RESOLUCIÓN N° 425

POR LA CUAL SE DISPONE ACREDITAR, POR 6 AÑOS, LA CARRERA DE LICENCIATURA EN MARKETING, DEPENDIENTE DE LA FACULTAD DE GESTIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN DE LAS AMÉRICAS (UNIDA), SEDE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DEL MECANISMO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE CARRERAS DE GRADO DEL MODELO NACIONAL.

Asunción, 13 de noviembre de 2024

VISTO: El proceso de evaluación desarrollado por la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior, en la carrera de Licenciatura en Marketing, dependiente de la Facultad de Gestión de la Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA), sede Asunción; y,

CONSIDERANDO: Que, la Ley N° 2072/2003 *"De creación de la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior"*, en su artículo 1°, establece que la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (ANEAES) tiene como finalidad evaluar y, en su caso, acreditar la calidad académica de las instituciones de educación superior;

Que, la citada Ley en su artículo 22 establece: *"La acreditación es la certificación académica de una institución de educación superior o de una carrera o curso de posgrado, basada en juicio sobre la consistencia entre objetivos, los recursos y la gestión de una unidad académica. Comprende la autoevaluación, la evaluación externa y el informe final…";*

Que, por Resolución N° 213 de fecha 19 de julio de 2018, se aprueban los documentos actualizados del Modelo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior, para carreras de grado, y se autoriza su publicación;

Que, la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior ha realizado el proceso de evaluación de la carrera de Licenciatura en Marketing, dependiente de la Facultad de Gestión de la Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA), sede Asunción;

Que, la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior ha analizado el informe de autoevaluación y el informe del Comité de Pares Evaluadores conformado por Mirna Sanabria Zotelo, Alejandra Yuchimiuk López y Víctor Daniel Lugo Matiauda, a los efectos de redactar la síntesis evaluativa respectiva;

Que, el Consejo Directivo de la ANEAES, luego de un análisis exhaustivo del proceso de evaluación realizado, ha decidido acreditar por 6 años, la carrera de Licenciatura en Marketing, dependiente de la Facultad de Gestión de la Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA), sede Asunción, según consta en el Acta N° 21 de fecha 13 de noviembre de 2024;

RESOLUCIÓN N° 425

POR LA CUAL SE DISPONE ACREDITAR, POR 6 AÑOS, LA CARRERA DE LICENCIATURA EN MARKETING, DEPENDIENTE DE LA FACULTAD DE GESTIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN DE LAS AMÉRICAS (UNIDA), SEDE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DEL MECANISMO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE CARRERAS DE GRADO DEL MODELO NACIONAL.

Que, el artículo 82 de la Ley Nº 4995 *"De Educación Superior"* establece: "*La Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (ANEAES) es el organismo técnico encargado de evaluar y acreditar la calidad académica de los Institutos de Educación Superior. Posee autonomía académica, administrativa y financiera…*";

Que, el artículo 9º de la Ley N° 2072/2003 establece: "*… Son funciones del Presidente del Consejo Directivo, en los límites de ésta ley y de las resoluciones del Consejo Directivo: 1) representar a la Agencia; 2) suscribir la documentación que expide la Agencia…*";

Que, según Decreto N° 6748 de fecha 26 de enero de 2017, Decreto N° 4919 de fecha 25 de febrero de 2021, Decreto N° 6933 de fecha 11 de abril de 2022, Decreto N° 6982 de fecha 26 de abril de 2022 y Decreto N° 7596 de fecha 05 de agosto de 2022, se nombran a miembros del Consejo Directivo de la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior;

Que, según testimonio obrante en el Acta Nº 05 labrada en fecha 22 de febrero de 2023, se reeligió a la Presidente del Consejo Directivo;

Por tanto, y en uso de sus atribuciones legales,

LA PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DE LA AGENCIA NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

RESUELVE:

1°.- **ACREDITAR** por 6 años, la carrera de Licenciatura en Marketing, dependiente de la Facultad de Gestión de la Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA), sede Asunción, a partir de la fecha de promulgación de la presente Resolución.

2°.- **RECOMENDAR** a la Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA), sede Asunción, a implementar las sugerencias de mejora enunciadas en el informe anexo a la presente Resolución, para la carrera de Licenciatura en Marketing.

