producto/servicio es exclusivo para él.
4. Posicionamiento por uso: Se puede obtener a partir de la manera y tiempo de uso del producto, es decir, resaltando los usos específicos y adicionales del artículo.

Como menciona el autor, estos son sólo unos tipos de posicionamiento, existiendo muchos otros que pueden responder a la creatividad de cada empresa, o bien, está la posibilidad de combinar varios tipos de posicionamiento en una sola estrategia. Otros ejemplos de tipos de posicionamiento pueden ser: posicionamiento por estilos de vida; posicionamiento como líder de la categoría, posicionamiento por calidad, entre otros

#### **1.5.4.2. SELECCIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO**

De acuerdo a lo señalado por Kotler y Armstrong, la tarea de posicionamiento consta de tres pasos<sup>8</sup>

1. Identificar un conjunto de ventajas competitivas posibles sobre las cuales cimentar una posición
2. Seleccionar las ventajas competitivas correctas y escoger una estrategia general de posicionamiento
3. Comunicar y presentar eficazmente al mercado la posición escogida

La clave en la identificación de las ventajas competitivas es comprender las necesidades y procesos de selección de los clientes o mercado meta, de una manera más eficaz que nuestros competidores, proporcionándole así valor agregado a nuestra oferta.

#### **1.5.4.3. DIFERENCIACIÓN DE LA OFERTA O PRODUCTO**

Una compañía o una oferta para el mercado se pueden diferenciar en términos de producto, servicios, personal e imagen.

##### Diferenciación del Producto

Se debe diferenciar el producto físico; se refiere a características específicas de los productos por ejemplo: estilo, diseño, seguridad o calidad, entre otros atributos.

---

<sup>8</sup> KOTLER, Philip et al. Op. Cit. p.260

### Diferenciación de Servicios

Los principales diferenciadores de servicio son: entrega, instalación, capacitación de los clientes, servicio de consultoría y reparación, entre otros.

### Diferenciación del Personal

Se puede obtener una valiosa y poderosa ventaja competitiva a través de la capacitación y contratación de mejor personal que la competencia.

### Diferenciación de la Imagen

Una imagen de la compañía o de la marca debe transmitir los beneficios característicos del producto y su posicionamiento. El desarrollo de una imagen potente y distintiva requiere creatividad y un trabajo constante; además, la imagen debe estar respaldada por todo lo que la compañía dice o hace.

La empresa debe elegir con cuidado de que manera se diferenciará de la competencia y valdrá la pena marcar esta diferencia en la medida que se cumplan los siguientes criterios:

- ✓ Importante: La diferencia incluye un beneficio altamente valorado por una cantidad apreciable de clientes.
- ✓ Distintiva: Nadie más debe ofrecer esa diferencia, o bien la empresa debe ofrecerla de una manera más distintiva.

- ✓ Superior: La diferencia es superior a otras maneras de alcanzar las mismas ventajas.
- ✓ Comunicable: Es posible comunicarla a los clientes y éstos a su vez pueden captarla.
- ✓ Exclusiva: La competencia no puede imitarla fácilmente.
- ✓ Costeable: El clientes puede pagar la nueva diferencia.
- ✓ Rentable: La empresa descubrirá que es rentable introducir la diferencia.

Por último la empresa debe tener en cuenta que al buscar posicionarse se puede caer en los siguientes errores:

1. *Sub posicionamiento*: No lograr posicionar realmente a la empresa, los clientes tienen una idea muy vaga de la empresa o no encuentran nada que les parezca especial para ellos.
2. *Sobre posicionamiento*: Esto ocurrirá en la medida en que se ha acotado en demasía el posicionamiento, lo que limita la extensión o crecimiento de la empresa dentro de la categoría.
3. *Posicionamiento confuso*: Se destacan demasiados atributos del producto y los clientes quedan con una imagen confusa de la empresa y no perciben realmente cuál es su cualidad distintiva.

## **CAPÍTULO II. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

### **2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El presente estudio se enmarca como una investigación de carácter cuantitativa descriptiva, dado que busca dar a conocer las distintas percepciones que ayudará a determinar el posicionamiento de la Universidad del Mar.

### **2.2. SUJETOS DE ESTUDIO**

La investigación presenta distintos públicos prioritarios que influyen en la percepción para medir el posicionamiento de una Universidad:

- Alumnos de IV Medio de la V región<sup>9</sup>
- Estudiantes universitarios y/o apoderados de éstos.
- Estudiantes de la Universidad del Mar de la V región.

El universo se determina a partir de los datos oficiales del Simce 2010, sobre la cantidad de alumnos de III medio en la V región, esto, para determinar el número de alumnos de IV Medio al año 2011. A esta cantidad, se añade la población de hombres y mujeres entre 20 y 59 años (del V al XII quintil) que representan a los apoderados de los alumnos de IV medio y de estudiantes universitarios, extraídos de las estimaciones de la población al 2010 de los datos oficiales del INE. Finalmente, se suma el número de estudiantes de la Universidad del Mar en las sedes Viña y Quillota. De esta manera, el Universo estimado asciende a 958.352

---

<sup>9</sup> Autorización encuesta en Colegios, ver Anexo N° 2.

	Sujetos de Estudio	Fuente	Sub Universos
<b>A</b>	Alumnos IV Medios V Región	Simce 2010, III Medios V Región	20836
<b>B</b>	Universitarios y Apoderados V Región	INE: Hombres y Mujeres de 20 a 59 años , (V al XII quintil)	936.538
<b>C</b>	Universitarios U del Mar Sede Viña y Quillota	U del Mar Sede Viña y Quillota	978

$$\text{TOTAL UNIVERSO} = \mathbf{A + B + C} = \mathbf{958.352}$$

Fuente: Elaboración Propia, en base de Datos INE, SIMCE y U del Mar

### 2.3. MUESTRA

Respecto al tamaño de la muestra, se determinan 833 casos, considerando un margen de error del 3,5%, una probabilidad que se presente el fenómeno del 50 y un nivel de confianza 2. A continuación se detalla la fórmula con la determinación de esta cantidad de muestras:

$$n = \frac{2^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,035^2}$$

$$n = 816$$

Fórmula genérica para poblaciones infinitas (más de 100.000 habitantes):

$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$	<p><math>n</math> = Número de elementos de la Muestra</p> <p><math>P/Q</math> = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno</p> <p><math>Z^2</math> = Valor Crítico correspondiente al nivel de confianza</p> <p><math>E^2</math> = Margen de Error Permitido</p>
---	--

Por otra parte, en cuanto al tipo de muestra, para este estudio se optará por emplear un muestreo no probabilístico por conveniencia.

## **2.4. FUENTES DE INFORMACIÓN**

Para el desarrollo de esta investigación se utilizará fuentes de información de carácter primaria. Tomando como base la propia información que brindan los sujetos de estudio.

## **2.5. ESTRUCTURA DE ANÁLISIS**

Para la realización de este estudio, se identifican los siguientes factores a investigar:

### **2.5.1. FACTORES A INVESTIGAR**

#### **2.5.1.1. COMPETENCIA DIRECTA / COMPETENCIA INDIRECTA**

Mediante una encuesta filtro (Research) se identificará qué universidades privadas representan a la competencia directa de la Universidad del Mar. Y cuáles son las instituciones que forman parte de la competencia indirecta.

#### **2.5.1.2. LUGAR EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR**

Se pretende determinar, a través del instrumento de medición, El “Top of Mind” representa la marca que primero le viene a la mente a un consumidor, y junto con esto se podrá determinar el 2do y 3er lugar que ocupa la competencia (universidades privadas). Esto, sólo se podrá determinar, mediante respuesta espontánea.

### **2.5.1.3. ATRIBUTOS TRASCENDENTALES (RESEARCH)**

Del total de atributos existentes en una Universidad, mediante una encuesta de filtro<sup>10</sup> (research) aplicada en una pequeña muestra, se logra acotar a los atributos o características principales a considerar para el estudio.

### **2.5.1.4. ASOCIACIÓN DE ATRIBUTOS CON UNIVERSIDADES**

En base a la relación de los 5 principales atributos a cada universidad privada, se pretende identificar el posicionamiento de cada una de éstas, con énfasis en la institución de investigación.

### **2.5.1.5. FUENTES Y NIVELES DE CONOCIMIENTO**

La Universidad del Mar, se da a conocer mediante distintas fuentes de información. Se pretende investigar cuáles son las principales

### **2.5.1.6. PERCEPCIÓN INTERNA DE LA UNIVERSIDAD DEL MAR**

Los alumnos de la Universidad del Mar podrían tener una percepción distinta a la del resto. Se pretende identificar los 5 aspectos positivos y negativos

## **2.5.2. ELABORACIÓN DE ENCUESTA**

Cada uno de los factores mencionados anteriormente se incorporará en la encuesta<sup>11</sup>, con el objeto de determinar el posicionamiento de la Universidad del Mar respecto a su competencia directa.

---

<sup>10</sup> Encuesta Filtro (Research), ver Anexo N° 3.

<sup>11</sup> Encuesta, ver Anexo N° 4.

### 2.5.3. TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo corresponde a la toma de las encuestas, las cuales serán aplicadas a los sujetos de estudio mediante la siguiente proporción sobre el total de la muestra:

<b>DISTRIBUCION TOTAL DE ENCUESTAS</b>		
<b>Proporción</b>	<b>Sujetos Investigación</b>	<b>Nº Encuestas</b>
48%	Estudiantes IV Medios	400
26%	Apoderados y Universitarios	215
26%	Estudiantes U del Mar	212
100%		827

Se ponderó con un mayor porcentaje a los estudiantes de IV medio dado pertenecen al público prioritario para la Universidad, de esta forma tienen un grado de importancia mayor. En cuanto a la ponderación de los otros dos sujetos de estudios esta se consideró de la misma fue igualitaria.

#### 2.5.3.1. SUJETO DE ESTUDIO 1: IV MEDIOS COLEGIOS

Se seleccionaron 8 colegios, en los cuales donde se aplicará la encuesta en todos los alumnos de IV medio.

Los criterios para seleccionar cada colegio, obedecen al cumplimiento del siguiente perfil:

- a) Alumnos de IV Medio de la V región.

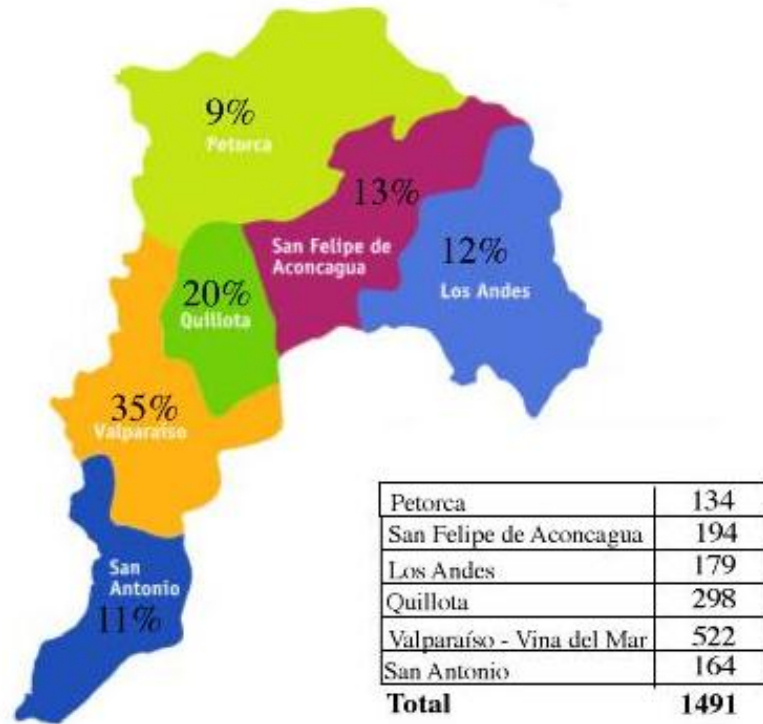
b) Alumnos que pertenezcan a las comunas de mayor procedencia de matrícula que tiene la competencia directa. Definiendo esta como toda universidad que ofrezcan los mismos satisfactores que la Universidad del Mar, los cuales son:

- Que sea una universidad Privada
- Que no exija alto puntaje PSU, como las Universidades Tradicionales.
- Que posea diversidad de Carreras
- Que ofrezca facilidades de financiamiento
- Que tengan sede en la V Región

Para obtener la información sobre la procedencia geográfica de matrículas de las universidades que posean estas características y/o satisfactores, hemos seleccionado como muestra a la Universidad de las Américas (UDLA) que cumple con todas estas características. Además, es la que tiene la participación de mercado más cercana a la Universidad en estudio.

A continuación, se señala el comportamiento de procedencia de matrículas año 2011 de la Universidad Las Américas

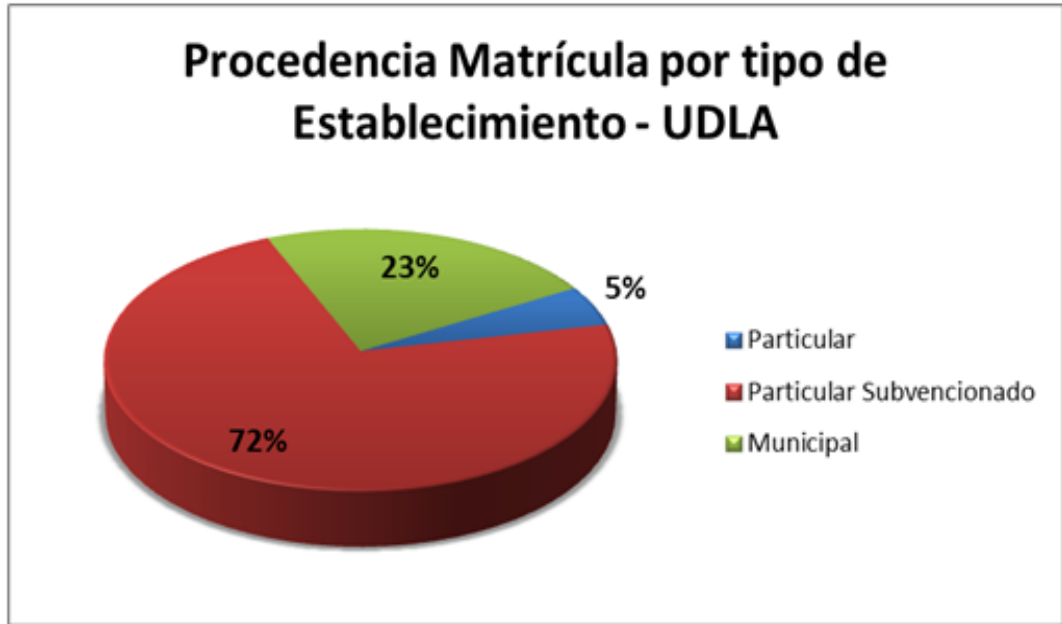
## Procedencia Matrículas Competencia



Fuente: Admisión Universidad las Américas, Año 2011

- c) Que pertenezcan al tipo de colegio de donde proviene la mayor cantidad de matrículas de la competencia directa (mercado a penetrar):

Para la facilidad de nuestro estudio, se mantuvo la muestra de la Universidad Las Américas, la cual presenta el siguiente comportamiento de procedencia de tipo de colegio:



En base a los criterios anteriores, los establecimientos educacionales seleccionados para llegar al alumno de IV Medio son:

Colegio Saleciano	Valparaíso	Particular Suvencionado
Liceo N°1 Niñas	Valparaíso	Municipal
Colegio Inglés San Patricio	Viña del Mar	Paticular Pagado
Colegio Rubén Castro	Viña del Mar	Particular Suvencionado
Liceo Comercial	Quillota	Municipal
Liceo Escuti Orrego	Quillota	Municipal
Colegio San Agustin de Vila Alemana	Villa Alemana	Particular Suvencionado
Colegio Jean Piaget	Peña Blanca	Particular Suvencionado

### 2.5.3.2. SUJETOS DE ESTUDIO 2: APODERADOS Y UNIVERSITARIOS

Se definieron los siguientes sectores para efectuar la encuesta:

- 15 Norte con avenida Libertad. (De 11am a 14hrs)
- Centro de Valparaíso (De 11am a 14hrs)

- Estaciones del Metro: Viña del Mar, Francia y Barón (Valparaíso). Los horarios son relacionados a la hora que entran el salen de trabajo, hora peak: 18hrs a 21 hrs.

### **2.5.3.3. SUJETOS DE ESTUDIO 3: UNIVERSIDAD DEL MAR**

Para la elaboración del estudio, se definen las 2 sedes de la Universidad del Mar:

- Sede Reñaca
- Sede Quillota

### **2.5.4. ELABORACIÓN DE GRÁFICO Y MAPA DE POSICIONAMIENTO**

#### **2.5.4.1. GRÁFICOS**

Los gráficos representan en términos porcentuales las repuestas obtenidas para cada una de los motivos consultados, de acuerdo a las opciones ofrecidas.

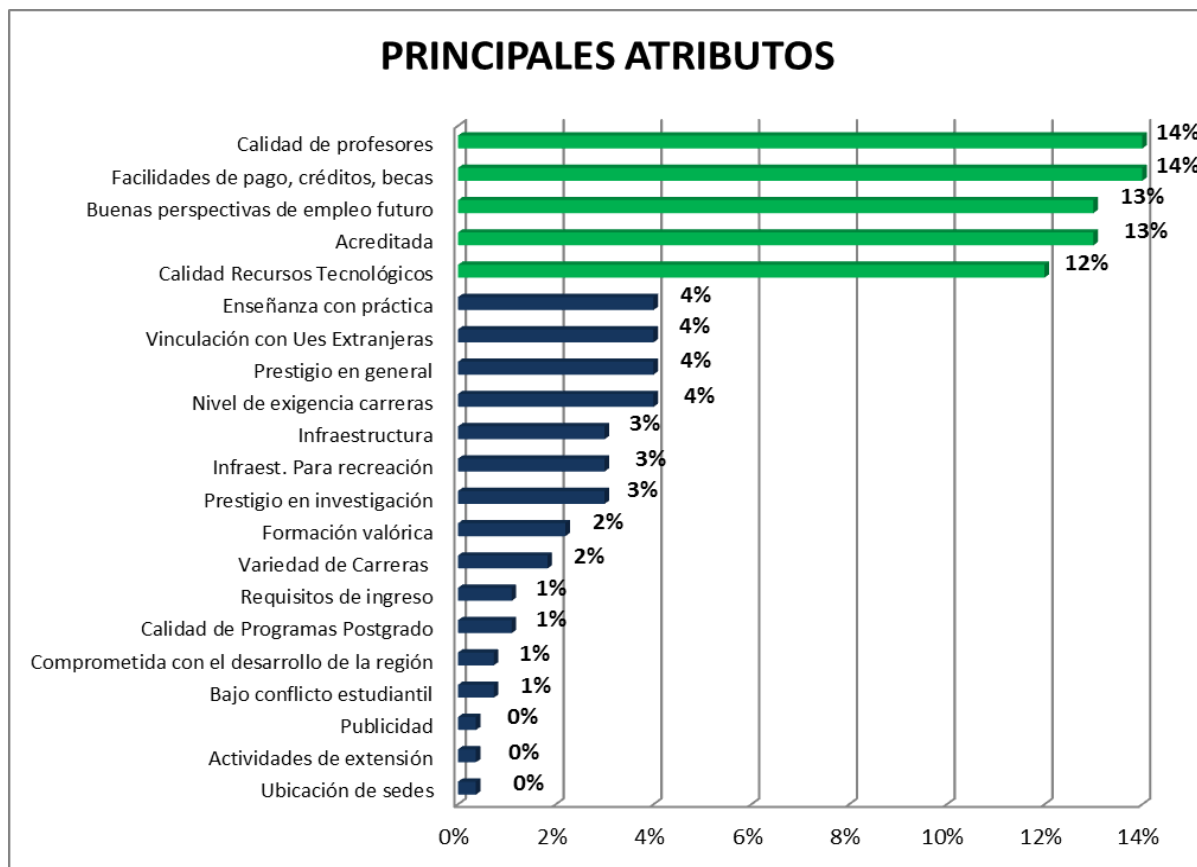
#### **2.5.4.2. MAPA DE POSICIONAMIENTO**

El Mapa de Posicionamiento representará la correlación entre los atributos y las marcas (Universidades Privadas) y se hará mediante elaboración propia con la ayuda del software "Dyane.3.0", programa de estadísticas de administración de datos. Los resultados serán representados la posición de cada marca en un mapa en común.

## CAPITULO III. ANALISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

### 3.1. DEL RESEARCH<sup>12</sup>

#### 3.1.1. DE LA PREGUNTA 1: DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS O ATRIBUTOS, CUÁLES CONSIDERAS TU DEBIESE TENER UNA UNIVERSIDAD.



La cantidad de atributos que podrían ser relevantes para los estudiantes es amplia y dependerá de la percepción individual el nivel de importancia de cada uno de ellos. Es por esto que se seleccionaron los 21 atributos más repetitivos que fueron extraídos de los estudios previos que se han realizado a nivel nacional,

<sup>12</sup> Encuesta Filtro, ver Anexo N° 3.

esto último con el fin de filtrar los cinco más importante de manera de facilitar la respuesta en la encuesta y recopilación de resultados.

De acuerdo al research o encuesta de filtro, los principales atributos para la investigación resultaron ser: "Calidad de Profesores" con un 14%, con otro 14% "Facilidades de pago, créditos y becas", con un 13% "Buenas Perspectivas de Empleo futuro", con otro 13% el atributo "Acreditada" y, finalmente, con un 12% "Calidad de Recursos Tecnológicos". De lo anterior, se puede observar que los cinco primeros atributos están bordeando el 14% y se diferencian notablemente del resto, ya que los otros atributos solo alcanzan hasta el 4% individualmente.

### **3.1.2. DE LA PREGUNTA 2: ¿CON QUÉ NIVEL ASOCIAS LAS SIGUIENTES UNIVERSIDADES PRIVADAS?**

Para lograr medir el posicionamiento que tiene la Universidad del Mar, se requiere compararla con Instituciones que, para la mente de las personas, representen el mismo concepto de "Universidad Privada". En otras palabras, no es posible introducir en el mismo universo de análisis a todas las universidades privadas existentes en la región, porque algunas son esencialmente diferentes. Por esta razón en el Research se orientó a los estudiantes a calificar cada Institución bajo un concepto, de manera de poder determinar con mayor rigurosidad con qué universidades es adecuado comparar la Universidad del Mar durante el análisis de su posicionamiento real. Para lograr definir cuáles son éstas,

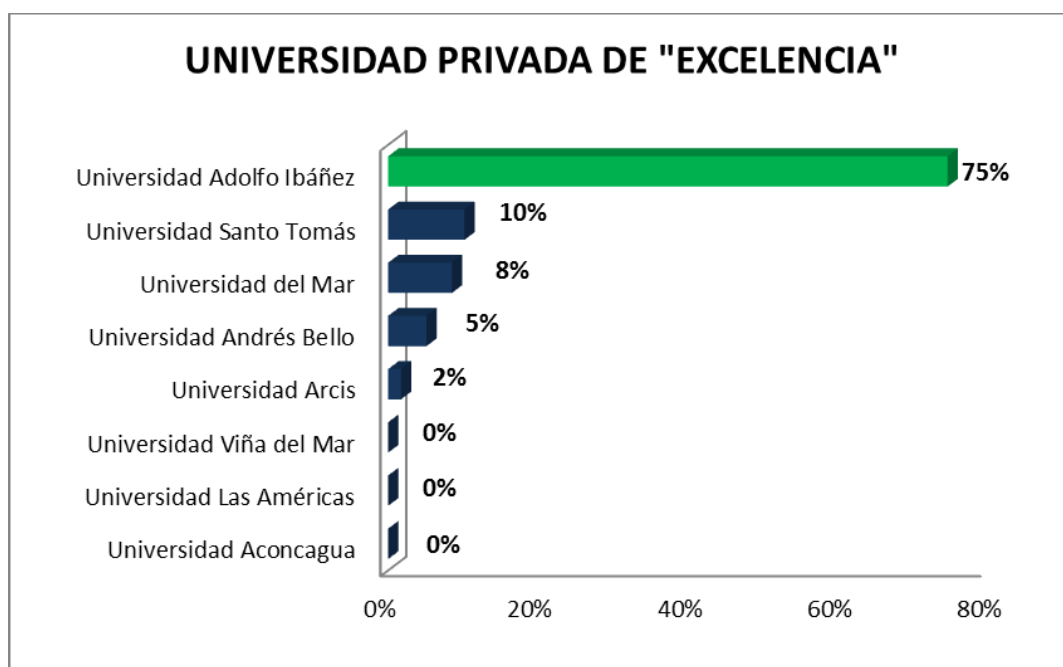
se definieron 3 niveles de Universidad donde los encuestados debieron clasificar, bajo su punto de vista a cada de ellas, los niveles definidos fueron:

- Nivel 1: Universidad Privada de "Excelencia"
- Nivel 2: Universidad Privada "Promedio"
- Nivel 3: Universidad Privada "Bajo el Promedio"
- 

Entendiendo al primer nivel como Universidad Privada comparable con Universidad Tradicional, el segundo nivel No comparable con Universidad Tradicional y finalmente el tercer nivel Comparable con Institutos Profesionales.

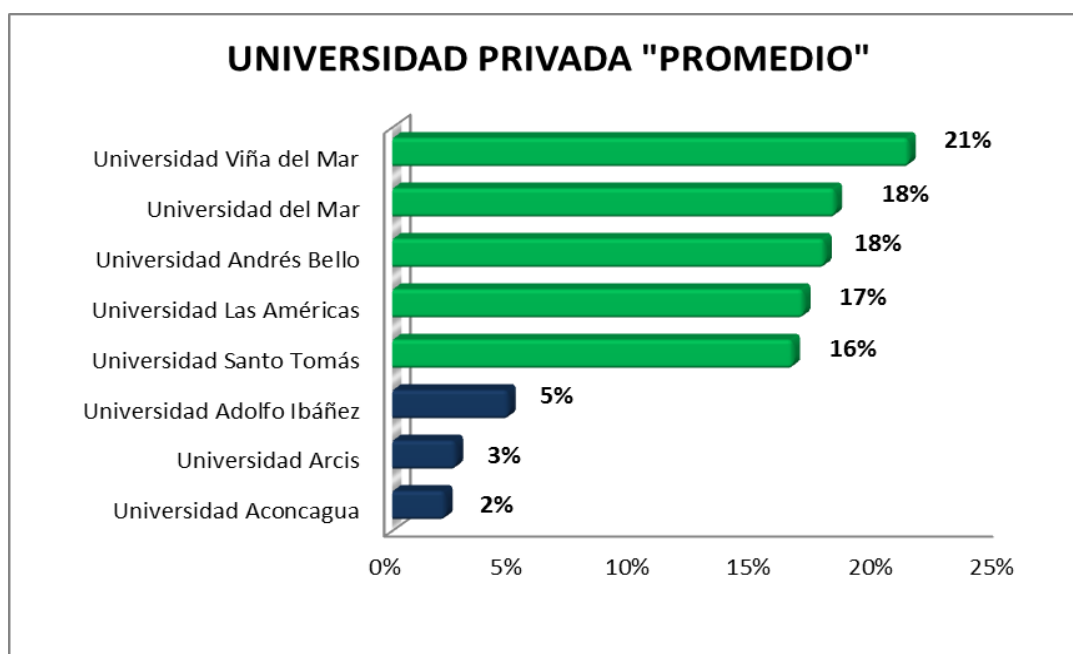
De los resultados para cada nivel obtenemos que:

### 3.1.2.1. NIVEL 1



La Universidad Adolfo Ibáñez obtuvo un 75% al ser valorada en este nivel, mientras que para el resto de las Universidades sólo se les adjudicó para este nivel menos de un 10%, donde de las 7 instituciones cuatro de ellas obtuvieron algún resultado y el resto no obtuvo ninguna ponderación, lo que hace concluir que la única Universidad Privada de Excelencia por sobre sus pares es la Universidad Adolfo Ibáñez.

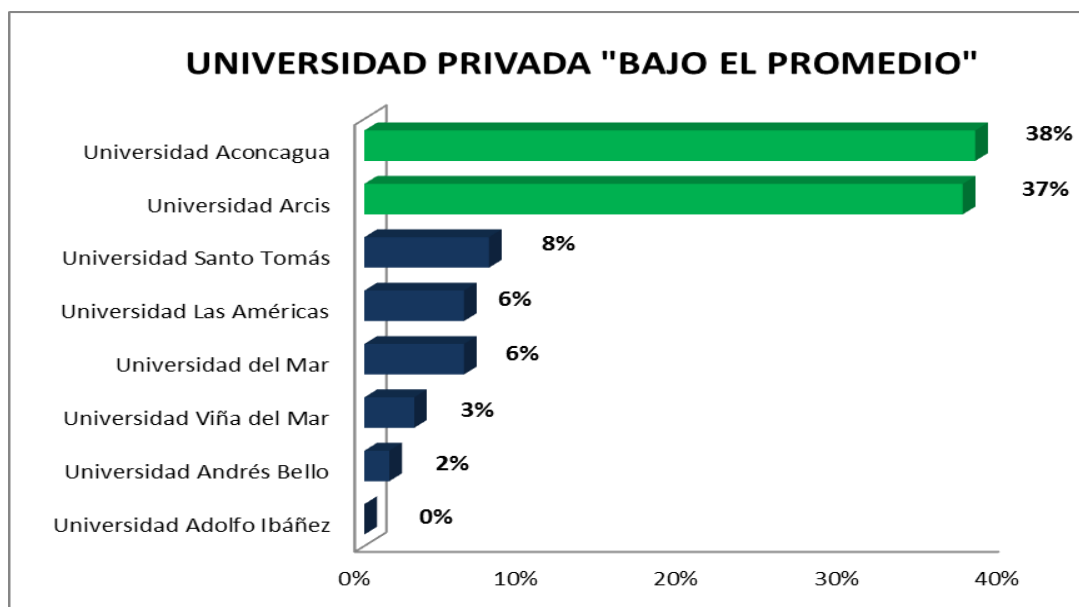
### 3.1.2.2. NIVEL 2



Con respecto al nivel de clasificación Universidad Privada “Promedio”, podemos identificar claramente a 5 Universidades que mantienen un porcentaje similar entre ellas y destacan de las demás. Éstas son: con la primera mayoría la Universidad Viña del Mar que obtuvo el 21%, luego la Universidad del Mar y la Andrés Bello con un 18% y, finalmente, la Universidad Las Américas y la Santo Tomás con un 17% y 16% respectivamente.

Llama la atención que la Universidad que está más asociada como “universidad privada promedio”, Universidad Viña del Mar, haya calificada con un 0% dentro del nivel “universidad privada excelencia” y en este grupo se encuentre con un 21%.

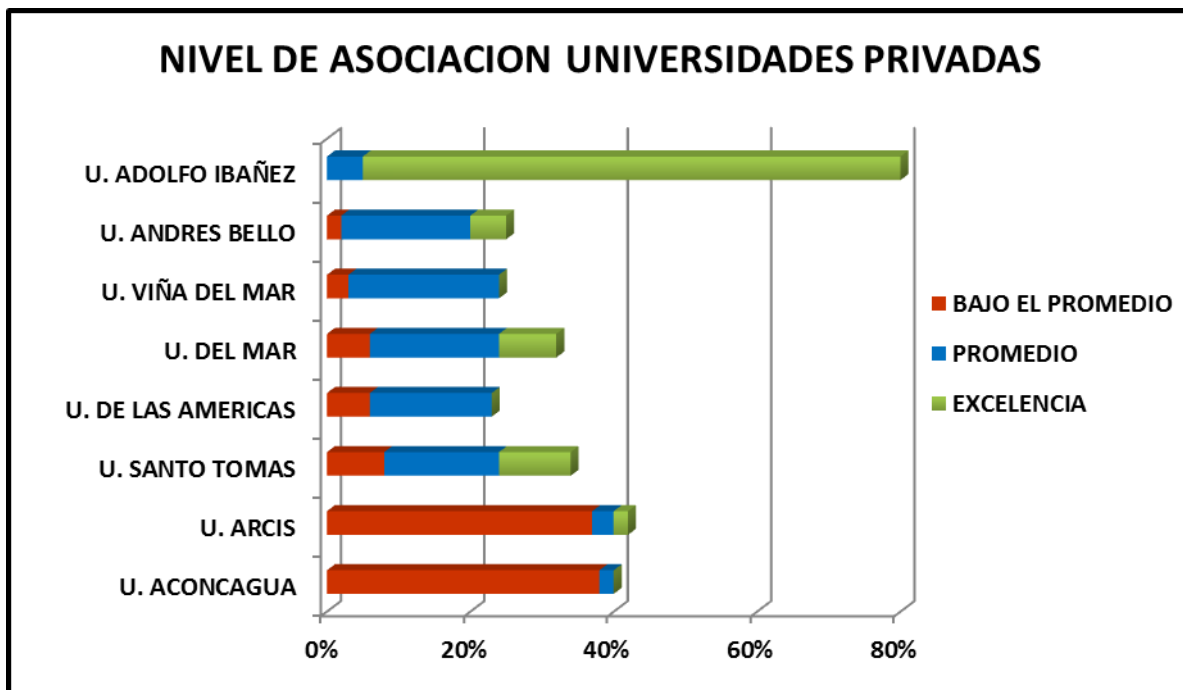
### 3.1.2.3. NIVEL 3



Las Universidades que fueron clasificadas como "Universidades Bajo el Promedio" fueron la Universidad Aconcagua y la Universidad Arcis , obteniendo ambas un porcentaje mayoritario y similar por sobre el 35%.

### 3.1.2.4. ANÁLISIS TOTAL DE NIVELES DE ASOCIACIÓN

El total de respuestas por universidad se agrupa en el siguiente gráfico:

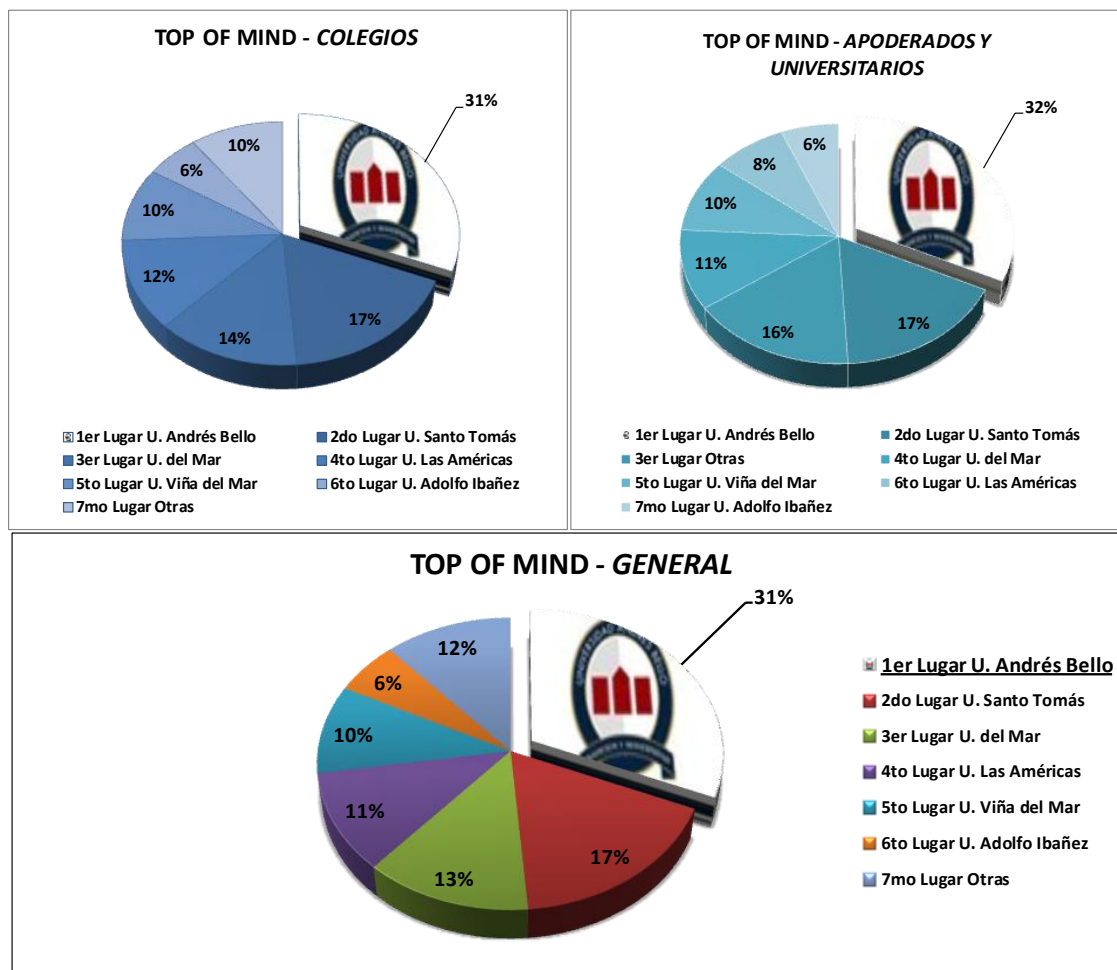


Podemos deducir entonces que la Universidad del Mar está dentro del grupo de Universidades Privadas "Promedio" y para efectos de este estudio, sólo será medida o comparada con otras cuatro instituciones que están dentro del mismo grupo dentro de la región, el siguiente cuadro resume lo anterior:

INSTITUCIÓN	NIVEL ASOCIADO	COMPARABLE CON U. DEL MAR	RAZÓN
Universidad Adolfo Ibáñez	Universidad Privada de "Excelencia"	NO	Única mayoría de "Excelencia"
Universidad del Mar Universidad Viña del Mar Universidad de las Américas Universidad Andrés Bello Universidad Santo Tomás	Universidades Privadas "Promedio"	SI	Porcentajes mayoritarios similares de "Promedio"
Universidad Aconcagua Universidad Arcis	Universidades Privadas "Bajo el Promedio"	NO	Porcentajes mayoritarios "Bajo el Promedio"

### 3.2. DEL CUESTIONARIO<sup>13</sup>

#### 3.2.1. DE LA PREGUNTA 1: ¿QUÉ UNIVERSIDADES PRIVADAS CONOCES?



La Universidad Andrés Bello fue la institución que lideró con un 31% general las respuestas espontáneas al nombrar una universidad privada. La UNAB es el Top of Mind en la V región, ya sea en el sujeto “Colegios” con un 31%, como en el sujeto “Apoderados y Universitarios” con un 32%.

<sup>13</sup> Cuestionario, ver Anexo N° 4.

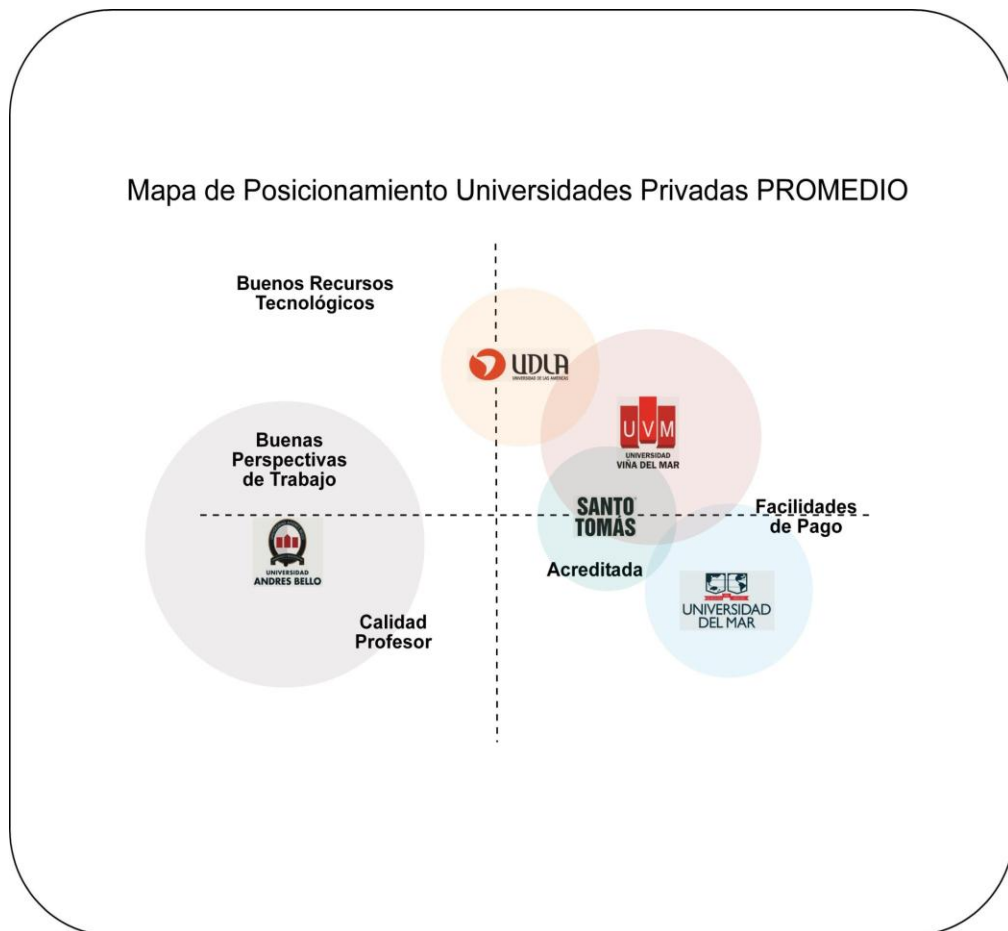
La segunda institución más nombrada en los dos sujetos de estudio fue la Universidad Santo Tomás, alcanzando un 17% en cada uno de ellos, obteniendo el mismo lugar y porcentaje a nivel general.

La Universidad del Mar, con un 13% obtuvo el tercer lugar de recordación a nivel general, posición que también obtiene a nivel de “Colegios”. No obstante, si especificamos en el sujeto de “Apoderados y Universitarios”, la Universidad del Mar obtiene el cuarto lugar con un 11%, siendo superado por el concepto “Otros” con un 16%, este último agrupa a otras instituciones nombradas y que no corresponden a Universidad Privada de la V región.

La institución que obtuvo el cuarto lugar de recordación en el sujeto “Colegios” fue la Universidad de las Américas con un 12%. A nivel de respuesta de “Apoderados y Universitarios” esta universidad obtiene el 6to lugar con un 8% y por último, a nivel general, la UDLA obtiene el cuarto lugar de recordación con un 11% quedando muy cerca la Universidad del Mar.

Pese a que la Universidad Adolfo Ibáñez fue calificada previamente en la encuesta de filtro como la única Universidad Privada de “Excelencia”, en la recordación de marca no destaca en los primeros lugares, obteniendo los siguientes resultados: a nivel “Colegios” tiene el 6to lugar, a nivel “Apoderados y Estudiantes” un séptimo lugar y finalizando, a nivel general obtuvo un sexto lugar con un 6% respectivamente.

### 3.2.2. DE LA PREGUNTA 2: ¿CUÁLES SON LOS ATRIBUTOS QUE ASOCIAS A ESTAS UNIVERSIDADES?



Fuente: Elaboración Propia<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Software Dyane 3.0, Programa estadístico para administración de datos, procesamiento y análisis y presentación de resultados con cuadros, Anexo 5. El radio de las esferas de colores que acompañan a cada universidad, representan la participación de mercado, en base al punto 1.4.3. Los cuadrantes no representan asociación positiva ni negativa, sólo forman parte de la representación gráfica en base a la asociación de atributos.

### **Interpretación Gráfica:**

Existe una dispersión de los atributos en torno a las marcas, como también, las marcas se dispersan. Lo cual indica que ninguna marca comparte el mismo atributo asociado.

Se puede observar que la marca UDLA, SANTO TOMAS y UVM se encuentran más cercanas entre sí, eso indica en un menor grado que las tres marcas son percibidas casi de igual manera y no tienen un posicionamiento definido, pero si poseen correlación con atributos.

Como se ve en el gráfico, a la derecha, se encuentran cuatro marcas UDLA, UVM, U Santo Tomás y U del Mar y sólo dos atributos, el “Facilidades de Pago, Crédito y Becas” y “Acreditada”. Eso indica de alguna forma que estos atributos se correlacionan con esas marcas.

El atributo “Acreditada” está compartido más con la marca Universidad Santo Tomás y U del Mar, aunque, le pertenece en mayor grado a la U Santo Tomás.

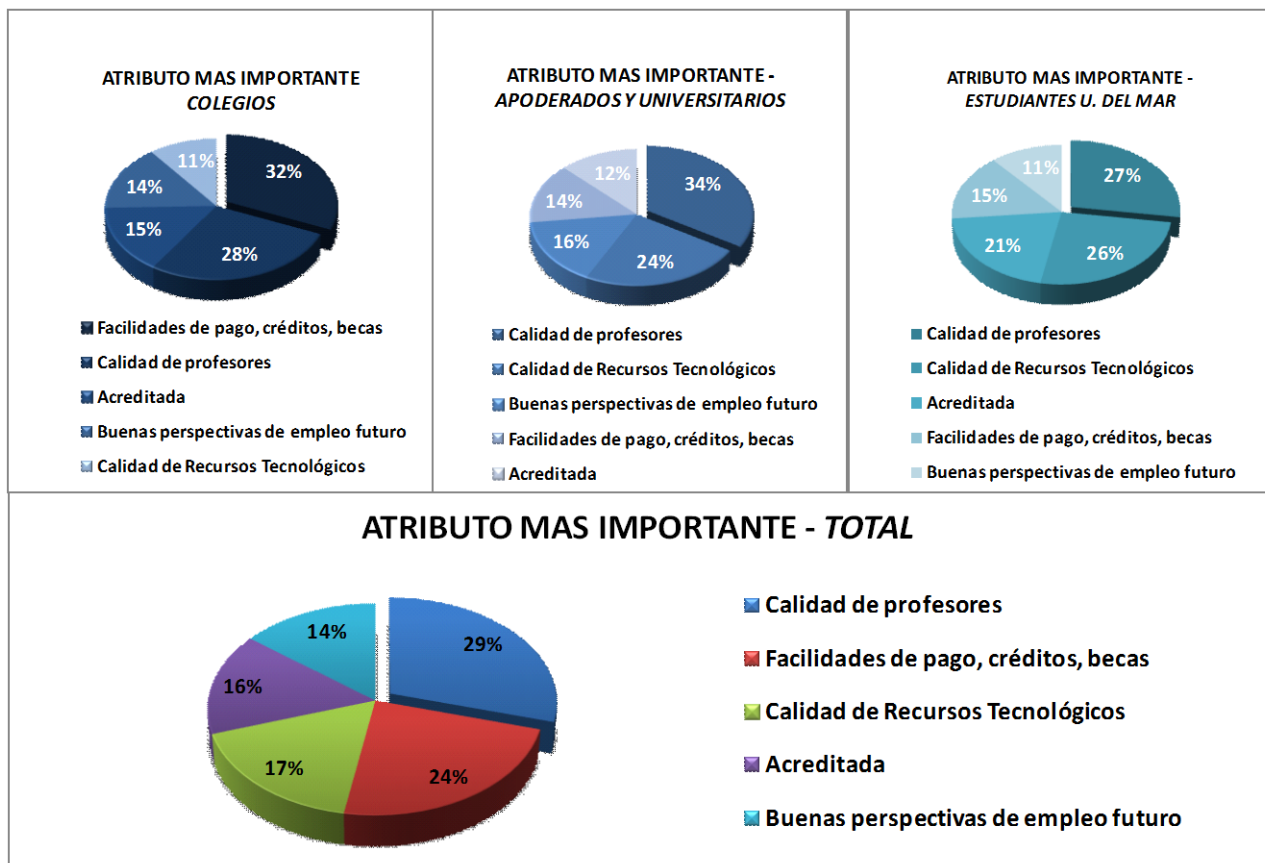
La Universidad del Mar es la que posee mayor correlación con el atributo “Facilidades de Pago, Crédito y Becas”. Éste a la vez se correlaciona, pero en un menor grado, con las marcas Universidad Sto. Tomás, Universidad Viña del Mar, ya que se encuentran más distantes, lo que indica que no fue muy valorada pero tienen correlación con el atributo.