RESOLUCIÓN N° 425

POR LA CUAL SE DISPONE ACREDITAR, POR 6 AÑOS, LA CARRERA DE LICENCIATURA EN MARKETING, DEPENDIENTE DE LA FACULTAD DE GESTIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN DE LAS AMÉRICAS (UNIDA), SEDE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DEL MECANISMO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE CARRERAS DE GRADO DEL MODELO NACIONAL.

3°.- **DISPONER** la entrega del Plan de Mejoras en un plazo no mayor a 90 (noventa) días, a partir de la recepción de la presente Resolución. Dicha herramienta de gestión deberá responder al cumplimiento de las recomendaciones contempladas en el informe anexo a esta disposición.

4°.- **COMUNICAR** y archivar.

Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior · REPÚBLICA DEL PARAGUAY · ANEAES

Dra. Dina Matiauda Sarubbi
Presidente

AGENCIA NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR | TETA ROGAVUSU MBO'EHAOVUSUPEGUA JEHEPYME'E HA ÑEMBOKUATIAHAPEGUA

MODELO NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Mecanismo de Evaluación y Acreditación de Carreras de Grado

Evaluación con fines de Acreditación

INFORME FINAL

Institución: Universidad de la Integración de las Américas

Carrera: Licenciatura en Marketing

Unidad Académica: Facultad de Gestión

Sede/Filial: Asunción

Pares Evaluadores: 1. Mirna Estela Sanabria Zotelo (Coordinadora)

2. Alejandra Mabel Yuchimiuk López (Par visitante)

3. Victor Daniel Lugo Matiauda (Par Relator)

Técnico de Enlace:



INTRODUCCIÓN

A. Presentación de la Institución

La Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA), creada en 2003, es una institución privada que ofrece varias carreras a través de sus distintas facultades, liderada actualmente por el Dr. Eduardo Francisco Chavarri Joo como Rector de la alta casa de estudios, acompañado por un plantel de profesionales altamente calificados. La carrera de Marketing, perteneciente a la Facultad de Gestión, está diseñada para formar profesionales en el ámbito del marketing a lo largo de ocho ciclos académicos, distribuidos en cuatro años, con un plan de estudios estructurado en cuatro áreas de formación: General, Profesional Básica, Profesional Especializada y Gerencial. Con el currículo busca desarrollar en los estudiantes competencias en las áreas de gestión, liderazgo y estrategia empresarial, preparándose para enfrentar los desafíos del mercado laboral. La carrera de Marketing ha entrado en un proceso de autoevaluación y evaluación externa con miras a la acreditación, lo que muestra su compromiso con la calidad educativa y el cumplimiento de los estándares exigidos a nivel nacional por la ANEAES. Para analizar el debido cumplimiento la carrera constituyó un Comité de autoevaluación, cuyos miembros han tenido la responsabilidad de analizar, evaluar y sugerir las mejoras correspondientes, teniendo en cuenta la matriz de calidad educativa establecida por la ANEAES en sus cinco dimensiones: gobernanza de la carrera, proyecto académico, personas, recursos, impacto y resultados, continuando así el proceso constante de mejora educativa; y los cuales a su vez fueron revisados, analizados y evaluados por el comité de pares evaluadores externos.

B. Descripción de la Visita

Día 1: Lunes 5 de agosto de 2024
El primer día de la visita comenzó con la organización del Comité de Pares Evaluadores, la recepción formal por parte de los pares a las autoridades de la universidad y el saludo de bienvenida de los autoridades a los pares. Se llevaron a cabo reuniones con el Decano de la Facultad de Gestión, el Coordinador de la Carrera de Marketing, la Dirección Académica, y otros responsables clave, como el Comité de Autoevaluación y el Departamento de Calidad. También se realizaron reuniones con el Departamento de Imagen Institucional, la Oficina Administrativa y Financiera, colaboradores, egresados y estudiantes.
Día 2: Martes 6 de agosto de 2024
El segundo día se centró en reuniones con responsables de áreas específicas como Talento Humano, Investigación, Biblioteca y Bienestar Universitario. También se realizaron entrevistas con el Vicerrector de Investigación, el Departamento de Sistemas e Informática, empleadores y docentes de tiempo completo de las áreas de investigación y extensión.
Día 3: Miércoles 7 de agosto de 2024
El tercer día incluyó reuniones con docentes de la carrera, la Secretaría General de Alumnos, la Secretaría General de Profesores, y la Oficina de Seguimiento a Egresados. También se llevaron a cabo entrevistas con la Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación y con el docente de tiempo completo responsable de pasantías.
Día 4: Jueves 8 de agosto de 2024
El último día se dedicó a un recorrido por las instalaciones de la universidad, incluyendo dependencias administrativas, académicas, aulas, laboratorios, y áreas comunes. Así mismo, durante el recorrido se aprovechó para realizar la revisión final de documentos y se pudo visualizar el funcionamiento de las plataformas Yaguareté, NASA, Biblioteca Digital y Virtual, finalmente se procedió a la preparación del informe de salida, y la lectura del mismo a las autoridades durante la despedida final.