El atributo “Buenos Recursos Tecnológicos”, no está correlacionado

fuertemente a alguna marca, pero es la más cercana a la marca Universidad de las Américas.

Como se ve en el gráfico a la izquierda, existen tres atributos y sólo una marca (Universidad Andrés Bello), lo que indica que esta universidad tiene una clara diferencia con las demás instituciones en cuanto a posicionamiento. En lo que se refiere a correlación de atributos, “Calidad de Docentes” y “Buenas Perspectivas Laborales”, se asocian en mayor grado a ésta, mientras que el atributo “Buenos Recursos Tecnológicos” se correlaciona pero en menor grado a la misma.

### 3.2.3. DE LA PREGUNTA 3: DE LOS ATRIBUTOS DE LA PREGUNTA N° 2, ¿CUÁL CONSIDERAS TÚ QUE ES EL MÁS IMPORTANTE?



La “Calidad de profesores” resultó ser el atributo más valorado en términos generales con un 29%, como también resultó serlo por los “Apoderados y Universitarios” con 34% y por los mismos estudiantes de la Universidad del Mar con un 27%. No obstante, a nivel de “Colegios” obtuvo un segundo lugar con un 28%.

El atributo “Facilidades de Pago, créditos y becas” obtuvo el segundo lugar a nivel general alcanzando el 24%, esto se debe a la primera posición que obtuvo en “colegios” con un 32%, sujeto de investigación al cual se le otorgó mayor

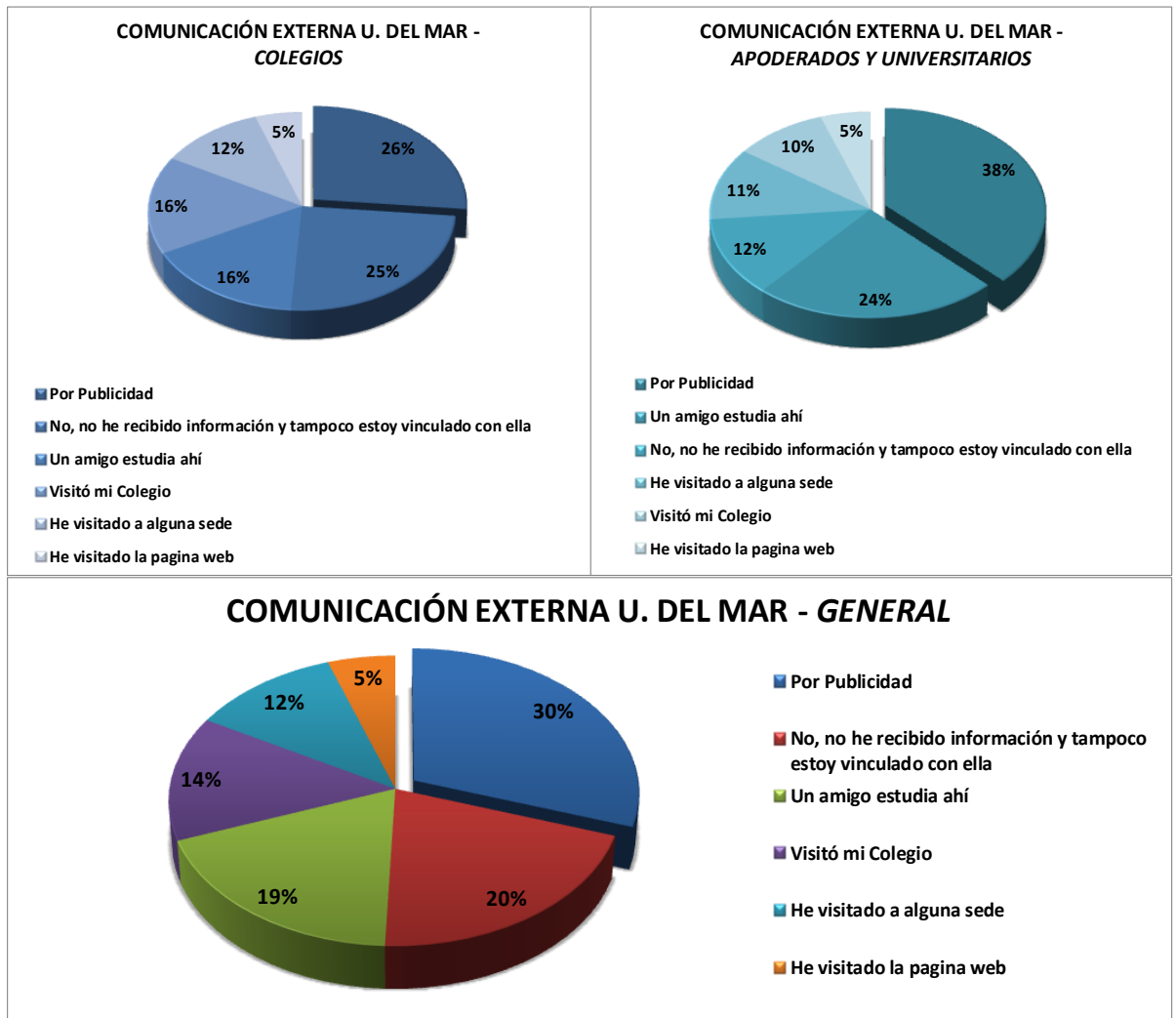
ponderación en el estudio. No obstante, los públicos “Apoderados y Universitarios” y “Estudiantes U del Mar” le otorgaron una menor importancia relegándola a un cuarto lugar con un 14% y 15% respectivamente.

“Calidad de Recursos Tecnológicos” se posicionó a nivel general en un tercer lugar con un 17% del total. Ya que, a nivel de sujetos de estudios individuales, obtuvo el segundo lugar tanto para “Apoderados y Universitarios” como para “Estudiantes U. Del Mar” con un 24% y 26% respectivamente, pero en el sujeto “Colegios” lo calificó como menos importante otorgándole el quinto lugar con un 11%.

El atributo “Acreditada” obtuvo el cuarto lugar a nivel general con un 16%. A nivel de sujeto individual en el grupo “Colegios” obtuvo el tercer lugar con un 15%, en “Estudiantes U. del Mar” también obtuvo un tercero con 21% y en cuanto a “Apoderados y Universitarios” un quinto lugar correspondiendo al 12%.

Por último, las “Buenas Perspectiva de Empleo Futuro” son las que fueron calificadas como menos importantes a nivel general con un 14%, misma posición que le otorgaron los “Estudiantes de la U. del Mar” con un 11% como grupo individual. Con respecto al sujeto de estudio “Apoderados y Universitarios” los calificaron a nivel de importancia como tercer lugar con un 16%, mientras que el grupo “Colegios” quedó en cuarto lugar de importancia con un 14%.

**3.2.4. DE LA PREGUNTA 4: ¿DE QUÉ MANERA HAS RECIBIDO INFORMACIÓN O TE HAS VINCULADO CON LA UNIVERSIDAD DEL MAR?**

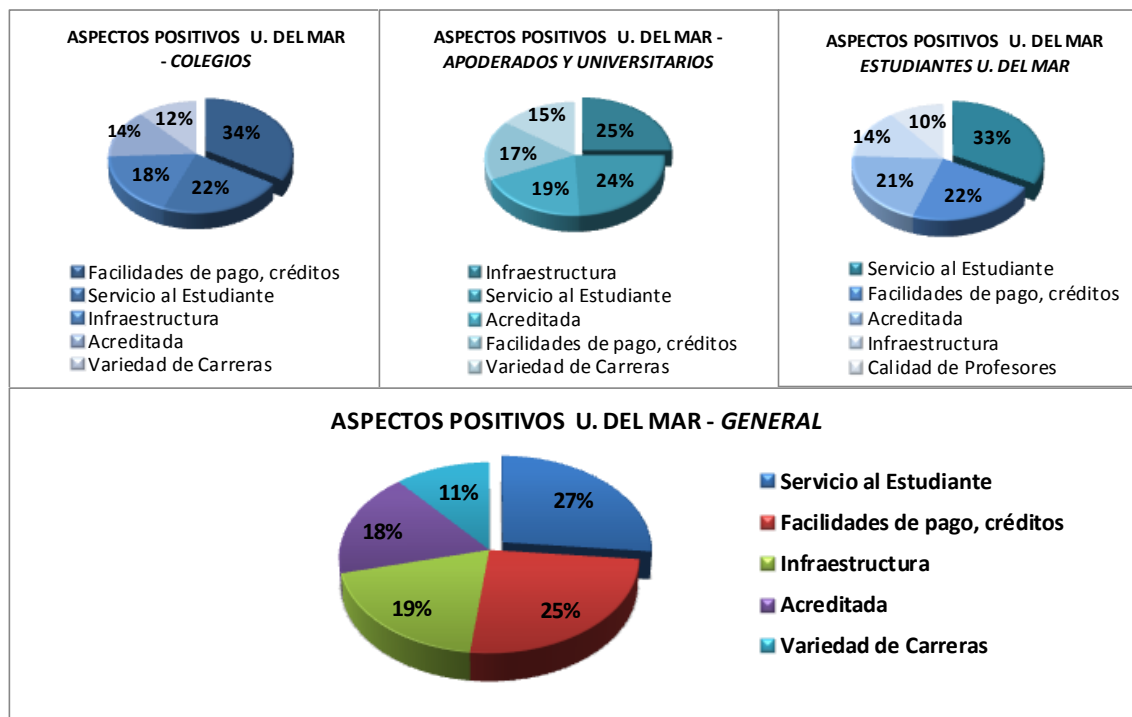


El principal canal de información por el cual las personas se han vinculado con la Universidad del Mar es gracias a la "Publicidad", logrando el 30% por sobre el total de resultados a nivel general, el 26% a nivel "Colegios" y 38% en "Apoderados y Universitarios". Sin embargo, cabe destacar que el segundo lugar a nivel general resultó ser el no haber recibido información ni tampoco estar vinculado con ella, hecho que contrasta a lo obtenido como primer lugar. Esto se

obtiene por el sujeto de estudio “Colegios”, el cual tiene una mayor ponderación en el estudio, otorgando el 25% de la respuesta sumado de un 12%. a nivel “Apoderados y Estudiantes” otorgándole el tercer lugar.

“Un amigo estudia ahí” que obtuvo el tercer lugar con un 19% a nivel general, en “Colegios” tercer lugar con un 16% y en “Apoderados y Universitarios” segundo lugar con un 24%. Finalmente, el hecho de que la Universidad haya visitado el colegio, o el encuestado haya visitado alguna sede o que el mismo haya visitado la página web institucional, son fuentes de vinculación de cuarto, quinto y sexto lugar de importancia a nivel general, obteniendo el 14%, 12% y 5% respectivamente.

### 3.2.5. DE LA PREGUNTA 5: ¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS POSITIVOS QUE TIENE PARA USTED LA UNIVERSIDAD DEL MAR?



El concepto *Servicio al Estudiante* resultó ser el aspecto positivo más valorado en general con un 27% agrupando respuestas tales como: “Acercamiento de buses”, “Servicio de Biblioteca”, “Áreas de Recreación”, “Cercanía con jefes de carrera y profesores”, entre otras. En cuanto al análisis individual por sujeto de investigación, los “Colegios” junto con los “Apoderados y Universitarios” clasificaron este concepto en un segundo lugar con un 22% y un 24% respectivamente. Mientras que los estudiantes de la Universidad del Mar, lo clasificaron como número uno con un 33% sobre todas sus respuestas.

El concepto *Facilidades de Pago*, créditos; que agrupa respuestas tales como:

“Dan becas”, “Dan crédito”, “Otorgan crédito propio”, “Dan facilidad para estudiar”, entre otros; obtuvo con un 25% el segundo lugar a nivel de respuestas general. Este concepto a nivel de “Colegios” fue valorado en el primer lugar con un 34%, a nivel “Apoderados y Universitarios” obtuvo el cuarto lugar con un 17% y en el sujeto de investigación “Estudiantes U del Mar” el concepto “Facilidades de Pago” logró el segundo lugar con un 22%.

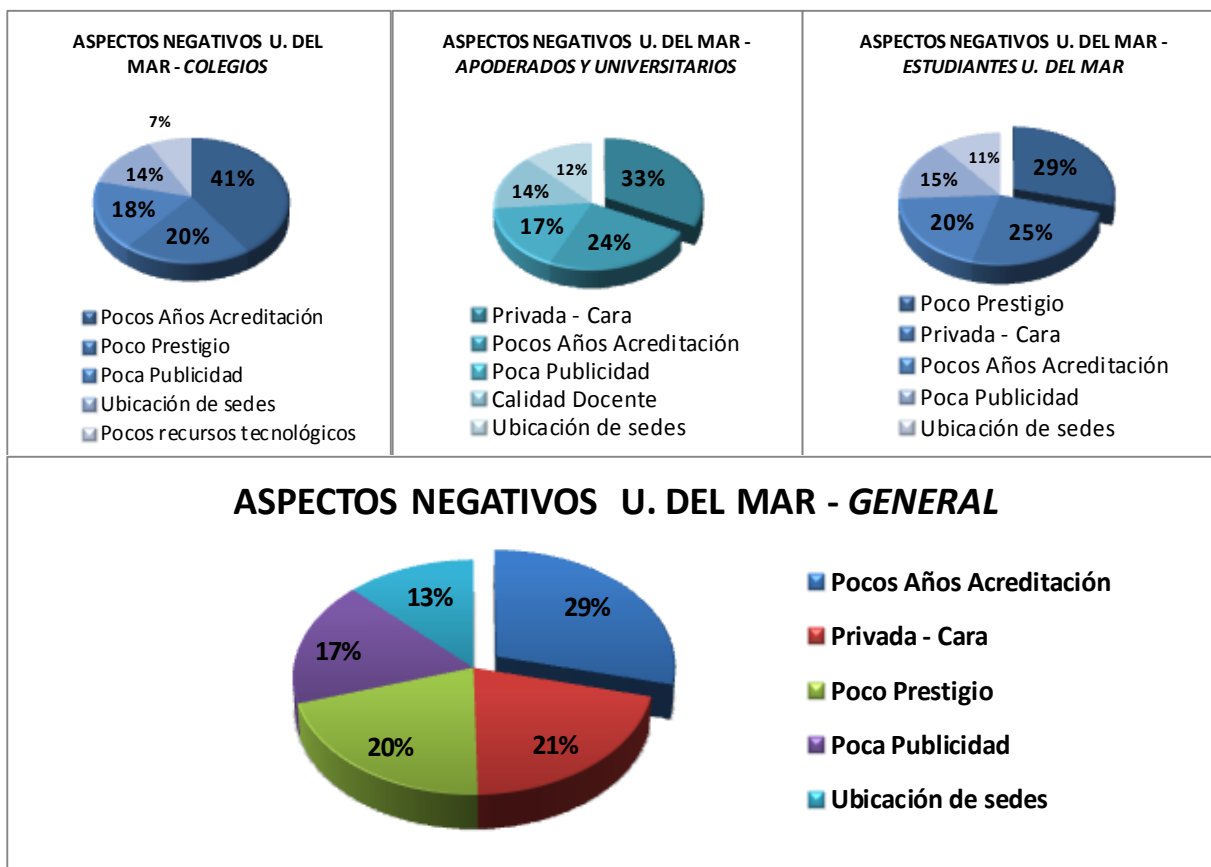
La *Infraestructura* agrupó conceptos tales como: “Edificios bien mantenidos”, “Nueva sede”, “Lugar para estudiar cómodo”, “Infraestructura moderna”, entre otros. Este concepto, a nivel general de respuestas, obtuvo el tercer lugar con un 19%. En el sujeto de estudio “Colegios” logró el tercer lugar con un 18%, en “Apoderados y Universitarios” el primero lugar con un 25% y por los “Estudiantes de la U del Mar” fue menos valorado relegándola al cuarto lugar con un 14%.

El cuarto lugar, a nivel general, lo obtuvo el concepto *Acreditada* con un 18%. Si analizamos de manera individual a cada grupo de investigación, el grupo “Colegios” también lo clasificó en cuarto lugar con un 14%, mientras que los grupos “Apoderados y Universitarios” y “Estudiantes de la Universidad del Mar” obtuvo el tercer lugar con un 19% y 21% respectivamente.

El concepto *Variedad de Carreras* fue clasificado, a nivel general como el quinto concepto más valorado como aspecto positivo con un 11%. Mismo lugar que los sujetos de investigación “Colegios” y “Apoderados y Universitarios” lograron con un 12% y 15% respectivamente. En cuanto al sujeto “Estudiantes de

la Universidad del Mar” ellos valoraron más al concepto *Calidad de Profesores* que tuvo el quinto lugar con un 10%.

### 3.2.6. DE LA PREGUNTA 6: ¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS NEGATIVOS QUE TIENE PARA USTED LA UNIVERSIDAD DEL MAR?



Si bien es cierto que la Universidad del Mar se encuentre acreditada, resultó ser valorado como un aspecto positivo en la pregunta anterior, el hecho que ésta posea sólo dos años de acreditación (concepto: Pocos Años de Acreditación), resulta ser el aspecto negativo de mayor importancia, logrando el primer lugar como aspecto negativo a nivel general con un 29%.

A nivel individual el grupo “Colegios” también estima que este concepto es el aspecto negativo más valorado, otorgándole el primer lugar con un 41%. El grupo “Apoderados y Universitarios” le otorgan el segundo lugar con un 24% y el grupo “Estudiantes U del Mar” le dan un tercer lugar con un 20%

El concepto *Privada-Cara* que agrupa respuestas como: “Cara”, “Universidad Privada cara”, “Altos aranceles”, “Lucro”, entre otras; fue valorada como el segundo aspecto negativo más importante con un 21%. Con respecto al grupo “Apoderados y Estudiantes” fue clasificada con un 33% en primer lugar, mientras que en el grupo “Estudiantes de la U del Mar” obtuvo un segundo lugar con un 25%. En cuanto al grupo “Colegios” el concepto resultó no ser valorado como aspecto negativo dentro de los más importantes.

El concepto *Poco Prestigio*; que agrupó respuestas tales como: “Mala organización”, “Poca seriedad”, “Mala Fama”, “Imagen mala”, “Poco Prestigio”, entre otras; obtuvo a nivel general el tercer lugar dentro de los aspectos negativos más importantes con un 20%. A nivel “Colegios” obtiene el segundo lugar con un 20% y en el grupo “Estudiantes de la Universidad del Mar” obtiene el primer lugar con un 29%. Cabe destacar que en el grupo “Apoderados y Estudiantes” resultó no ser valorado como aspecto negativo dentro de los más importantes.

El cuarto lugar a nivel general lo obtuvo *Poca Publicidad* con un 17%, concepto que agrupa las respuestas como: “Escasa Publicidad”, “Poca Difusión”, “Información escasa”, “Poca Publicidad”, entre otras. A nivel “Colegios” el

concepto obtiene el tercer lugar con un 18%, mismo lugar obtenido por los “Apoderados y Estudiantes” con un 17%. Para los “Estudiantes de la Universidad”, con un 15%, el concepto tiene un cuarto lugar de importancia como aspecto negativo.

La *Ubicación de Sedes* es la que obtiene un quinto lugar a nivel general con un 13%, agrupando respuestas como "Mala ubicación", "Muy lejos", "Mala locomoción para llegar", entre otras. En cuanto a los grupos “Apoderados y Estudiantes” y “Estudiantes Universidad del Mar” obtuvo el mismo lugar con un 12% y 11% respectivamente. Para el grupo “Colegios” el quinto lugar lo obtuvo el concepto *Pocos Recursos Tecnológicos* con un 7%, sobreponiéndose al concepto *Ubicación de Sedes* que resultó no ser valorado como aspecto negativo dentro de las más importantes.

## **CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **4.1. CONCLUSIONES**

El estudio logró determinar que existen cinco Universidades Privadas de la V región que son comparables con la Universidad del Mar, gráfica N° 3.1.2.2, estas son: Universidad Las Américas, Universidad Andrés Bello, Universidad Santo Tomás y la Universidad Viña del Mar. Así también, existieron otras instituciones no comparables con la Universidad del Mar, ya sea porque se encuentran percibidas por sobre o bajo el grupo en cuestión. Es el caso de la Universidad Adolfo Ibáñez que fue clasificada por sobre el promedio como se explica en la gráfica N° 3.1.2.1 y las Universidades Arcis y Aconcagua que fueron percibidas en un nivel inferior a éste, gráfica N° 3.1.2.3.

Así como se lograron clasificar las universidades comparables con la Universidad del Mar, también el estudio logró determinar cuáles factores y atributos son determinantes para la toma de decisión de dónde estudiar (gráfica N° 3.1.1) y, además, se logró ordenarlos en orden de importancia para esta decisión. El primero es el atributo de “Calidad de Profesores”, Seguido del atributo “Facilidades de pago como créditos internos y becas”, el tercer lugar lo obtuvo “Calidad de Recursos Tecnológicos”, la cuarta posición fue el factor que la Universidad se encuentre “Acreditada” y, finalmente, que posea “Buenas Perspectivas de Empleo Futuro” como el último lugar dentro de los factores determinantes para la decisión de compra., como lo argumenta la gráfica N° 3.2.3.

Los grupos de investigación determinaron que existen aspectos positivos relevantes asociados a la Universidad del Mar, gráfica N° 3.2.5. El más valorado fue el concepto *Servicio al Estudiante*, que agrupa respuestas asociadas a la cercanía que tienen los estudiantes con sus respectivos docentes y jefes de carrera, así también el fácil acceso y variedad de libros en bibliotecas que facilitan el estudio, también las áreas de esparcimiento y recreación con que los alumnos cuentan junto con los buses que la propia institución dispone para el acercamiento de sus estudiantes. El segundo aspecto más valorado fue *Facilidades de Pago, créditos*, vinculando el hecho que existe una variedad de becas y créditos para facilitar el pago de aranceles durante su periodo de estudio. Como tercera ubicación en cuanto a aspectos positivos de la Universidad del Mar fue la *Infraestructura*, donde se destaca la modernidad de sus edificios, buena mantención y cómodos para sus estudiantes. El cuarto aspecto positivo valorado de la Universidad es el hecho de que se encuentre Acreditada, mientras que el quinto aspecto más valorado recae en la Variedad de Carreras que posee la Universidad del Mar.

Si bien es cierto que la Universidad del Mar se encuentra Acreditada y esto mismo resulta ser uno de los aspectos positivos más valorados, el hecho de que ésta posea sólo dos años de acreditación es considerado como el mayor aspecto negativo asociado a la institución. Por otro lado, los grupos de investigación perciben a la institución de educación como una Universidad de “Privada - Cara”

asociando a éste concepto como el segundo aspecto negativo que más les preocupa y critican (gráfica N° 3.2.6). El tercer aspecto negativo es que la Universidad sea calificada a nivel general como una institución de “Poco Prestigio”, calificación que conforma respuestas como: “Mala Organización”; “Poca Seriedad”; “Mala Fama”; “Imagen Mala”, entre otras. Seguido del *Poco Prestigio* fue calificado el concepto *Poca Publicidad* asociando la poca información proporcionada a la comunidad y las escasas acciones de marketing con que esta cuenta, como ferias laborales, ferias educacionales o visitas a colegios. Por último el quinto aspecto negativo más importante asociado a la Universidad del Mar es *Ubicación de Sedes*, entendiéndose por respuestas asociadas a la lejanía que tiene el estudiante con su casa de estudio, como también el gasto en transporte público para llegar.

La “Publicidad” que la Universidad en estudio ha desarrollado en los últimos años a través de la vía pública, radio, televisión privada y medios escritos, en la V región, es la principal fuente o canal de información con un 30% reconocido por los encuestados a través de la cual se ha dado a conocer la institución. Sin embargo, la segunda mayoría a nivel general reconoce que “no ha tenido contacto alguno con la universidad ni ha recibido información de ésta”, ver gráfica 3.2.4. Sobrepasando y, por lo tanto, casi anulando, las respuestas que obtuvieron menores resultados tales como: “visitó mi colegio”, “Un amigo estudia ahí”, “He visitado alguna sede” y por último, “He visitado la página web”.