C. Evaluación de la calidad de los informes de autoevaluación, institucional y anexos

La carrera de Marketing de la Facultad de Gestión de la UNIDA, sede Asunción, presentó un informe de autoevaluación que, en términos generales, cumple con los estándares requeridos para este tipo de evaluaciones. El informe proporcionó una visión clara y detallada de la situación actual de la carrera. La estructura utilizada para presentar los medios de verificación, junto con la evaluación de los indicadores y criterios establecidos en cada una de las dimensiones, facilitó una búsqueda y comprensión sencilla de los indicadores analizados, lo cual es necesario para asegurar una evaluación precisa y objetiva. La lista detallada de los medios de verificación brindó un marco de referencia accesible para los evaluadores. En cuanto a las documentaciones y evidencias proporcionadas, la carrera mostró compromiso con el proceso. Los documentos entregados permitieron evaluar los indicadores y criterios de cada dimensión de manera adecuada, ya que contenían la información necesaria para validar los aspectos revisados. El compromiso de la carrera con el proceso de evaluación también se evidenció en la disposición para proporcionar la mayoría de las evidencias solicitadas por los pares evaluadores, durante la visita.

DIMENSIÓN 1. GOBERNANZA DE LA CARRERA				
Componente 1. Organización				
Criterio 1.1.1	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Pertinencia de la Estructura Organizacional de la carrera	a. La estructura organizacional responde a las exigencias de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*Analizando el organigrama institucional se visualiza que la universidad posee una organización de tipo vertical, en la que la Coordinación de Carrera responde a la Facultad de Gestión con autoridad del Decanato, esta su vez depende de la Dirección Académica y esta del Rectorado. En el organigrama de la carrera se puede verificar de manera más detallada que la Dirección de Carrera de Marketing lo ejerce el Decano de Gestión con respaldo del Consejo Directivo de la Facultad, y la Coordinación de Carrera sujeta al Decanato con apoyo de una Comisión Revisora Curricular que atienden las exigencias de la Carrera, y cuenta con todas las áreas esenciales que trabajan de manera matricial como ser Secretaria General de Alumnos, Secretaría General de Profesores, Centro de Información y Publicaciones, Oficina de Relaciones Internacionales e Interinstitucionales, Oficina de Gestión del Talento Humano, Oficina Administrativa y Financiera, Oficina de Imagen Institucional y Marketing, Oficina de Comercialización, Departamento de Calidad Universitaria, Departamento de Bienestar Universitario, Departamento de Informática, entre otros.*	*Organigrama institucional* *Organigrama de la carrera* *Resultado de las reuniones con encargados de la Oficina de Gestión del Talento Humano, Oficina Administrativa y Financiera*
	b. La estructura organizacional de la carrera es coherente con la unidad académica a que pertenece.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a la estructura organizacional de la universidad presentada como evidencia, se observa que la carrera de Marketing forma parte de la Facultad de Gestión, área que se encarga de coordinar las carreras empresariales, por lo que se constata coherencia con la unidad académica a la que pertenece la carrera.*	*Organigrama institucional* *Organigrama de la carrera*
	c. La estructura organizacional de la carrera permite una adecuada coordinación de todos los estamentos de la carrera para lograr los objetivos.	*Cumple Totalmente*	*Mediante análisis de los Organigramas Institucional, del Organigrama de la Carrera de Marketing inserta en la Facultad de Gestión, contrastado con el Manual de Organización y Funciones Institucional, se constata que existen áreas administrativas y académicas a nivel institucional que coadyuvan a la carrera, así mismo, durante la reunión mantenida con directivos, estos aclararon que el sistema de gestión es matricial, además, se observa que la carrera cuenta con áreas académicas propias como la Coordinación de Carrera, lo que evidencia una adecuada coordinación de todos los estamentos para el logro de los objetivos.*	*Organigrama institucional* *Organigrama de la carrera* *Manual de Organización y Funciones Institucional* *Resultado de las reuniones con directivos y con colaboradores*