El estudio arrojó resultados que permitieron realizar un análisis de la situación de la Institución tanto interno como a nivel externo, específicamente el análisis FODA, obteniendo las siguientes **F**ortalezas, **O**portunidades, **D**ebilidades y **A**menazas, respectivamente:

**F** El atributo “Acreditada”, a pesar de que se asocia principalmente a la Universidad Santo Tomás, se asocia a la marca Universidad del Mar por sobre las marcas restantes.

**F** La Universidad del Mar es percibida como una Universidad que otorga a sus estudiantes “facilidades de pago mediante créditos y becas”, atributo con el cual se asocia principalmente la institución y por sobre todas las otras Universidades y, además, es el primer atributo a nivel de importancia para la los alumnos de cuarto medio (gráfica 3.2.3)

**O** Las marcas UVM y UDLA, son las que poseen menor correlación con los atributos existentes, lo cual presenta una mayor oportunidad a la UDM para penetrar mercado en esas marcas.

**O** Existe un atributo por el cual la marca Universidad del Mar puede luchar para obtenerlo, ya que ninguna marca es asociada principalmente con él: “Buenos Recursos Tecnológicos”. Además, este atributo es el tercero más valorado en la decisión de compra.

**D** La Acreditación es de carácter temporal, finalizando la de la Universidad del Mar el año 2012.

**D** La Universidad del Mar presenta baja participación de mercado, con un 13% y la tendencia de la matrícula ha ido decayendo durante los últimos años, a pesar que la competencia directa presenta lo contrario.

**A** La marca Universidad Andrés Bello cuenta con la asociación directa del atributo “Calidad Docente”, que es el más valorado por la V región al momento de seleccionar una Universidad y el segundo más valorado por los alumnos de cuarto medio (gráfica 3.2.3.)

**A** Durante el año 2011 se ha presentado una fuerte crisis relacionada al conflicto estudiantil, lo cual está trascendiendo a las instituciones privadas.

A nivel de recordación regional, mediante respuesta espontánea, la Universidad del Mar obtiene la tercera ubicación, la misma posición que le otorgaron los alumnos de cuartos medios. Por otro lado, los apoderados y estudiantes la recuerdan en un cuarto lugar. La institución es superada por la Universidad Santo Tomás y la Universidad Andrés Bello, segundo y primer lugar respectivamente, gráfica 3.2.1. Cabe destacar que la Universidad Andrés Bello resulta líder predominante en ambos grupos y por ende a nivel general, superando casi en un 100% al segundo lugar. Las instituciones que se sitúan por debajo del nivel de recordación a la U. del Mar y que le siguen muy de cerca porcentualmente son la Universidad de la Américas y la Universidad Viña del Mar.

## **4.2.RECOMENDACIONES**

### **4.2.1. CONSIDERACIONES**

Se debe tener presente que a Diciembre del 2012, el contexto que vive la Universidad del Mar es completamente diferente al que ocurría en la época<sup>15</sup> en que se desarrolló el estudio en cuestión. Los parámetros de la investigación se basaron en el normal funcionamiento de la Universidad y, junto con ello, se comparó la marca con las demás instituciones educaciones privadas que fueron clasificadas como competencia directa de la Universidad del Mar, formando parte integral de la investigación.

La crisis actual llegará a un final en donde la institución, y por ende la marca, tendrá una percepción totalmente diferente a la del momento en que se realizó la investigación. Esta percepción diferente se basa en la crisis actual, que tiene su origen en la denuncia realizada por el ex rector Raúl Urrutia acusando presiones y desvíos de dineros a través de inmobiliarias y el no pago de sueldos<sup>16</sup> , denuncias que generaron la inmediata reacción del Ministerio de Educación y el pronunciamiento del ministro de la cartera Harald Beyer<sup>17</sup>. Estos hechos no hacen más que afectar de manera negativa la percepción que se tiene de la Universidad

---

<sup>15</sup> Planteamiento del Problema, Página 2, Delimitaciones del estudio.

<sup>16</sup> Carta Renuncia Ex Rector Raúl Urrutia, fuente [www.ciperchile.cl](http://www.ciperchile.cl), Anexo 6.

<sup>17</sup> Pronunciamiento Ministro Beyer U. del Mar, fuente [www.latercera.com](http://www.latercera.com), Anexo 7.

del Mar, a su vez y conforme pasa el tiempo, salen a la luz pública nuevos antecedentes que acrecientan lo anterior, hechos tales como que se conociera que la jefa de carrera de enfermería ejerciera ilegalmente la profesión con un título falsificado como también la formalización por soborno del ex rector Héctor Zúñiga.

Tomando en consideración estos acontecimientos y hechos que se suscitan es posible nombrar distintos escenarios que pueden darse al finalizar la investigación que lleva en curso el ministerio de educación, los posibles escenarios son:

- a) El cierre abrupto de la Universidad: en este caso no existirá ninguna necesidad de comunicación debido a que la institución desaparecerá.
- b) Que el estado intervenga y la institución se transforme en estatal: los parámetros van a variar debido a los valores que se sumarán y restarán por ser el estado el nuevo aval de la marca.
- c) Que la Universidad del Mar sea adquirida por otro ente privado y mantenga la marca: en este caso, dependiendo del nombre de la institución, igualmente existirán nuevos valores que sumen y resten a la marca Universidad del Mar.
- d) Que la Universidad del Mar sea adquirida por otro ente privado y la marca desaparezca: Al igual que el primer escenario no existirá necesidad de comunicación dado la marca como tal no existirá.

Debido a la crisis ya mencionada y por la cual atraviesa la Universidad, tanto en estas cuatro posibilidades como cualquier otro escenario, se puede prever que los valores para la marca Universidad del Mar que se detectaron en esta investigación realizada en el 2011, han sufrido modificaciones con respecto a su percepción y, por lo tanto, han llevado a la marca a otro nivel de posicionamiento.

#### **4.2.2. OBJETIVIDAD DE LA RECOMENDACIÓN**

Ya que ninguno de los nuevos escenarios que podemos prever al día de hoy se consideró en la investigación, toda recomendación de comunicación debe considerar nueva información basada en los siguientes parámetros:

- a) Estatal o Privada: Culminada la crisis, se debe contar con la definición de la forma en que operará la Universidad a futuro.
- b) Producto Educativo: Culminada la crisis, se necesitan los parámetros de la administración académica. Que esté definido lo que va a ofrecer la marca.
- c) Propiedad de la Marca: Definición concreta de la marca, si la Universidad del Mar será la parte principal o si va a tener el apellido o aval de una segunda marca, o si va a ser ex U. del Mar.

A partir de estas definiciones se está capacitado para realizar una nueva investigación que permita identificar los nuevos valores, atributos y oportunidades para realizar una campaña de lanzamiento o bien relanzamiento.

#### **4.2.3. SUGERENCIAS**

Realizar un nuevo estudio de imagen y posicionamiento al término del nuevo escenario que enfrente la institución. Y, a partir de esta nueva investigación, comparar ambos escenarios con el fin de mejorar y potenciar la imagen que en ese contexto se estudie.

Esta nueva investigación debiese también considerar nuevos parámetros e investigar los cambios que las otras Universidades privadas junto con sus entes reguladores han sufrido con respecto a su imagen, considerando al presente estudio como base de comparación.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ministerio de Educación (MINEDUC) <<http://www.mineduc.cl/>> [Consultado: Año 2011]
- Instituto Nacional de Estadísticas (INE), Resultados Población Censo 2002 <<http://www.ine.cl/>> [Consultado: Año 2012]
- TROUT, Jack et al. Posicionamiento la batalla por su mente. Mc Graw Hill. 2006.p.5
- KOTLER, Philip et al. Fundamentos de Marketing. Prentice Hall. 2003. p.260
- STANTON, William J et al. Fundamentos de Marketing. Mc Graw Hill 2007. p.163
- FERNANDEZ V, Ricardo. Manual para elaborar un plan de Mercadotecnia. p.177
- Resultados Sistema de Medición de Calidad de la Educación 2010 (SIMCE) <<http://www.simce.cl/>> [Consultado: Año 2012]

- Centro de Investigación periodística (CIPER)  
<<http://ciperchile.cl/2012/05/31/universidad-del-mar-renuncia-del-rector-deja-en-evidencia-como-opera-el-lucro-en-la-educacion-superior/>> [Consultado: Diciembre 2012]
  
- Diario la Tercera < <http://www.latercera.com/noticia/educacion/2012/10/657-490957-9-ministro-beyer-confirma-envio-de-oficio-al-cned-para-cierre-de-u-del-mar.shtml> [Consultado: Año 2012]

## ANEXOS

### ANEXO N°1

Estudios comparativos de universidades realizados en los últimos años



RANKING DE PERCEPCIÓN DE CALIDAD DEL MERCADO LABORAL:

## *La opinión de las empresas con más de 200 trabajadores*



*De izquierda a derecha: Patricia Derosa, vicerrectora de Asuntos Económicos y Administrativos; Luz Márquez, vicerrectora de Comunicaciones y Relación Comunitaria; Guillermo Marshall, prorector; Roberto González, vicerrector Académico; Juan Larrán, vicerrector de Investigación. Al centro: Ignacio Sánchez, rector.*

### **[ 1 ]** PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

*Ranking 2009: 1 // Nivel de conocimiento: 86%  
Promedio de calidad: 6,44*

FUNDACIÓN: 1868

RECTOR: IGNACIO SÁNCHEZ

SEDES: SANTIAGO / VILLARRICA

Nº DE MATRICULADOS

(PREGRADO Y POSGRADO): 23.517

OFERTA ACADÉMICA 2010: 88 CARRERAS

DE PREGRADO, 26 DOCTORADOS, 88

MAGÍSTER Y 17 ESPECIALIDADES MÉDICAS.

ÁREAS DE CONOCIMIENTO: ADMINISTRACIÓN Y COMERCIO, ARTE Y ARQUITECTURA, CIENCIAS, CIENCIAS SOCIALES, DERECHO, EDUCACIÓN, HUMANIDADES, RECURSOS NATURALES, SALUD Y TECNOLOGÍA.

AÑOS ACREDITADOS POR CNA: SIETE  
PUNTAJE PROMEDIO PSU DE LOS ALUMNOS MATRICULADOS EN 2010: 781,07



## [2] UNIVERSIDAD DE CHILE

Ranking 2009: 2 // Nivel de conocimiento: 86%  
Promedio de calidad: 6,39

FUNDACIÓN: 1842  
RECTOR: VÍCTOR PÉREZ  
SEDE: SANTIAGO  
Nº DE MATRICULADOS  
(PREGRADO Y POSGRADO): 82.297  
OFERTA ACADÉMICA 2011: 89 CARRERAS  
DE PREGRADO, 37 DOCTORADOS, 121  
MAGÍSTER / ESPECIALIDADES MÉDICAS: NO  
INFORMADAS.

ÁREAS DE CONOCIMIENTO: ADMINIS-  
TRACIÓN Y COMERCIO, ARTE Y ARQUI-  
TECTURA, CIENCIAS, CIENCIAS SOCIA-  
LES, DERECHO, EDUCACIÓN, HUMANI-  
DADES, RECURSOS NATURALES, SALUD  
Y TECNOLOGÍA.  
AÑOS ACREDITADOS POR CNA: SIETE  
PUNTAJE PROMEDIO PSU DE LOS ALUM-  
NOS MATRICULADOS EN 2011: 699

*De izquierda a derecha: Luis Ajala,  
vicerrector de Asuntos  
Económicos y Gestión  
Institucional; Miguel O'Ryan,  
vicerrector de Investigación y  
Desarrollo; Rosa Deris,  
Prorectora; Susa Montecino,  
vicerrectora de Extensión y  
Comunicaciones; Patricio  
Acuña, vicerrector de  
Asuntos Académicos.  
Al centro Víctor Pérez, rector*



## [ 3 ] UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

*Ranking 2009: 3 // Nivel de conocimiento: 68%  
Promedio de calidad: 5,77*

FUNDACIÓN: 1926  
RECTOR: JOSÉ RODRÍGUEZ  
SEDES: VALPARAÍSO / VIÑA DEL MAR /  
SANTIAGO / CONCEPCIÓN  
Nº DE MATRICULADOS  
(PREGRADO Y POSGRADO): 10.138  
OFERTA ACADÉMICA 2009: 34 CARRERAS DE  
PREGRADO, 5 DOCTORADOS Y 10 MAGÍSTER.  
ÁREAS DE CONOCIMIENTO: ADMINIS-  
TRACIÓN Y COMERCIO, ARTE Y ARQUI-  
TECTURA, CIENCIAS Y TECNOLOGÍA.  
AÑOS ACREDITADOS POR CNA: SEIS  
PUNTAJE PROMEDIO PSU DE LOS ALUM-  
NOS MATRICULADOS EN 2009: 476,98

De izquierda a derecha: Claudio Trecco, vicerrector de Asesoría Económica y Administrativa; Patricia Vargas, vicerrectora Académica; y José Rodríguez, rector.

## [ 4 ] UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

*Ranking 2009: 4 // Nivel de conocimiento: 64%  
Promedio de calidad: 5,62*

FUNDACIÓN: 1990  
RECTOR: ANDRÉS BENÍTEZ  
SEDES: SANTIAGO / VIÑA DEL MAR  
Nº DE MATRICULADOS  
(PREGRADO Y POSGRADO): 8.847  
OFERTA ACADÉMICA 2009: 16 CARRERAS DE  
PREGRADO, 1 DOCTORADO Y 20 MAGÍSTER.  
ÁREAS DE CONOCIMIENTO: ADMINIS-  
TRACIÓN Y COMERCIO, CIENCIAS  
SOCIALES, DERECHO, HUMANIDADES Y  
TECNOLOGÍA.  
AÑOS ACREDITADOS POR CNA: SEIS  
PUNTAJE PROMEDIO PSU DE LOS ALUM-  
NOS MATRICULADOS EN 2009: 453

De izquierda a derecha: Alfonso Gómez, decano Escuela de Negocios; Lucía Santa Cruz, decana de Artes Liberales; Alejandro Jordán, decano Facultad de Ingeniería y Ciencias. Al centro: Andrés Benítez, rector.



## [ 5 ] UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE

*Ranking 2009: 6 // Nivel de conocimiento: 71%  
Promedio de calidad: 5,51*

FUNDACIÓN: 1849  
RECTOR: JUAN MANUEL ZOLEZZI  
SEDE: SANTIAGO  
Nº DE MATRICULADOS  
(PREGRADO Y POSGRADO): 18.224  
OFERTA ACADÉMICA 2010: 59 CARRERAS  
DE PREGRADO, 14 DOCTORADOS, 27  
MAGÍSTER Y 14 ESPECIALIDADES MÉDICAS.

ÁREAS DE CONOCIMIENTO: ADMINIS-  
TRACIÓN Y COMERCIO, ARTE Y ARQUI-  
TECTURA, CIENCIAS, CIENCIAS SOCIALES,  
EDUCACIÓN, HUMANIDADES, RECURSOS  
NATURALES, SALUD Y TECNOLOGÍA.  
AÑOS ACREDITADOS POR CNA: 515  
PUNTAJE PROMEDIO PSU DE LOS ALUM-  
NOS MATRICULADOS EN 2010: 819

*De izquierda a derecha: Pedro Pablo Kuczynski, presidente; Fernando Kón, vicerrector  
Académico, y Mauricio Escobar, vicerrector de Investigación y Desarrollo.  
Abre el libro Juan Manuel Zolezzi, rector.*



*Sergio Lavandoy, rector.*

## [ 6 ] UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN\*

*Ranking 2009: 5 // Nivel de conocimiento: 59%  
Promedio de calidad: 5,40*

FUNDACIÓN: 1919  
RECTOR: SERGIO LAVANDUY  
SEDES: CONCEPCIÓN / CHILLÁN /  
LOS ÁNGELES.  
Nº DE MATRICULADOS  
(PREGRADO Y POSGRADO): N/A  
OFERTA ACADÉMICA 2010: N/A  
ÁREAS DE CONOCIMIENTO:

ADMINISTRACIÓN Y COMERCIO, AGRO-  
PECUARIA, ARTE Y ARQUITECTURA,  
CIENCIAS SOCIALES, DERECHO,  
EDUCACIÓN, HUMANIDADES, SALUD  
Y TECNOLOGÍA.  
AÑOS ACREDITADOS POR CNA: 585  
PUNTAJE PROMEDIO PSU DE LOS  
ALUMNOS MATRICULADOS EN 2010: 54

*\* Información obtenida de Índice 2011 CNA y de la página web de la universidad*



De izq. a derecha: Fernando Castillo, prosecretario; Fabiola Cabrera, directora gral. de Vinculación con el Medio; Claudio Elórtegui, rector; y Alex Paz, director gral. de Asuntos Económicos y Administrativos.

## [ 7 ] PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO

**Ranking 2009: 7 // Nivel de conocimiento: 59%**  
**Promedio de calidad: 5,37**

FUNDACIÓN: 1924

RECTOR: CLAUDIO ELÓRTEGUI

SEDES: VALPARAÍSO / VIÑA DEL MAR /  
QUILPUÉ / QUILLOTA.

Nº DE MATRICULADOS

(PREGRADO Y POSGRADO): 14.157

OFERTA ACADÉMICA 2010: 63 CARRERAS DE

PREGRADO, 10 DOCTORADOS Y 27 MAGÍSTER.

ÁREAS DE CONOCIMIENTO: ADMINISTRACIÓN Y COMERCIO, ARTE Y ARQUITECTURA, CIENCIAS, CIENCIAS SOCIALES, DERECHO, EDUCACIÓN, HUMANIDADES, RECURSOS NATURALES, SALUD Y TECNOLOGÍA.  
AÑOS ACREDITADOS POR CNA: SEIS  
PUNTAJE PROMEDIO PSU DE LOS ALUMNOS MATRICULADOS EN 2010: 616,3

## [ 8 ] UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES

**Ranking 2009: 8 // Nivel de conocimiento: 61%**  
**Promedio de calidad: 5,15**

FUNDACIÓN: 1962

RECTOR: CARLOS PEÑA

SEDE: SANTIAGO

Nº DE MATRICULADOS

(PREGRADO Y POSGRADO): 13.010

OFERTA ACADÉMICA 2010: 32 CARRERAS

DE PREGRADO Y 20 MAGÍSTER.

ÁREAS DE CONOCIMIENTO: ADMINIS-

TRACIÓN Y COMERCIO, ARTE Y ARQUITECTURA, CIENCIAS, CIENCIAS SOCIALES, DERECHO, EDUCACIÓN, HUMANIDADES, SALUD Y TECNOLOGÍA.

AÑOS ACREDITADOS POR CNA: CINCO

PUNTAJE PROMEDIO PSU DE LOS

ALUMNOS MATRICULADOS EN 2010: 613



De izq. a derecha: José Joaquín Brunner, consejero; Carlos Peña, rector; Juan Pablo Illanes, consejero; y Cristóbal Marín, vicerrector Académico.

## [9] UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO

**Ranking 2009: 11 // Nivel de conocimiento: 56%  
Promedio de calidad: 5,00**

FUNDACIÓN: 1988

RECTOR: ROLANDO KELLY

SEDES: SANTIAGO / VIÑA DEL MAR / CONCEPCIÓN.

Nº DE MATRICULADOS

(PREGRADO Y POSGRADO): 36.745

OFERTA ACADÉMICA 2010: 61 CARRERAS DE PREGRADO, 7 DOCTORADOS, 34 MAGÍSTER, 3 ESPECIALIDADES MÉDICAS Y UNA

ODONTOLÓGICA.

ÁREAS DE CONOCIMIENTO: ADMINISTRACIÓN Y COMERCIO, ARTE Y ARQUITECTURA, CIENCIAS, CIENCIAS SOCIALES, DERECHO, EDUCACIÓN, HUMANIDADES, RECURSOS NATURALES, SALUD Y TECNOLOGÍA.

AÑOS ACREDITADOS POR CNA: CINCO  
PUNTAJE PROMEDIO PSU DE LOS ALUMNOS MATRICULADOS EN 2010: 568



*De izquierda a derecha: Andrés Bernasconi, vicerrector Académico; Eusebio González, vicerrector de Aseguramiento de la Calidad; Jorge Iñel, prorector. Al centro: Rolando Kelly, rector.*



## [10] UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

**Ranking 2009: 9 // Nivel de conocimiento: 49%  
Promedio de calidad: 4,90**

FUNDACIÓN: 1990

RECTOR: ERNESTO SILVA

SEDE: SANTIAGO

Nº DE MATRICULADOS

(PREGRADO Y POSGRADO): 8.628

OFERTA ACADÉMICA 2010: 23 CARRERAS DE PREGRADO, 34 MAGÍSTER, 10 ESPECIALIDADES MÉDICAS Y 8 ODONTOLÓGICAS.

ÁREAS DE CONOCIMIENTO: ADMINISTRACIÓN Y COMERCIO, ARTE Y ARQUITECTURA, CIENCIAS SOCIALES, DERECHO, EDUCACIÓN, SALUD Y TECNOLOGÍA.

AÑOS ACREDITADOS POR CNA: CINCO  
PUNTAJE PROMEDIO PSU DE LOS ALUMNOS MATRICULADOS EN 2010, EN LA SEDE DE SANTIAGO: 629

*De izquierda a derecha: Federico Viallé, prorector; Alejandra Amenabar, decana de Diseño; y Rodrigo Fernández, vicerrector de Pregrado de Santiago. Al centro: Ernesto Silva, rector.*

## RANKING DE PERCEPCIÓN DE CALIDAD DEL MERCADO LABORAL: LA OPINIÓN DE LAS EMPRESAS CON MÁS DE 200 TRABAJADORES

# De la 11 a la 58

UNIVERSIDAD	PROMEDIO DE CALIDAD '10	RK '09	MOVIMIENTO '09 a '10	AÑO DE FUNDACIÓN	RECTOR	MATRÍCULA TOTAL	Nº DE CARRERAS PREGRADO
11 U. DE VALPARAÍSO	4,86	12	1	1981	ALDO VALLE	16.753	41
U. MAYOR	4,82	14	2	1988	RUBÉN COVARRUBIAS	17.171	54
18 U. DE LOS ANDES	4,78	10	-3	1989	ORLANDO POBLETE	6.302	20
U. AUSTRAL DE CHILE	4,76	12	-2	1964	VÍCTOR CUBILLOS	12.068	44
15 U. DE TALCA	4,69	15	0	1981	ÁLVARO ROJAS	8.514	21
U. CENTRAL DE CHILE	4,67	15	-1	1982	LUIS LUCERO	10.258	30
17 U. GABRIELA MISTRAL	4,61	17	0	1981	ALICIA BOMO	2.884	25
U. DEL BÍO-BÍO	4,59	26	8	1947	HÉCTOR GAETE	12.978	33
19 U. TECNOLÓGICA METROPOLITANA	4,58	25	6	1993	LUIS PINTO	8.608	60
U. CATÓLICA DEL NORTE	4,56	20	0	1956	MISAEEL CAMUS	9.306	38
20 U. SANTO TOMÁS	4,56	23	1	1988	JAIME VATTER	24.915	29
U. DE ARTES CIENCIAS Y COMUNICACIÓN, UNIACC	4,51	18	-4	1990	JUAN ENRIQUE FROEMEL	4.716	13
23 U. DE LA FRONTERA	4,48	19	-4	1981	SERGIO BRAVO	8.728	37
U. ALBERTO HURTADO	4,47	22	-2	1997	FERNANDO MONTES S.L	4.598	21
24 U. FINIS TERRAE	4,47	24	0	1988	NICOLÁS CUBILLOS	3.826	39
U. CATÓLICA DE TEMUCO	4,46	22	-4	1959	ALBERTO VÁSQUEZ	6.698	34
27 U. CATÓLICA DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN	4,45	26	-1	1991	JUAN MIGUEL CANCEINO	7.254	26
U. CATÓLICA DEL MAULE	4,41	28	0	1991	JOSÉ ANTONIO VALDIVIESO	6.538	22
29 U. CATÓLICA SIEVA HENRÍQUEZ	4,40	29	0	1992	FRANCESCO JAVIER GIL	5.131	21
U. DE ANTOFAGASTA	4,36	29	-1	1981	LUIS ALBERTO LOYOLA	6.408	43
31 U. SAN SEBASTIÁN	4,33	32	-1	1989	RICARDO RIESCO	20.104	45
U. DE PLAYA ANCHA DE CIENCIAS DE LA ED.	4,32	34	-2	1948	PATRICIO SANHUEZA	8.280	46
33 U. DE VIÑA DEL MAR	4,28	33	0	1988	JULIO CASTRO	7.501	32
U. DE LA SERENA	4,27	29	-5	1981	NIBALDO AVILÉS	7.611	36
35 U. DE LOS LAGOS	4,26	35	0	1993	ÓSCAR GARRIDO	3.841	24
U. METROPOLITANA DE CS. DE LA EDUCACIÓN -UMCE	4,25	35	-1	1985	JAIME ESPINOSA	5.512	21
37 U. DE TARAPACÁ	4,22	40	-3	1981	EMILIO RODRÍGUEZ	8.833	56
U. ARTURO PRAT	4,21	37	1	1984	GUSTAVO SOTO	4.404	29
39 U. DE LAS AMÉRICAS	4,20	37	-2	1988	JOSÉ PEDRO UNCURRAGA	N.D.	N.D.
U. DEL PACÍFICO	4,17	39	-1	1990	LUIS WINTER	5.524	24
40 U. DE ATACAMA	4,17	41	1	1981	CELSO ARIAS	N.D.	N.D.
U. DE ARTE Y CIENCIAS SOCIALES, ARCIS	4,14	44	2	1989	CARLOS MARGOTTA	2.451	21
43 U. INTERNACIONAL SEK	4,13	48	5	1988	JOSÉ ENRIQUE SCHBÖDER	4.075	21
U. PEDRO DE VALDIVIA	4,13	47	4	2006	ÁNGEL MAULÉN	7.366	35
45 UCINF	4,12	42	-3	1989	KARIN RIEDEMANN	4.064	21
U. AUTÓNOMA DE CHILE	4,11	43	-2	1989	TEODORO BRIBERA	14.884	32
47 U. DEL MAR	4,09	45	-2	1989	HÉCTOR ZÚÑIGA	N.D.	N.D.
U. DE MAGALLANES	4,07	45	-3	1981	VÍCTOR FAJARDO	N.D.	N.D.
49 U. BERNARDO O'HIGGINS	4,06	49	0	1990	JOBGE O'BRYAN	3.819	38
U. ACADÉMIA DE HUMANISMO CRISTIANO	4,06	51	2	1988	FRANCESCO VERGARA	3.038	21
51 U. CHILENO-BRITÁNICA DE CULTURA	4,05	53	2	2006	MARÍA CRISTINA BRIBERA	N.D.	N.D.
U. IBEROAMERICANA DE CS. Y TECNOLOGÍA	4,02	49	-3	1989	CARLOS PEREIRA	3.957	26
53 U. LA REPÚBLICA	4,01	58	5	1988	ALFREDO ROMERO	N.D.	N.D.
U. DE ACONCAGUA	4,00	51	-3	1990	SERGIO SEPÚLVEDA	7.428	34
55 U. ADVENTISTA DE CHILE	3,99	53	-2	1990	EDGAR ARAYA	1.521	38
U. MIGUEL DE CERVANTES	3,92	55	1	1996	GUTENBERG MAHTÍNEZ	N.D.	N.D.
56 U. REGIONAL SAN MARCOS	3,92	56	0	2004	ISABEL MENDOZA	N.D.	N.D.
U. BOLIVARIANA	3,86	57	-1	1988	RICARDO MEDINA	5.763	46

N.D.: Las universidades Austral de Chile, Chileno - Británica de Cultura, De Atacama, De Concepción, De Las Américas, De Magallanes, Del Mar, Miguel de Cervantes, La República y Regional San Marcos se abstuvieron de entregar información a Qué Pasa.

Nº DE DOCTORADOS	Nº DE MAGÍSTER	Nº DE ESP. MEDICO	ÁREAS DEL CONDOMINIO QUE OFRECE CADA PLANTEL										
			ADM. Y COMERCIO	ARTE Y ARQUITECTURA	CIENCIAS	CIENCIAS SOCIALES	DERECHO	EDUCACIÓN	HUMANIDADES	RECURSOS NATURALES	SALUD	TECNOLOGÍA	
2	32	30	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	47	9	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
2	21	23	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
7	21	N.D.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
5	21	4	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
7	46	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	7	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
2	23	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
8	-	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
5	23	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	6	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
1	5	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
6	27	15	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
1	19	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	9	2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	11	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	15	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	7	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	3	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
4	11	5	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	2	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
1	10	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	6	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
6	13	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	2	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
2	9	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
4	20	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	7	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
N.D.	N.D.	N.D.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	3	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
N.D.	N.D.	N.D.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
2	9	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	-	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
1	-	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	1	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	5	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
N.D.	N.D.	N.D.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
N.D.	N.D.	N.D.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	1	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
1	10	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
N.D.	N.D.	N.D.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	3	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
N.D.	N.D.	N.D.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	-	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
-	2	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
N.D.	N.D.	N.D.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
N.D.	N.D.	N.D.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
2	6	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	

Revista América Economía – Resultados 2009

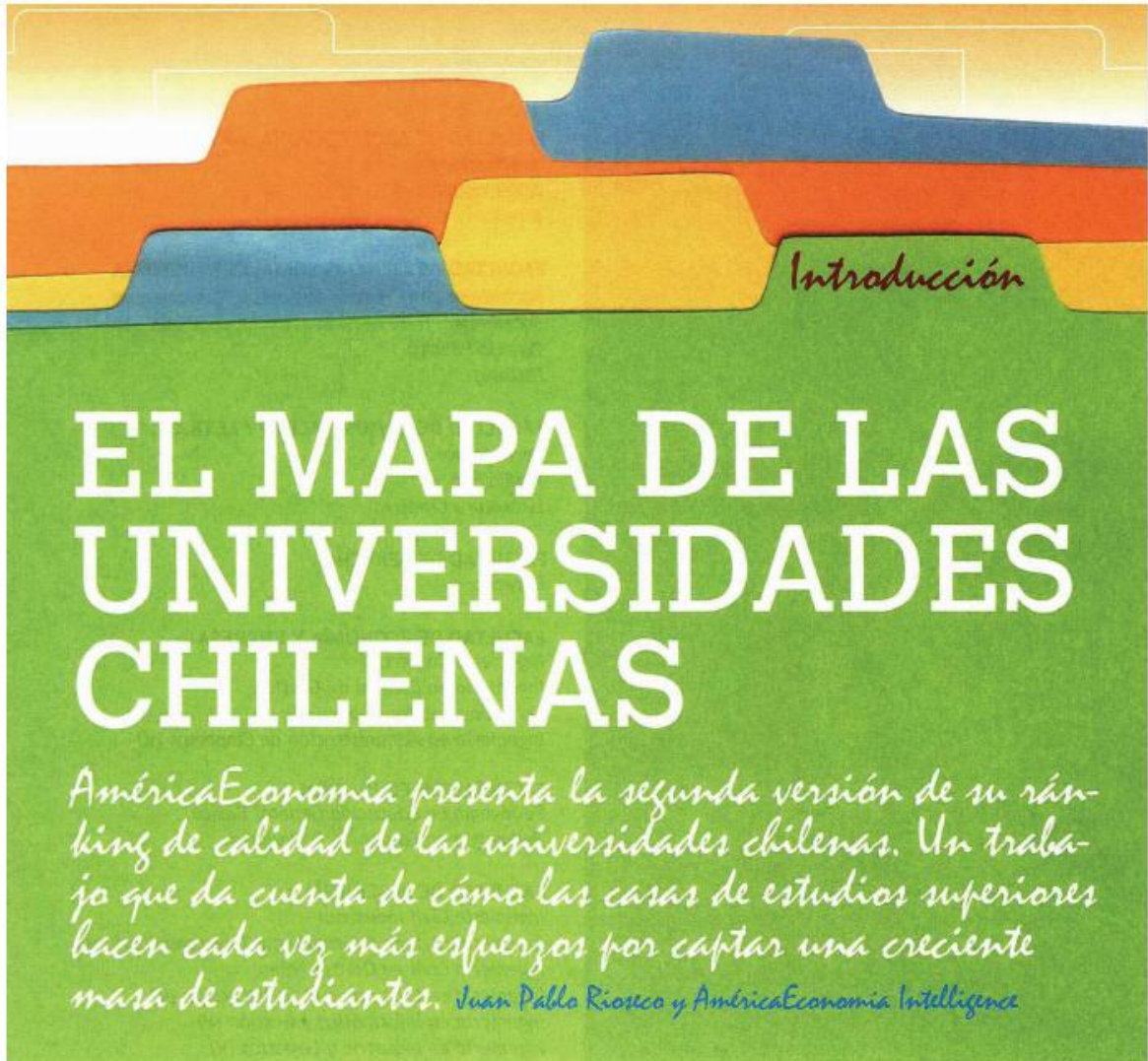




Rk 09	Universidad	Sede central	Régimen	Matriculados	Nº de programas de licenciatura y profesionales	Nº de programas técnicos nivel superior	Nº de bachilleros	Nº de magisteres
1	U. DE CHILE	Santiago	Estatal	4.427	66	-	2	127
2	PONTIFICIA U. CATÓLICA DE CHILE	Santiago	Privada tradicional	3.491	44	-	4	62
3	U. DE CONCEPCIÓN	Concepción	Privada tradicional	4.837	84	-	2	-
4	U. DE SANTIAGO DE CHILE	Santiago	Estatal	3.530	94	9	1	36
5	U. TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA	Viña del Mar	Privada tradicional	N.D.	41	26	2	15
6	PONTIFICIA U. CATÓLICA DE VALPARAÍSO	Valparaíso	Privada tradicional	N.D.	54	-	2	30
7	U. AUSTRAL DE CHILE	Valdivia	Privada tradicional	2.030	43	-	-	28
8	U. DIEGO PORTALES	Santiago	Privada autónoma	2.083	35	-	1	22
9	U. ADOLFO IBÁÑEZ	Santiago	Privada autónoma	1.522	14	-	4	26
10	U. DE TALCA	Talca	Estatal	1.306	25	-	-	-
11	U. DEL DESARROLLO	Santiago	Privada autónoma	1.978	39	-	6	40
12	U. DE LOS ANDES	Santiago	Privada autónoma	1.050	14	-	3	11
13	U. ANDRÉS BELLO	Santiago	Privada autónoma	5.506	113	1	8	59
14	U. MAYOR	Santiago	Privada autónoma	2.386	70	-	-	37
15	U. DE LA FRONTERA	Temuco	Estatal	1.716	47	-	1	22
16	U. DE VALPARAÍSO	Valparaíso	Estatal	3.463	62	-	1	7
17	U. CATÓLICA DEL NORTE	Antofagasta	Privada tradicional	1.776	39	-	4	19
18	U. DEL BÍO-BÍO	Concepción	Estatal	2.217	41	-	2	-
19	U. ALBERTO HURTADO	Santiago	Privada autónoma	853	21	-	3	15
20	U. DE ANTOFAGASTA	Antofagasta	Estatal	1.394	45	5	3	10
21	U. DE TARAPACÁ	Arica	Estatal	1.562	46	1	4	8
22	U. DE LA SERENA	La Serena	Estatal	1.516	37	-	1	7
23	U. METROPOLITANA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	Santiago	Estatal	1.011	28	-	-	13
24	U. CENTRAL DE CHILE	Santiago	Privada autónoma	1.309	57	2	-	8
25	U. CATÓLICA DE TEMUCO	Temuco	Privada tradicional	1.320	33	3	-	10
26	U. ARTURO PRAT	Iquique	Estatal	N.D.	146	49	-	4
27	U. CATÓLICA DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN	Concepción	Privada tradicional	1.660	52	12	-	6
28	U. CATÓLICA DEL MAULE	Talca	Privada tradicional	1.039	23	3	-	6
29	U. SANTO TOMÁS	Santiago	Privada autónoma	3.631	160	-	2	2
30	U. DE LOS LAGOS	Osorno	Estatal	488	26	2	-	6
31	U. FINIS TERRAE	Santiago	Privada autónoma	430	20	-	-	3
32	U. DE MAGALLANES	Punta Arenas	Estatal	384	38	19	2	5
33	U. DE PLAYA ANCHA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	Valparaíso	Estatal	1.458	51	9	-	14
34	U. AUTÓNOMA DE CHILE	Temuco	Privada autónoma	2.644	71	7	-	-
35	U. ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO	Santiago	Privada autónoma	451	30	-	-	7
36	U. TECNOLÓGICA METROPOLITANA	Santiago	Estatal	N.D.	58	6	1	10
37	U. SAN SEBASTIÁN	Santiago	Privada autónoma	N.D.	98	1	-	-
38	U. DE ARTES, CIENCIAS Y COMUNICACIÓN UNIACC	Santiago	Privada autónoma	N.D.	24	-	2	3
39	U. DE ATACAMA	Copiapó	Estatal	639	30	31	-	-
40	U. CATÓLICA CARDENAL RAÚL SILVA HENRÍQUEZ	Santiago	Privada autónoma	804	21	1	-	3
41	U. DE LAS AMÉRICAS	Santiago	Privada autónoma	N.D.	242	53	1	3
42	U. DE VIÑA DEL MAR	Viña del Mar	Privada autónoma	1.219	40	33	-	-
43	U. DEL MAR	Viña del Mar	Privada autónoma	2.897	281	65	1	8
44	U. PEDRO DE VALDIVIA	Santiago	Privada autónoma	498	85	-	-	4
45	U. GABRIELA MISTRAL	Santiago	Privada autónoma	N.D.	30	-	1	6
46	U. IBEROAMERICANA DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA	Santiago	Privada autónoma	N.D.	29	-	-	-
47	U. BERNARDO O'HIGGINS	Santiago	Privada autónoma	N.D.	21	1	-	-
48	U. DE ARTE Y CIENCIAS SOCIALES ARCIS	Santiago	Privada autónoma	578	57	3	-	10
49	U. TECNOLÓGICA DE CHILE INACAP	Santiago	Privada autónoma	N.D.	241	1	-	-
50	U. DE CIENCIAS DE LA INFORMÁTICA	Santiago	Privada autónoma	193	38	15	-	1
51	U. INTERNACIONAL SEK	Santiago	Privada autónoma	N.D.	52	2	-	2
52	U. ADVENTISTA DE CHILE	Chillán	Privada autónoma	279	23	6	-	-
53	U. CHILENO-BRITÁNICA DE CULTURA	Santiago	No autónoma	N.D.	3	-	-	-
54	U. MIGUEL DE CERVANTES	Santiago	No autónoma	N.D.	10	-	-	-
55	U. BOLIVARIANA	Santiago	Privada autónoma	184	85	8	-	11



Nº de doctorados	Índice calidad alumnos	Índice calidad docente	Índice investigación	Índice acreditación	Infraestructura	Presencia en RK internac.	Apoyo a la innovación	Índice apoyo al ingreso	Vida de campus	Índice de calidad	Sitio web (www.)
35	99,9	99,4	100,0	100,0	Muy Alta	100,0	Muy Alto	63,4	Muy Alta	97,6	uchile.cl
23	100,0	100,0	73,6	100,0	Muy Alta	94,7	Muy Alto	62,3	Muy Alta	95,2	puc.cl
-	86,7	70,3	58,5	85,7	Muy Alta	71,5	Muy Alto	61,1	Muy Alta	79,5	udec.cl
11	90,4	63,8	44,9	85,7	Alta	60,4	Alto	54,6	Muy Alta	72,6	usach.cl
6	90,1	60,0	55,0	47,6	Alta	63,1	Alto	64,9	Muy Alta	69,0	usm.cl
10	83,9	60,0	45,0	47,6	Alta	64,6	Alto	59,8	Muy Alta	66,1	pucv.cl
7	78,3	59,6	27,0	47,6	Alta	65,8	Alto	56,8	Muy Alta	62,8	uach.cl
-	83,3	52,8	28,9	38,1	Muy Alta	53,1	Alto	73,7	Muy Alta	62,6	udp.cl
-	90,1	60,4	10,7	38,1	Muy Alta	37,4	Alto	53,0	Alta	62,5	uai.cl
-	78,1	51,0	35,7	47,6	Alta	60,0	Alto	57,0	Muy Alta	59,3	utalca.cl
-	82,8	41,3	10,2	47,6	Muy Alta	39,1	Alto	54,2	Media	57,4	udd.cl
2	87,7	43,3	10,8	38,1	Muy Alta	11,6	Alto	52,7	Media	56,6	uandes.cl
7	75,1	59,0	13,9	28,6	Muy Alta	39,6	Alto	82,3	Alta	56,5	unab.cl
-	78,9	66,5	2,0	19,0	Muy Alta	38,2	Media	68,0	Media	56,1	umayorc.cl
4	79,3	46,1	29,7	28,6	Alta	56,2	Alto	48,2	Muy Alta	55,7	ufro.cl
-	80,3	50,2	24,0	28,6	Alta	43,3	Bajo	59,1	Muy Alta	54,6	uv.cl
5	75,8	50,1	31,6	47,6	Alta	0,0	Bajo	47,5	Muy Alta	54,4	ucn.cl
-	69,1	41,6	11,3	38,1	Alta	53,2	Alto	46,3	Muy Alta	52,3	ubiobio.cl
1	69,8	48,8	3,3	28,6	Alta	38,1	Bajo	78,9	Muy Alta	50,4	uahurtado.cl
4	67,5	44,6	23,0	14,3	Alta	31,0	Alto	46,3	Muy Alta	49,1	uantof.cl
1	61,1	44,9	21,8	47,6	Alta	44,0	Bajo	46,3	Alta	49,0	uta.cl
2	67,2	47,2	19,4	9,5	Alta	33,6	Bajo	41,4	Muy Alta	45,8	userena.cl
2	75,7	38,9	3,8	9,5	Alta	53,4	Bajo	43,5	Muy Alta	45,3	umce.cl
-	58,8	45,3	0,1	14,3	Alta	50,1	Bajo	66,4	Muy Alta	44,3	ucentral.cl
-	60,8	32,3	9,9	19,0	Alta	16,8	Media	44,5	Muy Alta	43,2	uctemuco.cl
1	62,0	30,0	3,0	9,5	Alta	42,2	Media	59,6	Muy Alta	43,0	unap.cl
-	67,7	29,7	14,3	28,6	Media	38,3	Bajo	56,7	Muy Alta	42,8	ucsc.cl
-	56,9	32,9	3,6	38,1	Alta	28,8	Bajo	59,4	Muy Alta	42,6	ucm.cl
-	57,1	33,6	1,8	19,0	Alta	25,5	Bajo	88,3	Muy Alta	41,3	ust.cl
-	50,8	30,1	12,4	14,3	Alta	27,7	Media	32,3	Muy Alta	40,2	ulagos.cl
-	73,6	36,0	0,1	14,3	Media	0,0	Bajo	58,2	Alta	39,4	uft.cl
-	59,4	30,0	10,0	9,5	Media	16,6	Alto	46,3	Muy Alta	38,8	umag.cl
1	63,1	40,0	1,7	9,5	Media	22,7	Muy Bajo	42,2	Muy Alta	38,5	upla.cl
-	56,7	43,0	0,0	19,0	Media	3,4	Muy Bajo	80,9	Media	36,8	uautonoma.cl
1	54,7	47,0	2,2	14,3	Media	9,5	Muy Bajo	88,5	Baja	36,6	academia.cl
6	67,6	30,0	7,2	0,0	Media	22,4	Bajo	41,6	Muy Alta	36,4	utem.cl
-	72,0	20,0	0,7	9,5	Media	33,0	Muy Bajo	100,0	Media	36,0	uss.cl
-	61,0	33,2	0,0	14,3	Media	17,3	Muy Bajo	91,3	Media	36,0	uriacc.cl
-	58,0	32,0	2,9	9,5	Alta	17,7	Muy Bajo	36,3	Alta	35,8	uda.cl
-	50,4	37,8	0,0	19,0	Media	0,0	Muy Bajo	51,8	Muy Alta	35,3	ucsh.cl
-	49,8	42,5	0,0	9,5	Alta	0,0	Muy Bajo	35,1	Media	35,2	uamericas.cl
-	52,6	40,3	0,8	14,3	Media	32,7	Muy Bajo	59,8	Baja	33,9	uvm.cl
-	48,9	42,5	0,6	0,0	Media	8,5	Muy Bajo	35,4	Muy Alta	33,1	udelmar.cl
-	55,3	52,3	0,0	0,0	Media	0,0	Muy Bajo	37,9	Baja	32,8	upv.cl
-	57,7	43,5	0,0	0,0	Media	15,0	Muy Bajo	33,8	Baja	31,7	ugm.cl
-	51,7	20,0	1,2	9,5	Media	0,0	Muy Bajo	84,1	Alta	31,6	unicit.cl
-	49,6	28,8	0,0	9,5	Media	0,0	Muy Bajo	82,4	Media	30,1	ubo.cl
2	48,3	35,0	0,0	0,0	Media	0,0	Bajo	30,8	Alta	30,0	uarcis.cl
-	59,1	20,0	0,0	9,5	Media	28,0	Muy Bajo	34,9	Media	29,3	utecnologica.cl
-	58,3	32,6	0,0	0,0	Media	0,0	Muy Bajo	26,2	Media	29,0	ucinf.cl
-	55,7	31,9	1,6	0,0	Media	0,0	Muy Bajo	32,2	Baja	27,7	uisek.cl
-	44,2	33,5	0,7	0,0	Media	0,0	Muy Bajo	30,2	Baja	25,0	unach.cl
-	49,3	26,1	0,0	0,0	Media	0,0	Muy Bajo	27,2	Baja	24,2	ubritanica.cl
-	44,8	27,1	0,0	0,0	Media	0,0	Muy Bajo	23,7	Baja	23,2	umcervantes.cl
1	36,0	31,6	0,0	0,0	Media	0,0	Muy Bajo	24,7	Media	23,1	ubolivariana.cl