	d. Están definidas y formalizadas las funciones de las distintas instancias establecidas en la estructura organizacional.	*Cumple Totalmente*	*Las funciones correspondientes a las diversas instancias establecidas en la estructura organizacional, están definidas y formalizadas a través de la Resolución 046/2021, Manual de Organización y Funciones de la Facultad Resolución 014-B/2022*	*Manual de Organización y Funciones Institucionales* *Resolución 046/2021, Manual de Organización y Funciones de la Facultad Resolución 014-B/2022*
	e. Los cargos definidos en la estructura organizacional están cubiertos.	*Cumple Totalmente*	*Los cargos directivos y administrativos están cubiertos según el organigrama institucional, lo cual pudo ser corroborado durante las reuniones mantenidas con los directivos, colaboradores y docentes de tiempo completo.*	*Organigrama* *Resoluciones de nombramientos* *Expedientes Administrativos, Directivos y Docentes* *Caracterización Docente* *Resultado de las reuniones con directivos, colaboradores y docentes de tiempo completo*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	PLENO		**5**	
Juicio Valorativo del Criterio	*La estructura organizacional de la Carrera Licenciatura en Marketing UNIDA, responde adecuadamente a las necesidades operacionales, evidenciado en el organigrama institucional como el específico de la carrera. La estructura es coherente con la unidad académica a la que pertenece, integrada dentro de la Facultad de Gestión que incluye las carreras empresariales. La organización establece una adecuada coordinación entre todos los estamentos de la carrera, gracias a un sistema de gestión matricial y al apoyo de áreas académicas y administrativas. Las funciones de las distintas instancias están claramente definidas y formalizadas mediante resoluciones, y los cargos establecidos en la estructura organizacional están debidamente cubiertos, confirmado durante reuniones con directivos, colaboradores administrativos y docentes de tiempo completo.*			
Criterio 1.1.2.	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
	a. Las normativas y reglamentaciones que rigen la carrera están aprobadas y tienen en cuenta el enfoque de educación inclusiva.	*Cumple Totalmente*	*Se verifica que la UNIDA tiene en cuenta el enfoque de educación inclusiva en normativas y reglamentaciones aprobadas por las autoridades como el Estatuto de la UNIDA, la Resolución N°58/2020 - Reglamento de Inclusión de los estudiantes, la Resolución N°62/2020 - Mecanismo de accesibilidad institucional, a las cuales se adscribe la carrera de Marketing, así mismo, se pudo constatar mediante visita presencial a instalaciones de la universidad que la carrera con lo establecido en sus normativas.*	*Estatuto UNIDA* *Resolución 58/2020 Reglamento de Inclusión de los estudiantes.* *Resolución 62/2020 Mecanismo de accesibilidad institucional* *Normativas y reglamentaciones* *Reglamento General de la UNIDA* *Resultado de las observaciones durante la visita presencial a la institución*
	b. Las normativas y reglamentaciones que rigen la carrera contemplan aspectos relacionados a protocolos de bioseguridad.	*Cumple Totalmente*	*Se comprueba que la UNIDA cuenta con la Resolución N°056/2020 que aprueba el Manual de Normas Generales de Bioseguridad, a la cual se adscribe la carrera de Marketing, de esta manera se afirma que las reglamentaciones que rigen a la misma contemplan los protocolos de bioseguridad, así mismo, durante el recorrido por las instalaciones se pudo corroborar que en distintas áreas de las instalaciones se dispone de botiquín de primeros auxilios, se pudo observar el uso de tapabocas, entre otros aspectos fundamentales para la seguridad de las personas.*	*Resolución N°056/2020 Manual de Normas Generales de Bioseguridad* *Resultado de las observaciones durante la visita presencial a la institución*