**ESPECIAL  
UNIVERSIDADES 2010**

RK 10	RK 09	UNIVERSIDAD	SEDE CENTRAL	RÉGIMEN	TOTAL DE ALUMNOS	TOTAL DE DOCENTES	DOCENTES PHD / TOTAL (%)	DOCENTES FULL TIME / TOTAL (%)	ALUMNOS MATRICULADOS 1º AÑO	ALUMNOS MATRIC. CON MÁS DE 700 PTOS. EN LA PSU (%)
1	2	PONTIFICIA U. CATÓLICA DE CHILE	SANTIAGO	PRIVADA TRADICIONAL	21.526	2.789	30,4	52,1	3.769	48,3
2	1	U. DE CHILE	SANTIAGO	ESTATAL	30.587	3.217	25,5	39,0	4.629	37,3
3	3	U. DE CONCEPCIÓN	CONCEPCIÓN	PRIVADA TRADICIONAL	22.270	1.954	33,9	71,8	4.816	8,2
3	4	U. DE SANTIAGO DE CHILE	SANTIAGO	ESTATAL	19.694	1.927	17,8	28,3	3.446	5,7
5	6	PONTIFICIA U. CATÓLICA DE VALPARAÍSO	VALPARAÍSO	PRIVADA TRADICIONAL	13.968	1.232	20,3	30,2	2.872	3,2
6	5	U. TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA	VIÑA DEL MAR	PRIVADA TRADICIONAL	15.418	991	16,2	37,9	3.106	14,4
7	9	U. ADOLFO IBÁÑEZ	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	8.334	601	24,6	25,0	1.718	13,2
8	10	U. DE TALCA	TALCA	ESTATAL	8.264	375	38,4	72,3	1.373	5,0
9	8	U. DIEGO PORTALES	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	11.518	1.634	9,2	16,5	2.845	2,2
10	7	U. AUSTRAL DE CHILE	VALDIVIA	PRIVADA TRADICIONAL	11.446	765	32,5	76,3	2.267	4,9
11	12	U. DE LOS ANDES	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	5.532	1.260	11,1	12,7	1.217	14,9
12	13	U. ANDRÉS BELLO	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	32.678	3.134	10,4	19,1	9.510	1,2
13	17	U. CATÓLICA DEL NORTE	ANTOFAGASTA	PRIVADA TRADICIONAL	8.722	853	18,6	43,3	1.866	3,8
14	11	U. DEL DESARROLLO	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	11.480	1.587	8,9	23,6	2.599	5,3
15	14	U. MAYOR	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	16.434	2.459	8,8	10,4	3.262	3,7
16	19	U. ALBERTO HURTADO	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	4.151	323	30,3	26,0	833	8,5
17	15	U. DE LA FRONTERA	TEMUCO	ESTATAL	8.224	662	17,1	55,4	1.850	5,7
18	14	U. DE VALPARAÍSO	VALPARAÍSO	ESTATAL	16.386	1.884	8,0	28,7	3.264	4,0
19	18	U. DEL BÍO-BÍO	CONCEPCIÓN	ESTATAL	10.957	568	22,0	72,7	2.276	8,5
20	21	U. DE TARAPACÁ	ARICA	ESTATAL	7.676	394	21,1	73,6	N.D.	8,0
21	22	U. DE LA SERENA	LA SERENA	ESTATAL	7.763	603	13,3	30,8	N.D.	8,0
22	25	U. CATÓLICA DE TEMUCO	TEMUCO	PRIVADA TRADICIONAL	6.991	532	18,2	39,3	1.494	8,3
23	28	U. CATÓLICA DEL MAULE	TALCA	PRIVADA TRADICIONAL	5.778	560	10,9	44,8	1.055	5,9
24	26	U. DE ANTOFAGASTA	ANTOFAGASTA	ESTATAL	6.985	808	15,6	34,8	1.570	3,2
25	23	U. METROPOLITANA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	SANTIAGO	ESTATAL	5.473	456	13,4	57,5	1.047	8,9
26	31	U. FINIS TERRAE	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	3.475	863	7,5	8,2	912	8,7
27	27	U. CATÓLICA DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN	CONCEPCIÓN	PRIVADA TRADICIONAL	8.326	1.098	6,5	21,9	1.559	2,8
28	29	U. SANTO TOMÁS	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	22.551	3.206	3,0	13,7	6.922	8,0
29	37	U. SAN SEBASTIÁN	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	16.177	2.279	7,0	13,0	5.220	8,9
30	36	U. DE LOS LAGOS	OSORNO	ESTATAL	7.599	384	13,8	40,2	821	8,0
31	33	U. DE PLAYA ANCHA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	VALPARAÍSO	ESTATAL	7.614	358	11,8	58,0	1.597	8,1
32	36	U. TECNOLÓGICA METROPOLITANA	SANTIAGO	ESTATAL	7.083	614	6,5	40,4	1.529	8,1
33	42	U. DE VIÑA DEL MAR	VIÑA DEL MAR	PRIVADA AUTÓNOMA	6.284	908	5,4	23,5	1.744	8,1
34	32	U. DE MAGALLANES	PUNTA ARENAS	ESTATAL	3.840	202	15,3	86,1	439	8,5
35	48	U. CATÓLICA CARDENAL RAÚL SILVA HENRÍQUEZ	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	5.038	433	6,2	24,5	1.287	8,0
36	24	U. CENTRAL DE CHILE	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	11.171	1.860	10,0	17,7	2.459	8,1
37	34	U. AUTÓNOMA DE CHILE	TEMUCO	PRIVADA AUTÓNOMA	14.918	1.157	5,4	15,6	5.163	8,0
38	41	U. DE LAS AMÉRICAS	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	27.212	2.503	4,0	7,8	N.D.	8,0
39	35	U. ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	3.732	520	16,9	8,3	1.067	8,1
40	51	U. INTERNACIONAL SEK	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	3.030	276	6,5	10,5	N.D.	8,0
41	-	U. DEL PACÍFICO	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	5.036	532	3,6	12,6	1.734	8,3
42	39	U. DE ATACAMA	COPIAPÓ	ESTATAL	3.981	171	18,4	91,8	N.D.	8,0
43	59	U. DE CIENCIAS DE LA INFORMÁTICA	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	4.712	93	11,8	28,0	926	8,0
44	46	U. IBEROAMERICANA DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	2.750	0	-	-	N.D.	8,0
45	45	U. GABRIELA MISTRAL	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	2.859	709	12,1	6,2	N.D.	8,0
46	26	U. ARTURO PRAT	IQUIQUE	ESTATAL	11.587	0	-	-	N.D.	8,0
47	52	U. ADVENTISTA DE CHILE	CHILLAN	PRIVADA AUTÓNOMA	1.379	158	10,8	32,3	249	1,2
48	38	U. DE ARTES, CIENCIAS Y COMUNICACIÓN UNIACC	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	3.869	592	9,0	19,6	N.D.	8,0
49	40	U. DE ARTE Y CIENCIAS SOCIALES ARCIS	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	2.787	0	-	-	738	8,8
50	43	U. DEL MAR	VIÑA DEL MAR	PRIVADA AUTÓNOMA	19.569	2.899	2,6	9,6	5.600	8,2
51	53	U. CHILENO-BRITÁNICA DE CULTURA	SANTIAGO	EN LICENCIAMIENTO	324	37	5,4	5,4	148	1,4
52	44	U. PEDRO DE VALDIVIA	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	5.146	785	3,2	8,8	1.673	8,2
53	49	U. TECNOLÓGICA DE CHILE INACAP	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	16.730	0	-	-	N.D.	8,0
54	-	U. REGIONAL SAN MARCOS	-	EN LICENCIAMIENTO	517	113	0,9	35,4	121	8,0
54	55	U. BOLIVARIANA	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	4.618	1.140	1,8	8,1	1.317	8,0
56	47	U. BERNARDO O' HIGGINS	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	3.312	331	2,4	13,3	N.D.	8,0
57	54	U. MIGUEL DE CERVAANTES	SANTIAGO	PRIVADA AUTÓNOMA	645	125	4,0	4,0	N.D.	8,0
58	-	U. DE ACONCAGUA	-	PRIVADA AUTÓNOMA	4.879	0	-	-	N.D.	8,0

(\*) Áreas a acreditar: Gestión Institucional; Docencia de Pregrado; Investigación; Docencia de Postgrado; Vinculación con el medio; Infraestructura y equipamiento

ALUMNOS MATRIC. CON MAS DE 400 PUNTOS EN LA PSU	N° DE PROGRAMAS DE LICENCIATURA Y PROFESIONALES	ÁREAS ACREDITADAS CMA (*)	ÍNDICE DE CALIDAD										ÍNDICE DE CALIDAD	SITIO WEB (WWW.)
			ÍNDICE DE CALIDAD DOCENTE	ÍNDICE DE CALIDAD DE ALUMNOS	ÍNDICE DE INVESTIGACIÓN	ÍNDICE DE ACREDITACIÓN	ÍNDICE DE INFRAESTRUCTURA	ÍNDICE DE INTERNACIONALIZACIÓN	ÍNDICE DE INCLUSIÓN	VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD	VIDA UNIVERSITARIA			
96,4	41	6	100,0	100,0	86,1	100,0	97,8	100,0	92,4	100,0	85,3	97,4	PUC.CL	
97,0	64	6	91,5	94,8	100,0	100,0	100,0	100,0	93,7	83,2	75,4	96,0	UCHILE.CL	
53,7	88	6	77,8	48,9	56,0	85,7	45,0	50,0	46,8	71,6	67,3	64,2	UDEC.CL	
77,4	89	5	62,7	64,2	41,3	71,4	58,2	54,3	79,5	75,5	84,6	64,2	USACH.CL	
61,2	54	5	52,6	51,9	31,0	71,4	57,8	66,2	77,3	52,3	85,4	57,9	PUCV.CL	
62,8	59	3	42,4	63,3	28,3	42,9	60,6	42,6	92,5	48,1	89,7	52,4	USM.CL	
84,9	18	3	55,9	73,4	5,6	42,9	59,4	39,2	86,7	49,1	23,2	52,2	UAI.CL	
51,1	21	4	57,9	47,6	30,6	47,6	54,5	37,0	70,5	63,5	81,2	51,9	UTALCA.CL	
47,6	31	3	43,1	50,8	14,2	35,7	60,4	56,9	93,1	67,1	86,5	48,5	UDP.CL	
38,8	42	5	51,1	37,4	43,0	71,4	75,3	40,0	27,1	11,0	64,5	48,1	UACH.CL	
69,0	18	2	41,1	65,8	16,6	23,8	93,2	38,1	76,4	58,2	25,5	46,5	UANDES.CL	
15,1	149	4	55,4	17,0	10,0	47,6	72,2	56,3	90,7	86,4	92,5	46,2	UNAR.CL	
34,2	41	4	43,0	35,0	28,5	47,6	62,2	40,4	90,7	59,9	78,5	46,1	UCN.CL	
46,7	26	4	45,2	41,3	6,1	47,6	76,8	48,1	78,1	57,0	24,7	43,6	UDD.CL	
33,9	63	2	44,8	31,1	2,8	57,1	58,2	67,5	73,0	46,8	65,7	43,4	UMAYOR.CL	
38,4	21	3	68,6	28,7	6,1	35,7	39,0	36,1	98,6	52,7	75,3	43,4	UAHURTADO.CL	
42,5	25	5	38,2	40,7	29,6	59,5	55,1	10,0	37,0	11,8	64,5	40,6	UFRO.CL	
37,3	56	3	42,3	34,5	18,3	21,6	44,9	54,4	68,2	46,1	74,2	38,5	UV.CL	
22,8	35	4	42,4	26,4	10,1	47,6	41,5	40,7	65,5	44,5	71,5	38,5	UBIOPRO.CL	
8,8	39	4	39,5	17,8	17,9	47,6	53,6	14,1	65,0	8,8	90,8	34,9	UTA.CL	
8,0	37	3	36,6	28,9	14,0	28,6	51,1	40,3	53,3	35,1	76,1	34,8	USERENA.CL	
9,4	35	3	29,0	17,1	10,3	35,7	42,0	5,9	78,3	41,4	100,0	31,3	UCTEMUCO.CL	
36,9	25	3	34,1	36,8	3,3	35,7	39,6	10,0	32,1	5,5	66,5	31,1	UCM.CL	
18,6	44	3	37,7	22,9	14,9	28,6	42,6	10,8	37,0	11,8	64,5	30,5	UANTOF.CL	
43,8	26	2	33,2	39,3	3,1	19,0	55,6	5,0	41,9	5,5	66,5	30,8	UMCE.CL	
34,3	21	2	27,6	29,7	1,7	14,3	29,2	34,0	67,5	44,3	75,9	29,2	UPEL.CL	
18,5	39	3	30,9	24,4	9,1	28,6	31,1	10,2	52,3	8,8	70,2	27,7	UCSC.CL	
4,3	148	2	36,6	9,5	1,9	19,0	30,2	30,6	67,7	42,3	78,0	27,0	UST.CL	
13,3	82	2	30,1	17,2	2,3	19,0	45,0	0,0	98,1	5,5	66,5	25,7	USS.CL	
5,5	45	2	30,7	13,0	11,4	14,3	20,8	34,8	49,9	27,6	76,7	24,7	UAGROS.CL	
13,9	50	2	33,0	21,3	1,1	19,0	30,2	5,0	41,9	5,5	66,5	24,0	UPLA.CL	
24,3	55	0	25,4	28,0	5,3	0,0	34,6	8,4	69,9	7,7	76,6	23,8	UTEM.CL	
4,8	51	2	26,2	8,3	0,7	14,3	27,5	36,6	95,9	13,3	78,3	23,4	UVM.CL	
12,1	36	3	22,5	19,3	14,2	21,4	35,5	10,0	37,0	11,0	66,5	23,1	UMAG.CL	
3,8	21	2	24,9	9,1	3,7	19,0	15,8	23,1	82,0	17,2	88,0	23,0	UCSH.CL	
9,6	72	2	33,5	12,4	0,6	19,0	48,1	5,0	37,0	5,5	66,5	22,5	UCENTRAL.CL	
5,4	79	2	30,1	10,5	0,1	19,0	24,5	28,4	68,4	29,4	8,8	20,6	UAUTONOMA.CL	
0,0	188	2	35,4	0,8	0,6	9,5	72,7	10,0	32,1	5,5	72,0	20,2	UAMERICAS.CL	
9,5	32	2	41,9	13,5	2,6	14,3	21,7	0,0	41,9	5,5	5,5	20,0	ACADEMIA.CL	
0,0	42	2	22,0	2,6	4,1	9,5	35,4	11,3	100,0	7,7	84,3	19,9	UISEK.CL	
4,4	32	2	23,8	7,0	0,0	14,3	17,2	14,7	95,9	49,2	20,7	19,7	UPACIFICO.CL	
0,0	28	2	20,5	12,5	1,6	9,5	52,5	10,0	37,0	11,0	66,5	18,7	UDA.CL	
0,3	38	0	39,1	1,3	1,1	0,0	24,7	17,6	58,9	37,0	8,6	17,5	UCINF.CL	
0,0	35	2	15,0	2,2	2,2	9,5	29,1	27,8	78,2	23,2	72,7	17,5	UNICIT.CL	
0,0	28	0	35,4	12,0	1,0	0,0	69,0	0,0	27,1	5,5	0,0	17,0	UGM.CL	
0,0	97	2	15,0	9,1	2,9	4,8	45,8	5,0	41,9	5,5	66,5	15,3	UNAP.CL	
4,0	17	2	25,6	7,7	0,9	9,5	69,7	0,0	32,1	5,5	0,0	15,2	UNACH.CL	
0,0	28	2	22,3	14,0	0,0	14,3	39,7	0,0	32,1	5,5	0,0	15,1	UNACC.CL	
7,8	77	0	15,0	7,8	2,2	0,0	58,1	0,0	32,1	5,5	66,5	14,8	UARCIS.CL	
1,5	278	0	27,5	2,9	1,0	0,0	35,1	0,0	32,1	5,5	0,0	11,3	UDELMAR.CL	
6,8	6	0	19,6	9,7	0,0	0,0	38,4	0,0	32,1	5,5	0,0	11,1	UBRITANICA.CL	
6,3	76	0	20,7	7,0	2,2	0,0	21,8	0,0	32,1	5,5	0,0	10,1	UPV.CL	
0,0	262	2	15,0	6,9	2,2	9,5	20,0	0,0	32,1	5,5	0,0	10,0	UTECONOLOGICA.CL	
0,8	5	0	13,0	3,9	0,0	0,0	71,9	0,0	32,1	5,5	0,0	9,7	URSM.CL	
0,2	57	0	15,0	1,0	2,2	0,0	54,1	0,0	41,9	5,5	5,5	9,7	UBOLIVIANA.CL	
0,0	24	2	14,3	3,1	0,0	14,3	19,7	0,0	32,1	9,9	0,0	7,2	UBO.CL	
0,0	9	0	14,9	2,2	0,0	0,0	23,1	0,0	32,1	5,5	0,0	7,3	UMCERVANTES.CL	
0,0	153	0	15,0	0,9	2,2	0,0	10,0	0,0	32,1	5,5	0,0	6,6	UACONCAGUA.CL	

Especial

# Universidades 2011 Chile

[HOME](#)

[RÁNKING COMPLETO](#)

[RÁNKING POR CARRERA](#)

[ÍNDICE DE GRÁFICOS](#)

## Las mejores universidades de Chile

Por tercera vez medimos la calidad del sistema de educación superior en Chile, un mercado que hoy se encuentra cuestionado por diversos sectores de la sociedad chilena.

En medio de este panorama, AméricaEconomía Intelligence buscó entender cómo se mueve la calidad académica de estas instituciones, en un sistema que pese a las críticas, sigue en alza.

RK 11	RK 10	Universidad
1	1	PONTIFICIA U. CATÓLICA DE CHILE
2	2	U. DE CHILE
3	3	U. DE SANTIAGO
4	3	U. DE CONCEPCIÓN
5	5	PONTIFICIA U. CATÓLICA DE VALPARAÍSO
6	6	U. TÉCNICA FEDERAL DE VALPARAÍSO
7	8	U. DE TALCA
8	7	U. ADOLFO IBÁÑEZ
9	10	U. AUSTRAL DE CHILE
10	13	U. CATÓLICA DEL NORTE
11	9	U. DIEGO PORTALES
12	11	U. DE LOS ANDES

## Mejores universidades por carrera

- o [Agronomía](#)
- o [Arquitectura](#)
- o [Derecho](#)
- o [Enfermería](#)
- o [Ingeniería Industrial](#)
- o [Ingeniería Comercial](#)
- o [Kinesiología](#)
- o [Licenciatura en Arte](#)
- o [Medicina](#)
- o [Odontología](#)
- o [Pedagogía General Básica](#)
- o [Periodismo](#)
- o [Psicología](#)

RK 11	RK 10	Universidad	Sede central	Régimen	Total alumnos matriculados	Total profesores	Docentes PhD/total docentes 2011	Docentes full time /total docentes (%)	Alumnos matriculados 1er año	Alumnos sobre 700 pts/total alumnos matriculados	Alumnos sobre 600 pts/total alumnos matriculados	Nº programas de licenc. y prof.
1	1	PONTIFICIA U. CATÓLICA DE CHILE	Santiago	Privada tradicional	19.766	2.831	32,1	52,0	4.604 48,5		96,8	41
2	2	U. DE CHILE	Santiago	Estatal	25.952	3.047	28,0	42,4	5.107 38,1		90,7	65
3	3	U. DE SANTIAGO DE CHILE	Santiago	Estatal	18.743	2.039	19,3	30,7	3.562 6,9		77,2	84
4	3	U. DE CONCEPCIÓN	Concepción	Privada tradicional	23.093	1.538	36,0	72,7	5.056 7,9		53,3	88
5	5	PONTIFICIA U. CATÓLICA DE VALPARAÍSO	Valparaíso	Privada tradicional	13.291	1.236	23,4	31,0	3.118 3,9		57,5	53
6	6	U. TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA	Valparaíso	Privada tradicional	16.21	940	17,0	29,4	4.536 11,5		51,6	59
7	8	U. DE TALCA	Talca	Estatal	7.211	366	39,1	76,2	1.309 5,6		62,4	21
8	7	U. ADOLFO IBÁÑEZ	Santiago	Privada autónoma	6.645	632	24,4	27,5	1.539 11,6		85,1	18
9	10	U. AUSTRAL DE CHILE	Valdivia	Privada tradicional	11.552	1.409	21,4	48,5	2.516 3,7		36,8	44
10	13	U. CATÓLICA DEL NORTE	Antofagasta	Privada tradicional	8.625	836	19,1	41,7	1.998 3,4		35,2	44
11	9	U. DIEGO PORTALES	Santiago	Privada autónoma	12.224	1.69	11,3	16,4	2.802 4,5		48,0	31
12	11	U. DE LOS ANDES	Santiago	Privada autónoma	5.349	1.543	13,1	11,7	1.299 17,4		65,0	19
13	17	U. DE LA FRONTERA	Temuco	Estatal	8.018	501	19,2	58,9	1.977 5,0		45,4	36
14	12	U. ANDRÉS BELLO	Santiago	Privada autónoma	34.01	3.668	10,1	17,2	10.063 1,7		17,3	145
15	14	U. DEL DESARROLLO	Santiago	Privada autónoma	10.905	1.813	9,2	25,8	2.811 5,8		48,2	35
16	16	U. ALBERTO HURTADO	Santiago	Privada autónoma	4.048	484	19,8	22,1	1.148 0,4		26,9	21
17	18	U. DE VALPARAÍSO	Valparaíso	Estatal	15.047	1.662	8,2	28,6	3.13 4,5		42,4	55
18	19	U. DEL BÍO-BÍO	Concepción	Estatal	10.284	546	23,6	72,2	2.245 0,8		22,1	36
19	15	U. MAYOR	Santiago	Privada autónoma	16.013	2.459	8,8	10,4	3.395 3,7		28,2	62
20	20	U. DE TARAPACÁ	Arica	Estatal	7.619	424	21,9	66,3	1.83 0,1		11,6	38
21	21	U. DE LA SERENA	La Serena	Estatal	7.565	592	14,2	35,5	1.974 0,4		20,8	37
22	23	U. CATÓLICA DEL MAULE	Talca	Privada tradicional	5.401	560	10,9	44,8	1.112 5,9		36,9	23
23	24	U. DE ANTOFAGASTA	Antofagasta	Estatal	7.033	823	15,8	31,8	1.603 1,6		17,8	46
24	26	U. FINIS TERRAE	Santiago	Privada autónoma	3.627	878	7,5	9,0	1.06 1,7		30,1	21
25	22	U. CATÓLICA DE TEMUCO	Temuco	Privada tradicional	6,4	562	9,4	40,4	1.782 0,2		8,0	32
26	25	U. METROPOLITANA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	Santiago	Estatal	5.442	525	8,2	41,5	1.142 0,9		38,4	26
27	27	U. CATÓLICA DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN	Concepción	Privada tradicional	9.643	1.01	8,5	22,4	2.781 1,7		11,5	54
28	28	U. SANTO TOMÁS	Santiago	Privada autónoma	24.836	3.512	3,0	13,8	7.351 0,1		4,4	162
29	32	U. TECNOLÓGICA METROPOLITANA	Santiago	Estatal	8.225	734	10,5	24,9	1.532 0,0		24,3	48
30	30	U. DE LOS LAGOS	Osorno	Estatal	5.975	224	20,5	84,4	1.817 0,0		1,4	47
31	36	U. CENTRAL DE CHILE	Santiago	Privada autónoma	11.845	1.101	9,9	18,7	3.405 0,0		7,2	62
32	29	U. SAN SEBASTIÁN	Santiago	Privada autónoma	19.718	2.279	2,0	13,0	6.548 0,0		13,3	122
33	31	U. DE PLAYA ANCHA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	Valparaíso	Estatal	7.915	549	13,3	46,3	2.049 0,2		11,4	50
34	34	U. DE MAGALLANES	Punta Arenas	Estatal	3.829	193	18,7	49,2	910 0,2		7,9	33
35	35	U. CATÓLICA CARDENAL RAÚL SILVA HENRÍQUEZ	Santiago	Privada autónoma	4.933	455	9,5	11,6	1.147 0,0		2,9	24
35	37	U. AUTÓNOMA DE CHILE	Temuco	Privada autónoma	16.725	1.643	6,0	13,3	5.217 0,0		5,4	82
37	33	U. DE VIÑA DEL MAR	Viña del Mar	Privada autónoma	5.234	842	5,1	11,4	1.44 0,0		4,8	33
38	38	U. DE LAS AMÉRICAS	Santiago	Privada autónoma	25.02	2.503	4,0	7,8	8.175 0,0		0,0	200
39	42	U. DE ATACAMA	Copiapó	Estatal	2.67	171	16,4	91,8	734 0,1		18,9	19
40	39	U. ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO	Santiago	Privada autónoma	4.005	668	14,5	11,1	1.192 0,4		8,4	31
41	40	U. INTERNACIONAL SEK	Santiago	Privada autónoma	4.02	326	5,5	5,5	1.923 0,0		0,0	36
41	44	U. IBEROAMERICANA DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA	Santiago	Privada autónoma	3.504	N.D.	N.D.	N.D.	1.364 0,0		3,6	35
43	41	U. DEL PACÍFICO	Santiago	Privada autónoma	5.337	593	4,0	12,5	1,4 0,6		5,6	29
44	45	U. GABRIELA MISTRAL	Santiago	Privada autónoma	2.935	735	12,1	6,5	886 0,0		0,0	30
45	46	U. ARTURO PRAT	Iquique	Estatal	11.273	N.D.	N.D.	N.D.	3.343 0,0		0,0	86
46	49	U. DE ARTE Y CIENCIAS SOCIALES ARCIS	Santiago	Privada autónoma	1.86	N.D.	N.D.	N.D.	565 1,1		8,8	21
47	43	U. DE CIENCIAS DE LA INFORMÁTICA	Santiago	Privada autónoma	3.841	433	1,6	14,8	1.133 0,0		0,2	29
48	47	U. ADVENTISTA DE CHILE	Chillán	Privada autónoma	1.357	164	11,0	48,2	381 0,0		3,7	17
49	46	U. DE ARTES, CIENCIAS Y COMUNICACIÓN UNIAIC	Santiago	Privada autónoma	1.287	743	7,1	16,6	1.313 0,0		0,0	35
50	50	U. DEL MAR	Viña del Mar	Privada autónoma	18.514	2.885	2,6	9,9	5.031 0,0		1,5	23
51	52	U. PEDRO DE VALDIVIA	Santiago	Privada autónoma	7.107	1.256	3,8	18,0	3.256 0,0		6,3	88
52	53	U. TECNOLÓGICA DE CHILE INACAP	Santiago	Privada autónoma	23.255	N.D.	N.D.	N.D.	7.557 0,0		0,0	279
53	51	U. CHILENO-BRITÁNICA DE CULTURA	Santiago	En Licenciamiento	359	52	1,9	5,8	100 0,0		6,8	5
54	56	U. BERNARDO O'HIGGINS	Santiago	Privada autónoma	3.816	331	2,4	13,3	1.167 0,0		0,0	29
55	54	U. BOLIVARIANA	Santiago	Privada autónoma	3.712	265	0,0	18,1	1.216 0,0		0,2	74
56	57	U. MIGUEL DE CERVANTES	Santiago	Privada autónoma	853	113	3,5	4,4	439 0,0		0,0	12
57	58	U. DE ACONCAGUA	Santiago	Privada autónoma	5.907	N.D.	N.D.	N.D.	3.492 0,0		0,0	101

Áreas acreditadas CNA (*)	N° de años que fue acreditada	ÍNDICE DE CALIDAD									Índice de calidad	Sitio web (www.)
		Calidad docente	Calidad de alumnos	Investi-gación	Acredi-tación	Infraes-tractura	Internacio-nalización	Inclu-sión	Vinc. con la comu-nidad	Vida univer-sitaria		
6	7	100,0	100,0	83,2	100,0	98,9	100,0	86,1	100,0	91,1	97,1	puc.cl
6	7	95,7	93,2	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	94,2	100,0	96,9	uchile.cl
5	6	64,5	67,6	42,3	71,4	74,3	66,4	89,1	89,2	90,0	68,4	usach.cl
5	6	80,1	49,0	59,0	71,4	70,1	61,0	65,3	88,1	91,1	67,7	udec.cl
5	6	54,4	53,8	32,1	71,4	65,3	67,5	84,2	78,7	88,5	60,2	pucv.cl
3	6	43,5	61,0	29,1	42,9	66,9	43,5	89,4	68,3	92,1	53,5	usm.cl
4	5	58,4	49,1	33,7	47,6	55,1	37,1	78,9	64,7	84,2	53,4	utaica.cl
4	6	55,1	70,2	6,3	57,1	59,5	39,3	65,8	48,0	40,1	53,2	uai.cl
5	6	47,6	35,6	44,5	71,4	75,2	40,2	64,3	55,2	82,3	51,8	uach.cl
5	6	44,3	34,7	29,7	71,4	63,4	40,6	89,4	60,2	80,0	50,1	ucn.cl
3	5	44,1	52,7	16,7	35,7	62,4	57,2	92,5	68,9	84,1	49,5	udp.cl
2	5	41,3	66,4	18,2	23,8	92,1	38,3	64,2	59,2	42,1	47,1	uandes.cl
5	5	41,9	40,6	31,8	59,5	57,8	38,4	67,8	45,4	75,1	47,0	ufro.cl
4	5	53,8	17,9	11,1	47,6	71,1	56,5	88,2	70,1	88,9	44,9	unab.cl
4	5	45,6	42,1	7,6	47,6	77,3	49,0	70,2	62,3	40,1	44,8	udd.cl
3	5	51,1	26,1	6,2	35,7	40,1	42,1	97,2	51,5	70,5	40,3	uahurtado.cl
3	3	42,4	37,9	19,9	21,4	45,2	55,3	68,0	48,3	73,8	39,8	uv.cl
4	5	43,3	27,1	12,3	47,6	41,9	42,3	66,4	46,2	70,7	39,3	ubiobio.cl
2	5	44,9	30,0	3,1	23,8	59,1	60,2	73,1	51,2	55,2	37,5	umayor.cl
4	5	40,0	19,1	18,9	47,6	53,5	21,1	68,9	21,1	88,1	36,4	uta.cl
3	4	37,8	29,4	14,3	28,6	50,8	39,8	58,9	38,1	75,2	35,7	userena.cl
3	5	34,1	36,8	3,5	35,7	39,4	16,9	42,1	21,2	68,9	32,9	ucm.cl
3	4	37,9	21,7	17,2	28,6	63,4	12,5	45,3	40,2	67,5	32,4	uantof.cl
3	5	27,8	29,9	2,3	35,7	30,3	33,8	64,2	43,1	70,2	32,1	uft.cl
3	5	28,7	16,3	10,5	35,7	42,4	15,9	78,0	43,5	90,2	31,2	uctemuco.cl
2	4	31,1	38,2	4,2	19,0	55,9	10,2	56,7	10,3	66,5	30,6	umce.cl
3	4	32,1	21,2	9,3	28,6	40,5	10,5	53,4	10,2	69,9	27,8	ucsc.cl
2	4	36,7	10,1	2,2	19,0	34,9	32,3	69,0	44,2	74,3	27,5	ust.cl
2	1	27,9	28,0	5,7	4,8	37,9	25,7	77,9	10,8	84,2	27,1	utem.cl
3	3	33,3	10,1	11,3	21,4	21,1	31,1	50,1	26,2	75,8	25,4	ulagos.cl
2	4	33,2	11,5	0,7	19,0	51,1	27,9	43,4	31,4	70,1	25,3	ucentral.cl
2	3	30,1	16,8	2,1	14,3	49,9	5,2	92,1	8,9	65,3	25,2	uss.cl
2	3	35,2	19,8	1,3	14,3	32,2	10,3	48,9	10,5	67,1	24,5	upla.cl
3	3	25,3	17,7	15,9	21,4	35,9	16,7	40,2	11,0	63,9	23,9	umag.cl
2	4	26,9	8,9	3,9	19,0	15,9	24,1	83,1	16,9	86,4	23,5	usch.cl
3	5	31,2	10,5	0,1	35,7	26,0	28,3	69,0	29,5	1,5	23,5	uaautonoma.cl
2	3	25,2	8,1	0,6	14,3	25,2	29,9	89,5	11,7	73,1	22,0	uvm.cl
2	3	35,4	0,8	0,6	14,3	69,8	21,1	34,2	10,3	71,2	21,6	uamericas.cl
3	3	20,5	12,6	1,7	21,4	49,5	11,1	46,7	12,3	67,8	21,0	uda.cl
2	3	39,2	12,3	2,7	14,3	23,0	4,8	40,9	8,8	10,2	19,7	academia.cl
2	2	20,5	2,5	4,0	9,5	37,6	14,2	88,8	8,1	80,1	19,0	uisek.cl
2	3	15,0	3,1	2,3	14,3	29,1	28,1	76,3	35,2	73,2	19,0	unicit.cl
2	3	24,4	7,9	0,0	14,3	19,1	13,9	79,5	37,9	22,2	18,8	upacifico.cl
2	3	35,4	9,8	0,9	14,3	58,3	2,5	25,1	8,6	1,2	18,3	ugm.cl
2	2	15,0	9,1	3,1	9,5	43,2	6,1	41,8	5,0	66,8	15,9	unap.cl
2	2	15,0	8,3	2,3	9,5	54,1	2,5	31,5	5,0	66,9	15,5	uarcis.cl
2	2	24,6	1,2	1,1	9,5	22,1	18,7	57,5	32,1	9,8	15,0	ucinf.cl
2	2	26,0	7,4	0,9	9,5	59,2	2,1	32,0	5,5	1,2	14,9	unach.cl
2	3	19,9	13,2	0,0	14,3	41,3	1,8	32,0	6,0	1,0	14,5	uniacc.cl
2	2	27,6	2,8	1,0	9,5	33,4	0,5	31,3	5,0	1,0	12,7	udelmar.cl
2	1	23,4	7,1	2,3	4,8	23,2	0,0	28,7	4,0	1,0	11,4	upv.cl
2	3	15,0	6,8	2,4	14,3	22,2	3,8	28,9	6,0	1,0	10,9	utecnologica.cl
0	0	14,2	9,8	0,0	0,0	37,7	0,0	30,0	4,0	1,0	9,6	ubritanica.cl
2	3	14,3	3,0	0,0	14,3	19,9	2,3	30,1	6,0	1,0	9,4	ubo.cl
0	0	12,0	1,0	2,4	0,0	48,8	0,0	41,2	5,0	10,1	8,7	ubolivariana.cl
0	0	13,5	2,1	0,0	0,0	20,1	0,0	30,2	4,0	1,0	6,7	umcervantes.cl
0	0	12,0	1,0	2,3	0,0	14,2	0,0	30,0	4,0	1,0	5,9	uaconcagua.cl

## Ranking universidades Diario El Mercurio – Resultados 2006

FRANCISCO JAVIER OLEA



RANKING EXCLUSIVO

# LAS MEJORES UNIVERSIDADES DE CHILE

POR SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO, "EL SÁBADO" EVALÚA LAS UNIVERSIDADES SEGÚN DISTINTAS VARIABLES DE CALIDAD. ADEMÁS, UNA ENCUESTA DE FEEDBACK REVELA LA PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS ESTUDIANTES DE CUARTO MEDIO SOBRE LAS INSTITUCIONES Y LAS CARRERAS QUE SE OFRECEN.

Por **MARCELA MIRANDA**, Coordinadora de Proyectos Educativos

ELSÁBADO | 31

	UNIVERSIDAD	CALIDAD DE ALUMNOS
1	Pontificia U. Católica de Chile	924**
2	De Chile	918**
3	Técnica Federico Santa María	661
4	Adolfo Ibáñez	658
5	De Los Andes	658
6	De Santiago	648
7	Pontificia U. Católica de Valparaíso	606
8	Metropolitana de Cs de la Educ.	592
9	De Concepción	590
10	De Talca	589
11	De La Frontera	552
12	De Antofagasta	541
13	Austral de Chile	538
14	Católica del Norte	533
15	Finis Terrae	529
16	Diego Portales	528
17	Católica del Maule	522
18	De Valparaíso	521
19	Tecnológica Metropolitana	502
20	Del Desarrollo	501
21	Mayor	481
22	Alberto Hurtado	477
23	De La Serena	476
24	Del Bío-Bío	468
25	Andrés Bello	466
26	Católica de la S. Concepción	464
27	De Playa Ancha	461
28	Católica de Temuco	455
29	Tecnológica de Chile	449
30	Central de Chile	447
31	De Tarapacá	447
32	Uniac (U. de Artes, Cs y Com.)	441
33	De Atacama	441
34	Del Pacífico	439
35	San Sebastián	437
36	De Los Lagos	432
37	Arturo Prat	431
38	Academia de H. Cristiano	429
39	De Magallanes	428
40	Arcis (U. de Artes y Cs. Sociales)	426
41	De Viña del Mar	426
42	Internacional SEK	426
43	Del Mar	423
44	Santo Tomás	422
45	Mariano Egaña	422
46	Marítima de Chile	421
47	La República	421
48	De Las Américas	420
49	Unicit (U. Iberoamericana de C. y T.)	420
50	Autónoma de Chile	419
51	Bolivariana	419
52	Católica C. Raúl Silva H.	418
53	Ucinf (U. de Cs. de la Informática)	418
54	Adventista de Chile	416

\*Las universidades Bernardo O'Higgins y Gabriela Mistral no pudieron ser evaluadas en este indicador, ya que ambas renunciaron al AFI.

\*\*La PUC y la U. de Chile tienen sobre 900 puntos porque no se limitó el puntaje en 850 como se hace en la PSU.

## LAS UES DEL CONSEJO DE RECTORES SON LAS QUE CAPTAN EL MAYOR NÚMERO DE ESTUDIANTES CON APORTE FISCAL INDIRECTO. ESTO SE HA CONVERTIDO EN EL PRINCIPAL RECLAMO DE LAS INSTITUCIONES PRIVADAS.

vadas. De hecho, en el proceso 2005, que considera a los alumnos nuevos de pregrado matriculados en 2004, las universidades tradicionales se llevaron el 83% del total de los recursos del AFI, mientras que las instituciones privadas se quedaron con el 16%. El resto se repartió entre institutos profesionales y centros de formación técnica.

En lenguaje nominal, se puede decir que no todos los alumnos con AFI "valen" lo mismo, ya que los montos que reciben las instituciones van decreciendo de acuerdo a los puntajes, los que están divididos en 5 tramos. Este año, por ejemplo, el tramo quinto corresponde a los puntajes ponderados PSU que están entre 691 y 829,5. El alumno que estuvo en ese tramo de excelencia entregó a la universidad en la que se matriculó la cantidad de \$1.231.373; mientras que aquel que obtuvo un puntaje del tramo 1, entre 591,5 y 609 puntos, le aportó a la institución a la que ingresó \$102.614. Este año el último puntaje que alcanzó a obtener AFI fue 591,5.

Por esta razón es que el ranking de calidad de alumno de "El Sábado" se basa en los montos en dinero recibidos por las universidades. Porque mientras mayor fue el número de alumnos con buenos puntajes que ingresaron a una universidad, mayor fue el monto que ésta recibió por concepto de AFI.

### LÍDERES INDISCUTIBLES

Como es tradicional, las universidades De Chile y Católica captan el mayor número de alumnos con AFI. De su

matrícula total, más del 93% llegó con este aporte. Eso se tradujo para sus arcas en un ingreso de más de 3 mil millones de pesos.

Y si bien la Universidad de Chile tiene más alumnos con AFI, la Pontificia Universidad Católica (PUC) tiene un mayor porcentaje de alumnos en el tramo más alto, es

decir, el más caro, lo que explica por qué esta casa de estudios superiores está en el primer lugar en este ranking general. Y como la información se llevó a escala de la PSU, se puede decir que la Católica obtiene un puntaje nacional de 924 puntos.

Al usar esta escala, conocida y familiar para todos, es posible observar con más crudeza las diferencias que existen en el sistema universitario nacional. Al otro extremo de la PUC, al final de la tabla, se ubica la Universidad Adventista de Chile con 416 puntos. La realidad es que dos tercios de las universidades chilenas no alcanzan a tener ni 10% de sus alumnos con puntajes sobre 655.

Las universidades que están bajo el puesto 29 de este ranking tienen puntajes inferiores a 450 puntos, puntaje de corte que utilizan en la actualidad la mayoría de las universidades tradicionales a la hora de seleccionar a sus alumnos. Es decir, la mitad de nuestras universidades quedaría fuera del proceso tradicional.

La última universidad en obtener un puntaje sobre 500 puntos es la Del Desarrollo que ocupa el casillero número 20.

En este ranking no se consideraron las universidades privadas Gabriela Mistral y Bernardo O'Higgins, ya que renunciaron a este beneficio.

## RANKING DE UNIVERSIDADES

completas equivalentes (JCE), que no son otra cosa que una estimación aproximada de la dedicación de los profesores.

Para obtener las JCE, el equipo de expertos de "El Sábado" sumó todos los docentes con jornada completa, la mitad de los con media jornada y el 20 por ciento de los jornadas horas. En otras palabras, cinco profesores jornadas horas corresponden a uno JCE. En este ranking se exceptuaron los docentes no titulados y los técnicos.

Lo primero que se consideró en la evaluación fue la cantidad de profesores con posgrados al nivel de doctorados y especialidades médicas, pertenecientes a la institución. A esta variable se le entregó el 60 por ciento del total de la ponderación.

El otro 40 por ciento se otorgó al indicador construido sobre la base de la cantidad de alumnos por docente.

La escala de la PSU parece bastante poco amistosa en este ranking, ya que marca con mayor nitidez las diferencias entre las distintas universidades. Pero es la que presenta también las mayores sorpresas.

### GRANDES SORPRESAS

Lo primero que llama la atención es la diferencia en puntaje entre la número uno y la segunda. Cien puntos separan a la Pontificia Universidad Católica (con 745) de la De Concepción. Ambas con números muy favorables en cuanto a profesores con mayor permanencia en la institución y con posgrados. Y no hay que olvidar que se está considerando el grado de doctorado que, en nuestro país, tiene niveles muy bajos. En Chile, aún no llega a 200 el número de doctores graduados al año.

Pero no son las universidades ubicadas en el top de la tabla las que más llaman la atención, sino la temprana aparición de las universidades privadas y de regiones que se cue-  
lan en espacios que parecían ganados por instituciones tradicionales.

### UNIVERSIDADES PRIVADAS Y DE REGIONES SE CUELAN ENTRE LOS PUESTOS QUE PARECÍAN GANADOS POR INSTITUCIONES TRADICIONALES.

En el tercer lugar se ubica la Universidad de Los Andes. Durante los últimos años esta institución ha privilegiado la inversión en su cuerpo docente para mejorar sus índices de investigación. Y no sólo ha

potenciado la formación de éstos a nivel de posgrados, sino también la estabilidad. Cada año hay más docentes con jornadas completas en esta casa de estudios superiores, como una manera de comprometerlos con su proyecto institucional.

Si bien el cuarto lugar lo retoma una universidad tradicional, la Austral de Valdivia, el quinto casillero lo vuelve a ocupar una privada. Se trata de la Alberto Hurtado.

Siguen las sorpresas. La Universidad de Chile ocupa el casillero número ocho con un puntaje de 587 puntos, por debajo de la Universidad de Talca y la de Magallanes, que tienen 594 y 590 puntos respectivamente.

Otra universidad que aparece mal rankeada es la De Santiago, que está en el lugar número 11 con 566 puntos. La supera la De Antofagasta y Católica del Maule.

En este ranking, la última universidad que aparece, con 367 puntos, es la De Las Américas, lo que se debe, básicamente, a la desfavorable relación que existe entre su cuerpo docente -ya sea en grados como en jornadas- con el último número de su matrícula, que sobrepasa los 20 mil alumnos.

UNIVERSIDAD CALIDAD DOCENTE

1	Pontificia U. Católica de Chile	745
2	De Concepción	645
3	De Los Andes	621
4	Austral de Chile	619
5	Alberto Hurtado	607
6	De Talca	594
7	De Magallanes	590
8	De Chile	587
9	De Antofagasta	575
10	Católica del Maule	567
11	De Santiago	566
12	Uniac (U. de Artes, Cs. y Com.)	561
13	Adolfo Ibáñez	551
14	Del Desarrollo	545
15	De Tarapacá	536
16	Católica del Norte	534
17	Católica de la S. Concepción	521
18	Gabriela Mistral	520
19	Ucinf (U. de Cs. de la Informática)	519
20	De La Frontera	514
21	De Valparaíso	514
22	Pontificia U. Católica de Valparaíso	500
23	Finis Terrae	500
24	De Atacama	495
25	Marítima de Chile	492
26	Adventista de Chile	492
27	Unicit (U. Iberoamericana de C. y T)	491
28	Católica de Temuco	490
29	Metropolitana de Cs de la Educ.	486
30	Mayor	481
31	Del Bío-Bío	480
32	De Viña del Mar	479
33	Andrés Bello	479
34	Internacional SEK	473
35	De La Serena	470
36	De Playa Ancha	469
37	Tecnológica Metropolitana	468
38	Diego Portales	443
39	Católica C. Raúl Silva H.	431
40	Tecnológica de Chile	427
41	Mariano Egaña	423
42	Arcis (U. de Artes y Cs. Sociales)	417
43	La República	417
44	Santo Tomás	412
45	Bolivariana	403
46	Del Mar	400
47	Autónoma de Chile	395
48	De Los Lagos	395
49	Central de Chile	386
50	Bernardo O'Higgins	380
51	De Las Américas	367

\*Las universidades Academia de Humanismo Cristiano, Arturo Prat, Del Pacífico, San Sebastián y Técnica Federico Santa María no pudieron ser evaluadas en este indicador, ya que no enviaron información relativa a sus docentes al CSE.

UNIVERSIDAD	INVESTIGACIÓN
1 De Chile	934
2 Pontificia U. Católica de Chile	789
3 De Concepción	744
4 Austral de Chile	730
5 De Santiago	639
6 Católica del Norte	638
7 De Talca	613
8 Pontificia U. Católica de Valparaíso	604
9 De Antofagasta	579
10 De Los Lagos	572
11 De La Frontera	562
12 De Valparaíso	525
13 Católica de Temuco	523
14 De Magallanes	517
15 De Tarapacá	516
16 De La Serena	507
17 Del Bío-Bío	485
18 Católica de la S. Concepción	481
19 De Los Andes	480
20 Andrés Bello	466
21 De Atacama	459
22 Católica del Maule	455
23 Adolfo Ibáñez	449
24 Alberto Hurtado	447
25 Católica C. Raúl Silva H.	446
26 Tecnológica Metropolitana	445
27 Internacional SEK	444
28 Diego Portales	444
29 Metropolitana de Cs de la Educ.	443
30 Unicit (U. Iberoamericana de C. y T.)	442
31 Del Desarrollo	442
32 De Playa Ancha	439
33 Mayor	438
34 Santo Tomás	436
35 Arcis (U. de Artes y Cs. Sociales)	436
36 Central de Chile	436
37 Tecnológica de Chile	435
38 Adventista de Chile	434
39 Del Mar	434
40 De Viña del Mar	433
41 Marítima de Chile	433
42 Bolivariana	433
43 De Las Américas	433
44 Gabriela Mistral	433
45 Finis Terrae	432
46 La República	432
47 Bernardo O'Higgins	432
48 Ucinf (U. de Cs. de la Informática)	432
49 Autónoma de Chile	432
50 Mariano Egaña	432
51 Uniacc (U. de Artes, Cs. y Com.)	432

\*Las universidades Academia de Humanismo Cristiano, Arturo Prat, Del Pacífico, San Sebastián y Técnica Federico Santa María no pudieron ser evaluadas en este indicador, ya que no enviaron información relativa a sus docentes al CSE.

se consideraron todos los proyectos en que participa la universidad, no sólo en aquellos en que es institución principal.

A los proyectos se les otorgó el 40% de la ponderación, porcentaje que se obtuvo de la relación del monto total recibido por la institución con el número de docentes con jornada completa equivalente (JCE), que es una forma de estimar una dedicación aproximada de los profesores. En el cálculo de las JCE fueron excluidos los docentes sin título y los técnicos.

La otra variable que incluye este indicador, y que se lleva el 60% de la ponderación total, son las publicaciones realizadas por los profesores en revistas de corriente principal (las más importantes para el mundo científico internacional). También se utilizaron en este caso las jornadas completas equivalentes.

Se contabilizaron los títulos incluidos, durante los últimos tres años, en el Institute for Scientific Information (ISI), indicador usado con frecuencia en los rankings internacionales, ya que en él están las principales revistas científicas del mundo. Además, para proporcionar mayor información respecto de papers nacionales publicados en revistas que no están incluidas en ISI, se agregaron las publicaciones del Scientific Electronic Library Online (SciELO), correspondientes también a los tres últimos años.

Por la trascendencia y la tradición, el peso dado a ambos índices es distinto: cada publicación SciELO se valoró exactamente con la mitad de un paper ISI.

#### LOS PUNTAJES NACIONALES

Como los ranking generales fueron llevados a la escala de la PSU, se puede hablar con certeza de que hay un gran puntaje nacional en investigación: la Universidad de Chile obtuvo 934 puntos. Casi 150 puntos más abajo, aunque también con un puntaje que la ubicaría en un sitio de honor, está la PUC.