Eficacia e integridad en la aplicación de las Normativas y Reglamentaciones que rigen la carrera	c. Las normativas y reglamentaciones que rigen la carrera están difundidas en diferentes medios accesibles.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a los medios de verificación se constata la utilización de diversos medios como ser la Plataforma NASA, Yaguareté, correo electrónico, whatsApp, sitio web de la UNIDA, para difundir las reglamentaciones y normativas que rigen la carrera, las cuales evidencian accesibilidad tanto al público interno como externo. Además, durante las reuniones mantenidas con los docentes colaboradores y los responsables de la carrera, se pudo constatar que también se realizan comunicaciones de las nuevas normativas durante los claustros docentes.*	*Informe sobre difusión de normativas y reglamentaciones que rigen la carrera* *https://www.unida.edu.py/* *Reunión con directivos y con docentes* *Visualización del Yaguareté y NASA durante el recorrido por las instalaciones* *Resultado de reuniones con docentes, colaboradores y directivos*
	d. Las normativas y reglamentaciones que rigen la carrera se aplican sistemáticamente.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo al informe sobre la aplicación sistemática de las normativas y reglamentaciones presentada, se observa que la carrera aplica sistemáticamente las resoluciones emanadas del Rectorado o del Decanato, lo cual fue confirmado durante las reuniones mantenidas con docentes, estudiantes y colaboradores.*	*Informe de aplicación sistemática de normativas y reglamentaciones* *Resultado de reuniones con docentes, estudiantes y colaboradores*
	e. Las normativas que rigen la carrera contemplan aspectos que regulan el desempeño ético de sus miembros.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a la Resolución N° 012/2017, que aprueba el Código de Ética de la carrera de Marketing, se constata la existencia de una normativa que contempla la regulación del desempeño ético de sus miembros.*	*Resolución N° 012/2017 de aprobación del código de ética*
	f. Las normativas y reglamentaciones de la carrera se actualizan de acuerdo a las necesidades.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo al informe de actualización de normativas y reglamentaciones presentadas, se constata que la Facultad realiza actualizaciones de informe a las necesidades, y la carrera de Marketing se adscribe a las mismas, corroborado durante la reunión mantenida con directivos. Entre varias normativas y reglamentaciones actualizadas se citan: Resolución Rectoral N° 09/2018 que establece el Reglamento de Becas con aplicación para las Carreras Presenciales, a Distancia y Posgrados, Resolución Rectoral N° 10/2018 que establece "El sistema de Detección Digital de Autoría de la UNIDA para Grado y Posgrado", en concordancia a la protección de los derechos de autor y normativa internacional de presentación de trabajos de investigación y otros, que presenten los alumnos y/ graduados, la Resolución Rectoral N° 18/2018 que tiene como objetivos: Establecer estructuras comunes de uso y estilo en las publicaciones. Dar directivas e indicaciones para mantener una imagen homogénea en las Redes Sociales en concordancia con la Imagen Institucional, establecida en el Manual de Marca. Comunicar efectivamente en la UNIDA y los servicios con los que cuenta, para agilizar y promover la interacción con la comunidad exterior e interior. Impulsar y favorecer el diálogo con los seguidores de las Redes Sociales de la UNIDA, para así obtener un provechoso feedback, que permita a la Universidad tomar los rumbos adecuados y pertinentes para su desenvolvimiento. Simplificar y facilitar la información para los seguidores de las Redes Sociales de la UNIDA, para tener una eficiente y eficaz comunicación con ellos, también podemos citar la Resolución Rectoral N° 19/2018 Reglamento que establece normas generales para la elaboración, presentación, defensa y evaluación de la Tesis de Grado o Proyecto Final de Grado, así como estos se pueden citar más 50 normativas y reglamentaciones creadas y actualizadas durante el periodo evaluado (2018-2022) de acuerdo a las necesidades de la Carrera de Marketing y que también ngen a otras carreras de la universidad.*	*Informe sobre actualización de normativas y reglamentaciones de la carrera* *Resultado de reuniones con directivos*

	g. Las normativas y reglamentaciones que rigen la carrera son conocidas por toda la comunidad educativa.	*Cumple Totalmente*	*Según las encuestas aplicadas a docentes y estudiantes se constata que las normativas y reglamentaciones son conocidas por la comunidad educativa, esto pudo ser corroborado durante las reuniones sostenidas con los diferentes estamentos.*	*Informe sobre el conocimiento de las normativas y reglamentaciones de la comunidad educativa. Resultado de reuniones con directivos, docentes, estudiantes, colaboradores*
Juicio Valorativo del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	PLENO		**5**	
Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera cumple con la aplicación de sus normativas y reglamentaciones. Estas están aprobadas con un enfoque inclusivo, incluyen protocolos de bioseguridad, y son accesibles a toda la comunidad educativa a través de distintas plataformas. Se aplican de manera sistemática, se actualizan conforme a las necesidades y cuentan con un código de ética que regula el comportamiento de sus miembros. Toda la comunidad educativa está bien informada sobre estas normativas, lo que garantiza su cumplimiento y efectividad.*			