Sólo las universidades de Concep-

### ES DRAMÁTICO COMPROBAR QUE DESDE EL LUGAR 17 DE LA TABLA, TODAS LAS UNIVERSIDADES TIENEN BAJO 500 PUNTOS.

ción y Austral, que siguen en el listado, obtienen más de 700 puntos en este indicador. Inmediatamente después están las De Santiago, Católica del Norte, De Talca y la PUC de Valparaíso, que son las únicas que consiguen puntajes sobre 600.

Más dramático resulta comprobar que desde el lugar 17 de la tabla, todas las universidades tienen bajo 500 puntos. En este tramo, la mayoría son privadas, aunque también hay universidades tradicionales, gran parte de ellas de regiones.

La diferencia de los puntajes en este indicador no es más que el reflejo de la realidad de la investigación en Chile, lo que se traduce en el histórico predominio de las universidades tradicionales en esta área.

Pocas instituciones privadas logran ubicarse en el medio de la tabla, que no es mucho decir, ya que es el rango de los 400 puntos. Se trata de las universidades De Los Andes y Andrés Bello. La presencia de estos dos planteles no debiera extrañar, ya que tanto en las encuestas de opinión general, como en las de nivel académico, ambas aparecen con mayores proyecciones dentro del competitivo escenario universitario nacional.

Los extremos en los montos por concepto de proyectos es revelador: la Universidad de Chile recibe un total de \$38.068.065.012, mientras que las Del Pacífico y De Las Américas reciben apenas \$4.000.000, cada una. Trece instituciones privadas no obtienen concursos públicos. Un tema que ha dado para más de alguna polémica entre los dos sectores antagónicos que existen en el sistema nacional de educación.

En este indicador no pudieron ser rankeadas las universidades Academia de Humanismo Cristiano, Arturo Prat, Del Pacífico, San Sebastián y Técnica Federico Santa María, ya que no enviaron la información requerida por el Consejo Superior de Educación, CSE.

RANKING DE INFRAESTRUCTURA

# MÁS QUE UNA BONITA FACHADA

UNA BUENA CONSTRUCCIÓN NO ES LO ÚNICO QUE LA UNIVERSIDAD DEBE OFRECER. TAMBIÉN SE REQUIERE UNA "INFRAESTRUCTURA INTELECTUAL": TÍTULOS EN BIBLIOTECA Y NÚMERO DE COMPUTADORES PARA LOS ALUMNOS.



A veces la cuidada fachada de un edificio no es más que eso. Esa cara puede esconder construcciones precarias que no responden a las necesidades básicas de los universitarios. Por ello es importante conocer la infraestructura que ofrecen las casas de estudios superiores. No sólo eso. También importan los complementos "intelectuales", como la cantidad de títulos en biblioteca y los computadores para uso estudiantil.

## CÓMO SE PONDERÓ

Considerar sólo la superficie construida de las universidades lleva a distorsiones, ya que ésta se mide en relación a la cantidad de alumnos matriculados. Ver sólo los alumnos por superficie construida puede ubicar a un plantel con una modesta infraestructura en los puestos preferenciales del ranking, sobre todo si cuenta con un número escaso de estudiantes.

Rese a la dificultad del indicador, éste ha sido validado tanto a nivel nacional

como internacional. De ahí que se haya incluido esta variable, aunque su ponderación bajó considerablemente respecto del ranking 2004: pasó del 100 por ciento al 30 por ciento de la ponderación total. Del 70 por ciento restante, se ponderó con el 20 por ciento a los computadores, ya que hoy son parte del inventario obligado.

La mayor ponderación de este indicador la tienen los títulos en biblioteca: 50 por ciento.

Los resultados arrojan datos sorprendentes. El puntaje máximo lo obtuvo la Universidad Alberto Hurtado (UAH) con 758 puntos. La entidad jesuita supera, en algunos casos con mucha distancia, a las universidades reconocidas como las mejores del país. Un elemento que favorece a la UAH es la relación que tiene entre su superficie construida y la cantidad de alumnos. Su matrícula no llega a los tres mil estudiantes y cuenta con 147.093 títulos. Es la quinta en cantidad de títulos, considerando a todas las universidades chilenas.

También sorprende que la PUC se ubique en el casillero 8, con 580 puntos en la escala PSU. Por debajo de instituciones privadas que tienen poca figuración en las mediciones, como la Adventista (3) y la Uniaacc (7). La U. de Chile ocupa el segundo lugar con 753 puntos.


Una universidad que tradicionalmente consigue buenos puestos y que en este indicador aparece en la parte baja de la tabla, es la Técnica Federico Santa María (48). Un dato para tener en cuenta: mientras la UAH cuenta con una biblioteca con 147.093 títulos y una matrícula de 2.697 estudiantes; la Santa María ofrece 19.100 libros distintos y tiene más de 9.500 alumnos.

UNIVERSIDAD	INFRAESTRUCTURA
1 Alberto Hurtado	758
2 De Chile	753
3 Adventista de Chile	648
4 De La Frontera	638
5 De Tarapacá	617
6 De Antofagasta	586
7 Uniaacc (U. de Artes, Cs. y Com.)	581
8 Pontificia U. Católica de Chile	580
9 Gabriela Mistral	576
10 De Talca	546
11 De Atacama	535
12 Católica del Norte	533
13 Diego Portales	532
14 Unicit (U. Iberoamericana de C. y T.)	532
15 Pontificia U. Católica de Valparaíso	511
16 Central de Chile	509
17 Metropolitana de Cs de la Educ.	505
18 De La Serena	502
19 De Los Andes	502
20 Martima de Chile	501
21 Del Bio-Bio	500
22 Arturo Prat	500
23 Austral de Chile	493
24 Finis Terrae	493
25 De Villa del Mar	483
26 Católica de la S. Concepción	478
27 Academia de H. Cristiano	476
28 Bolivariana	475
29 Adolfo Ibáñez	474
30 Tecnológica de Chile	473
31 Arcis (U. de Artes y Cs. Sociales)	470
32 Católica del Maule	467
33 Del Desarrollo	460
34 Tecnológica Metropolitana	460
35 Mayor	456
36 Católica C. Raúl Silva H.	455
37 De Magallanes	454
38 La República	450
39 Del Pacífico	443
40 Mariano Egaña	442
41 Católica de Temuco	438
42 Bernardo O'Higgins	436
43 Internacional SEK	434
44 De Playa Ancha	433
45 Autónoma de Chile	432
46 Del Mar	432
47 Andrés Bello	432
48 Técnica Federico Santa María	431
49 San Sebastián	428
50 Santo Tomás	425
51 De Los Lagos	412
52 De Las Américas	403
53 Ucinf (U. de Cs. de la Informática)	392


\*Las universidades De Concepción, De Santiago y De Valparaíso no pudieron ser evaluadas en este indicador, ya que no enviaron la información requerida por el CSE.


## ANEXO Nº2 Colegios Entrevistados

Se enviaron a todos los Directores de colegios y liceos preseleccionados de la V Región, cartas personalizadas solicitando autorización para encuestar a los alumnos, bien supervisados y con tiempo asignado suficiente para lograr obtener respuestas confiables. Algunas instituciones rechazaron la solicitud, mientras que otras incluso sin la carta de solicitud aceptaron. Así también, hubo instituciones educacionales que contestaron positivamente pero por las tomas de colegios que acontecían en la fecha de la encuesta, se vieron obligadas finalmente a rechazar la petición.

 UNIVERSIDAD DEL MAR

Institución Educacional	Recepcionado por:	Cargo Institución	Firma
Colegio Tierra del Fuego de Quillota	Miriam Franco	Dirección	[Firma]
Colegio Nuevo Milenio de Villa Alemana	Juan Bruni	Secret. Acad.	[Firma]
Colegio San Agustín de Villa Alemana	Carlos Rivera	Jefe UTP	[Firma]
Colegio San Antonio de Villa Alemana	Mónica Cordero	Sec. Académica	[Firma]
Colegio Boston de Villa Alemana	Lorena Figueroa	Secretaría	[Firma]
Colegio San Pedro Nolasco de Quillota	Ped. Meneses	Secretaría	[Firma]
Colegio Entre Valles de Villa Alemana	Ignacio Guerra	Secret. Tránsito	[Firma]
Colegio Jean Piaget de Peñablanca	Juan Cruz	Director	[Firma]
Liceo Santiago Escuti Orrego de Quillota	Carlos Venegas	Director	[Firma]
Liceo Ciudad de Quillota de Quillota	Teresa Patek	Directora	[Firma]
Liceo Juan XXIII del Belloto - Villa Alemana	Leonora Rodríguez	DIRECTOR	[Firma]
Liceo Técnico Femenino de Quilpie			





**ECUM**  
Escuela de Comunicación

Alcalde Prieto Nieto 452 / Viña del Mar - Chile  
FONOS: (56-32) 269 39 93 - 2 999 000 (ANEXO 5921) / FAX: (56-32) 269 82 85  
www.ecum.cl

## ANEXO Nº3 Encuesta Filtro

### **RESEARCH**

#### **1. De las siguientes características o atributos, cuáles consideras tu debiese tener una Universidad. (Marca a lo más 5)**

- a) Calidad de profesores
- b) Facilidades de pago, créditos, becas
- c) Acreditada
- d) Buenas perspectivas de empleo futuro
- e) Calidad Recursos Tecnológicos
- f) Nivel de exigencia carreras
- g) Prestigio en general
- h) Vinculación con Ues Extranjeras
- i) Enseñanza con práctica
- j) Infraestructura
- k) Prestigio en investigación
- l) Infraest. Para recreación
- m) Formación valórica
- n) Variedad de Carreras
- o) Calidad de Programas Postgrado
- p) Requisitos de ingreso
- q) Bajo conflicto estudiantil
- r) Comprometida con el desarrollo de la región
- s) Ubicación de sedes
- t) Actividades de extensión
- u) Publicidad

#### **2. ¿Con qué nivel asocias las siguientes Universidades Privadas? Donde:**

_____ Universidad Viña del Mar	<b>Nivel 1</b> = Universidad Privada de "Excelencia" (Comparable con Universidades Tradicionales)
_____ Universidad del Mar	
_____ Universidad Adolfo Ibáñez	
_____ Universidad Aconcagua	<b>Nivel 2</b> = Universidad Privada "Promedio" (NO comparable con Universidades Tradicionales)
_____ Universidad Las Américas	
_____ Universidad Andrés Bello	
_____ Universidad Santo Tomás	<b>Nivel 3</b> = Universidad Privada "Bajo el Promedio" (Comparable con Institutos Profesionales)
_____ Universidad Arcis	

# ANEXO Nº4

## Cuestionario

### Encuesta: ESTUDIO POSICIONAMIENTO UNIVERSIDADES

Marca con una X si eres:

- Estudiante IV Medio     Estudiante Universitario  
 Apoderado                 Otro

**1) ¿Qué Universidades Privadas conoces?**

- 1) \_\_\_\_\_ 5) \_\_\_\_\_  
 2) \_\_\_\_\_ 6) \_\_\_\_\_  
 3) \_\_\_\_\_ 7) \_\_\_\_\_  
 4) \_\_\_\_\_ 8) \_\_\_\_\_

Ayuda:  SI  NO

**2) De la siguiente tabla, ¿cuáles son los atributos que asocias a estas Universidades?**

	Universidad Viña del Mar	Universidad del Mar	Universidad Las Américas	Universidad Andrés Bello	Universidad Santo Tomás
Calidad de profesores					
Calidad de Recursos Tecnológicos					
Buenas perspectivas de empleo futuro					
Facilidades de pago, créditos, becas					
Acreditada					

**3) De los atributos de la pregunta Nº 2, ¿cuál consideras tú que es el más importante?**

1.- \_\_\_\_\_

**4) ¿De qué manera has recibido información o te has vinculado con la Universidad del Mar? Marca las alternativas que desees**

- a) He visitado a alguna sede  
 b) Por Publicidad  
 c) Visitó mi Colegio  
 d) Un amigo estudia ahí  
 e) He visitado la pagina web  
 f) No, no he recibido información y tampoco estoy vinculado con ella

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

**5) ¿Cuáles son los aspectos POSITIVOS que tiene para usted la Universidad del Mar?**

(Mencione al menos 3; máximo 5)

Los aspectos positivos que creo tiene esta institución son:

- 1.- \_\_\_\_\_  
 2.- \_\_\_\_\_  
 3.- \_\_\_\_\_  
 4.- \_\_\_\_\_  
 5.- \_\_\_\_\_

**6) ¿Cuáles son los aspectos NEGATIVOS que tiene para usted la Universidad del Mar?**

(Mencione al menos 3; máximo 5)

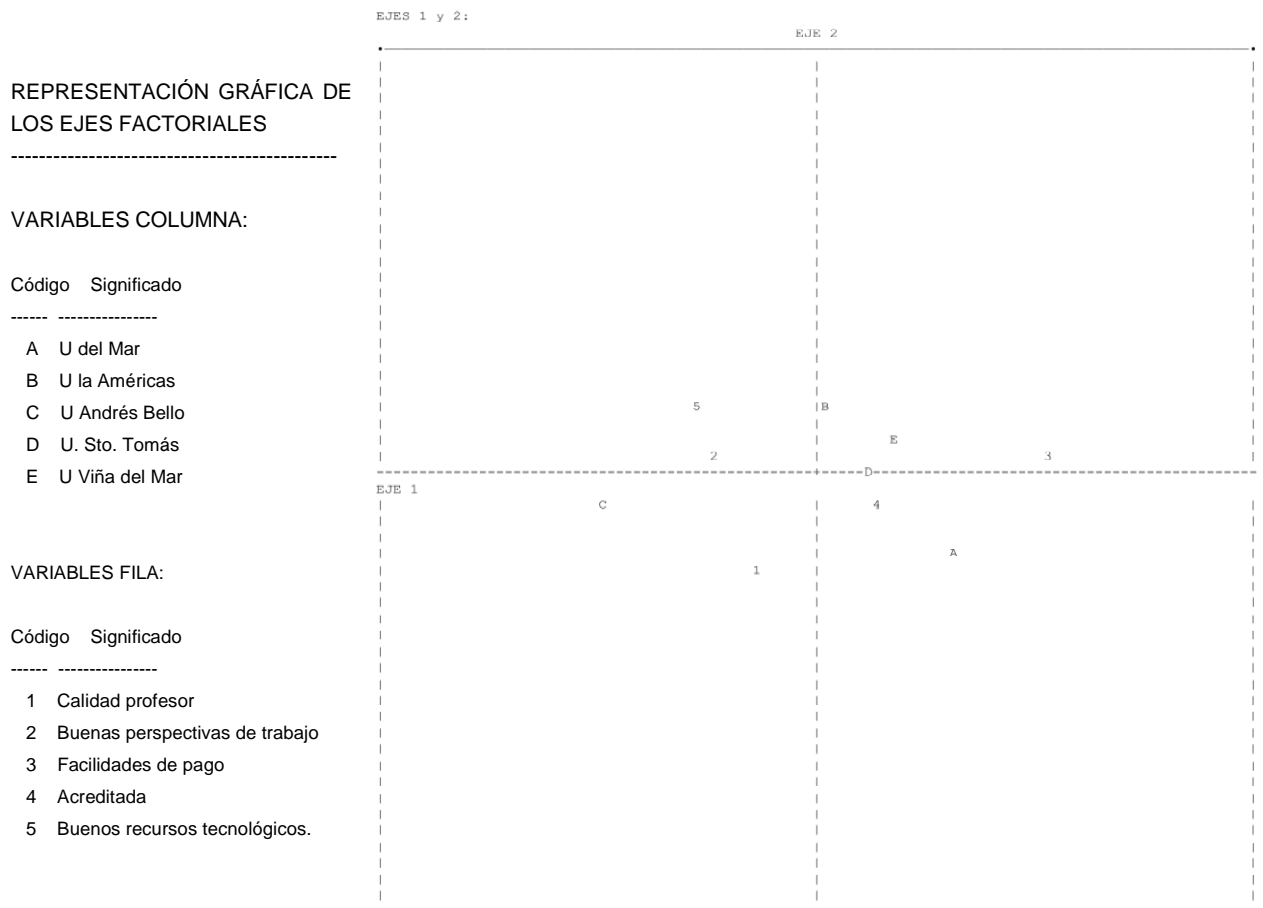
Los aspectos negativos que creo tiene esta institución son:

- 1.- \_\_\_\_\_  
 2.- \_\_\_\_\_  
 3.- \_\_\_\_\_  
 4.- \_\_\_\_\_  
 5.- \_\_\_\_\_

## ANEXO N° 5 Mapa de Posicionamiento

### SOFTWARE UTILIZADO: Programa DYANE 3.0 (Diseño y Análisis de Encuestas)

Programa estadístico para administración de datos, procesamiento y análisis y presentación de resultados con cuadros y gráficos.



## **ANEXO Nº6**

### **Carta Renuncia Ex Rector Raúl Urrutia**

Mauricio Villaseñor Castro  
Presidente  
Junta Directiva  
Corporación Educacional Universidad del Mar

De mi consideración:

Por la presente, vengo en renunciar al cargo de Rector de la Universidad del Mar, para el cual fui designado por la Junta Directiva el pasado 10 de abril del año en curso.

Los motivos de la renuncia son los que a continuación expongo:  
a) El viernes de la semana pasada me encontré con la sorpresa de un correo electrónico por el cual se me sindicaba como incumplidor de un acuerdo que había asumido la Universidad para pagar deudas a la Compañía de Seguros Security, la cual a través de su abogado don Sergio Riveaux así me lo indicaba, quien me manifestaba que el señor Sergio Vera le señaló que habiendo flujo de caja no se quería pagar este compromiso.

Como es de conocimiento de los miembros de la Junta Directiva, mi trabajo durante este último tiempo se centró fundamentalmente en obtener los dineros suficientes para pagar las remuneraciones del personal a contrata y sus cotizaciones previsionales, como también los honorarios de nuestros docentes. Al viernes 25 de mayo de 2012, faltaban para cumplir los compromisos con nuestros trabajadores más de \$250.000.000.- sin contar con el pago de las cotizaciones previsionales.

Mi preocupación es cumplir con quienes son parte del quehacer universitario, es

decir nuestros trabajadores, quienes no tienen responsabilidad en el riesgo de la institución, sino que este debe ser asumido por quienes ostentan la calidad de controladores o dueños de la Universidad.-

En el pasado, este riesgo lo asumieron los trabajadores y no los dueños: Se les pagó en cuotas las remuneraciones mensuales, y a la fecha la Universidad tiene una deuda de \$ 554.000.000 en las diferentes instituciones previsionales. En cambio, en el mismo período en que se pagó parcializada las remuneraciones y no se pagaron las cotizaciones previsionales, si se pagaron más de \$ 600.000.000.- a los controladores en forma directa o indirectamente a través de las inmobiliarias, según informe que se nos entregó a todos los miembros de la Junta Directiva. Es efectivo que este pago a las inmobiliarias, corresponde a rentas de arrendamiento, pero es obvio entender cuáles son las prioridades.

b) En atención a lo anterior, tomé la determinación de parar todos los pagos, que no fueran remuneraciones, honorarios y cotizaciones previsionales, pero sin perjuicio de lo anterior, se dio instrucciones para pagar rentas de arrendamiento en una sede de la Universidad, sin siquiera consultar a este Rector.

c) Lo anterior, impide que la Rectoría pueda asumir en plenitud la responsabilidad de conducción de la Universidad.

d) A mayor abundamiento, las presiones de algunos miembros de la Junta Directiva para que se les pague lo adeudado a ellos, o bien a sus inmobiliarias, hacen imposible realizar una planificación de los ingresos y egresos de la Universidad, teniendo siempre presente cual es el giro de esta Institución.

e) Por último, esta Rectoría sintió desde un principio no sólo la presión de algunos integrantes de la Junta Directiva, sino que además no se cumplió con lo acordado en el sentido que ellos dejarían físicamente las oficinas de la Universidad, y que se retirarían paulatinamente de la Junta Directiva. Así se acordó y así se transmitió a las autoridades educacionales como un avance importante en obtener una Universidad que no se encontrará sumida a los controladores o dueños. Nada ocurrió, y más aún se intensificó el control de algunos de los controladores.

f) Esta rectoría considera que los actuales controladores no tienen interés alguno en el quehacer universitario, lo que se explica por la baja inversión en ella que permita entregar una educación de calidad. Prueba de ello, es la cantidad de bibliotecólogos que tiene la Universidad en todas sus sedes. Esto sólo como una muestra.-

g) Finalmente, las permanentes disputas entre los tres controladores, que son conocidas por toda la Universidad, hacen que esta se transforme en inviable, sino hay un cambio radical, no sólo en actitud, sino en una disposición de crear una estructura organizacional distinta, tendiente a que las decisiones sean tomadas por las autoridades que los Estatutos establezcan sin posterior injerencia de ellos.-

Por las razones antes expuestas, que son un resumen de lo visto y vivido en estos días, me han hecho tomar esta decisión de renunciar, teniendo presente lo que ello puede significar para la comunidad universitaria.-

Asimismo, renuncio como miembro de la Junta Directiva.-

Saluda atentamente a usted,

***Raúl Urrutia Ávila***  
*Rector*

## ANEXO N°7

### Carta Renuncia Ex Rector Raúl Urrutia

#### LATERCERA

## Ministro Beyer confirma envió de oficio al CNED para cierre de U. del Mar

*El titular de Educación sostuvo que "hay un quebrantamiento grave de los estatutos de la institución", tras la investigación iniciada en el plantel hace cinco meses.*

*por Fabiola Melo - 30/10/2012 - 13:14*

**El ministro de Educación, Harald Beyer** confirmó hoy el **envió de un oficio al Consejo Nacional de Educación** donde solicita el **cierre de la Universidad del Mar**, por **infracciones graves a los estatutos**, tras la investigación iniciada hace cinco meses por el Ministerio.

"Se envió un oficio al CNED con el convencimiento del Ministerio de Educación de que corresponde el cierre o la cancelación de la personalidad jurídica de esa institución, atendida infracciones graves a los estatutos", sostuvo el titular de la cartera.

**"Ahora comienza un proceso donde el CNED tiene que escuchar a las distintas partes y evalúa si el planteamiento que el Mineduc ha hecho es correcto**, si está en línea con los requerimientos legales que nosotros estamos sosteniendo en ese oficio", agregó Beyer.

Consultado sobre el contenido de la investigación, el secretario de Estado declaró que **"no me puedo pronunciar respecto a los detalles de ese oficio**, porque la investigación es reservada", señalando que "nosotros vamos a apoyar a los estudiantes, no a la institución".

#### **CIERRE GRADUAL**

Beyer explicó que "el CNED para efectos prácticos actúa como un tribunal. Eso significa que tiene que escuchar primero a todas las partes y decidir sobre la base de los distintos antecedentes si es que el Ministerio de Educación está en lo correcto en su petición".

Si está en lo correcto, agregó Beyer, **"se produce un cierre gradual de la institución y al mismo tiempo, tanto el Consejo como nosotros, velamos por la titulación**

**oportuna de los estudiantes** de esta institución o por el traspaso de los estudiantes a otras instituciones de educación superior".

Sin embargo, aclaró el Ministro, **"el CNED no tiene un plazo definido en la ley.** Ellos tienen que tomarse el tiempo que estimen conveniente para hacer la investigación".

"Lo que nosotros creemos que estamos haciendo es satisfaciendo la legislación vigente, que establece -en opinión del Ministerio- que hay un quebrantamiento grave de los estatutos de la institución. Lamentablemente no tenemos más atribuciones, no tenemos sanciones intermedias", agregó.

### **SUPERINTENDENCIA**

"Nosotros hemos dicho que necesitamos un nuevo marco regulatorio, con una Superintendencia, con un nuevo sistema de aseguramiento a la calidad, que de alguna forma de cuenta de los distintos problemas y tengamos una regulación mucho más apropiada y mayor capacidad de fiscalización", aseguró el secretario de Estado explicando que la institución "estuvo 22 años sin ninguna investigación, profunda".

"Con las atribuciones modestas del ministerio de Educación, cuando el ministerio llega a estas conclusiones, lo único que cabe, es pedir el cierre de la institución", concluyó.