Componente 2. Gestión				
Criterio 1.2.1.	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
	a. La oferta educativa es resultado de un riguroso estudio de las necesidades y posibilidades del medio externo.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al informe de análisis de mercado para la oferta educativa de la Facultad de Gestión, se evidencia que se realizó un estudio entre el 2015 -2017 para conocer la demanda de la carrera de Marketing en el país, los potenciales matriculados y las competencias requeridas para la profesión, datos que contribuyeron para el catastro en el CONES en 2018, así mismo, se evidencia la existencia de un Estudio de Mercado para la habilitación del Proyecto Académico en el año 2010, lo que permite confirmar que la oferta educativa es resultado del estudio de las necesidades del medio externo.*	*Análisis de mercado para la oferta educativa 2015-2017* *Proyecto Académico 2010* *Resultado de reuniones con directivos* *Estudio de Mercado para Proyecto Académico 2009*
	b. El proyecto académico implementado está aprobado conforme a las normativas vigentes.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a la Resolución CONES N° 93/2018 se constata que el Proyecto Académico de la carrera de Marketing está aprobada por la instancia correspondiente y según las normativas vigentes, Resolución CONES N° 166/2015 Que reglamenta la Ley N°4995/2013 De Educación Superior y Resolución CONES N°78/2017 Registro Nacional de ofertas académicas.*	*Resolución N° 93/2018 CONES - Aprobación y Habilitación en el Registro Nacional de ofertas académicas - CAtastro de Carreras de Pregrado, Grado Posgrado de IES sujetas a la Ley 4995/2013, Carreras de grado de la UNIDA.*
	c. La carrera prevé recursos humanos (directivos, docentes, personal administrativo y de apoyo), en número y cualificación, para la implementación efectiva de la oferta educativa.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a los medios de verificación como presupuesto aprobado, contratos, caracterización docente, se constata que la carrera prevé los recursos humanos en número y cualificación, para implementar efectivamente la oferta educativa. Durante las reuniones mantenidas con los diversos estamentos, se pudo confirmar lo mismo.*	*Resoluciones de Nombramientos* *Expedientes Administrativos, Directivos, Docentes* *Caracterización Docente* *Resultado de reuniones con directivos y colaboradores.*

Pertinencia y eficacia en la gestión del Proyecto Académico	d. La carrera prevé recursos presupuestarios suficientes para satisfacer las necesidades de la misma.	*Cumple Totalmente*	*En los documentos analizados, se constata que la carrera cuenta con presupuesto aprobado en el cual se prevén los recursos necesarios para satisfacer las necesidades de la misma.*	*Presupuesto de la Carrera* *Resultado de reuniones con directivos, Coordinadora de Carrera y Director Financiero.*
	e. La carrera prevé recursos de infraestructura, equipamientos, materiales e insumos requeridos para la implementación eficaz de la misma, considerando el enfoque de educación inclusiva.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo al informe de infraestructura, el presupuesto aprobado, el informe sobre recursos disponibles, y el recorrido por las instalaciones, se observa la previsión de equipamientos, materiales e insumos, para implementar eficazmente la carrera y con un enfoque de educación inclusiva.*	*Informe sobre recursos disponibles para la implementación del proyecto educativo con enfoque de educación inclusiva* *Resolución 62/2020 Accesibilidad Institucional* *Resultado de las observaciones durante la visita presencial a la institución*
	f. La carrera dispone de mecanismos formales de seguimiento al cumplimiento del Proyecto Académico.	*Cumple Totalmente*	*La Resolución N° 53/2019 evidencia que la institución cuenta con un mecanismo formal de seguimiento al Proyecto Académico de la carrera de Marketing.*	*Informe de seguimiento al cumplimiento del Proyecto Académico 2010 - CArrera de Marketing UNIDA.* *Resolución 53/2019 Mecanismo de Seguimiento al cumplimiento del Proyecto Académico.*
	g. La carrera aplica mecanismos de actualización del Proyecto Académico de manera sistemática.	*Cumple Parcialmente*	*Para el periodo evaluado no se ha constatado la aplicación sistemática de mecanismos de actualización del Proyecto Académico, teniendo en cuenta que éste, corresponde al 2010, y recién fue catastrado en el 2018, según la Resolución N° 93/2018 CONES, sin modificación alguna, confirmado durante la reunión con directivos, no obstante, durante el año 2024, se constata que la carrera ha presentado una actualización de la misma al CONES, lo que permite evidenciar que se ha iniciado la aplicación de mecanismos de actualización del Proyecto Académico, aunque aún no se puede afirmar una sistematicidad, considerando que ni previo al periodo evaluado ni durante el periodo evaluado, se pudo evidenciar el inicio de este proceso.*	*Proyecto Académico de 2010* *Resolución N° 93/2018 Catastro CONES* *Resultado de reuniones con directivos* *Mesa de Entrada al CONES del Proyecto Académico actualizado* *Actualización del Proyecto Académico* *Actas del Decanato de aprobación de actualizaciones de Programas Académicos* *Resoluciones del Decanato de aprobación de actualizaciones de Programas Académicos* *Informe de implementación del mecanismo de actualización curricular de la Carrera de Marketing*
	h. La carrera prevé mecanismos de adecuaciones curriculares y ajustes razonables en concordancia con las necesidades de las personas con discapacidad.	*Cumple Totalmente*	*Mediante la Resolución 58/2020 Inclusión de Estudiantes, Resolución 62/2020 Accesibilidad Institucional e Informe sobre adecuaciones y ajustes para responder a necesidades de personas con discapacidad, e Informe sobre adecuaciones y ajustes para responder a necesidades de personas con discapacidad, se constata la existencia de un Plan de fortalecimiento de la inclusión, equidad social y género en la Facultad de Gestión, así como de un Plan de accesibilidad, a las cuales se adscribe la carrera, lo que evidencia la existencia de mecanismos para adecuaciones curriculares y ajustes razonables según las necesidades de las personas con discapacidad.*	*Resolución 58/2020 Inclusión de Estudiantes.* *Resolución 62/2020 Accesibilidad Institucional.* *Informe sobre adecuaciones y ajustes para responder a necesidades de personas con discapacidad.*

	i. Se evidencia el compromiso de los directivos en la capacitación de la comunidad académica en temas relacionados a la bioseguridad y situaciones de emergencia.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo al "Registro de capacitaciones sobre bioseguridad y situaciones de emergencia" documento elaborado por el Departamento de Gestión del Talento Humano de la UNIDA, donde evidencia el compromiso de los directivos con este indicador, quienes han promovido capacitaciones orientadas a la comunidad académica, en temas relacionados a la bioseguridad y a situaciones de emergencia como son: Jornadas de Capacitaciones con bomberos, para evacuaciones, primeros auxilios, contra incendios, manipulación a personas accidentadas, también corroborado durante las reuniones con los diferentes estamentos.*	*Registro de capacitaciones sobre bioseguridad y situaciones de emergencia.* *Resultado de reuniones mantenida con directivos, docentes y colaboradores.*
	j. La carrera cuenta con mecanismos que garanticen el desarrollo efectivo de las actividades ante posibles casos de emergencia que afecten el funcionamiento institucional.	*Cumple Totalmente*	*Se observa que la carrera siguió las pautas proporcionadas por el CONES durante la pandemia, y ha emitido resoluciones sobre la adopción de herramientas digitales. Además, se constata la existencia de un plan de emergencia donde están establecidos los procedimientos para cada situación de emergencia.*	*Resolución N°020/2020 Aplicación de herramientas digitales.* *Resolución N°078/2020 Reglamentación para utilización de herramientas digitales.* *Resolución N°056/2020 Manual de normas generales de bioseguridad.* *Resolución N°034/2021 Protocolo para clases semipresenciales.*

Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**	**Valoración Cuantitativa asociada**
	SATISFACTORIO	**4**
Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera de Marketing demuestra una gestión efectiva del Proyecto Académico, con recursos humanos, presupuestarios, de infraestructura y equipamiento adecuados, todos alineados con un enfoque inclusivo. El proyecto académico está aprobado según normativas vigentes y se aplican mecanismos formales de seguimiento, adecuaciones curriculares y capacitación en bioseguridad. Además, se observa la existencia de un estudio de mercado previo a la aprobación inicial de la carrera, sin embargo, se constata debilidad en aplicación sistemática de actualizaciones del Proyecto Académico durante el periodo evaluado..*	

Criterio 1.2.2	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
	a. El Plan de Desarrollo es elaborado con la participación de todos los actores educativos.	*Cumple Totalmente*	*La carrera cuenta con un Plan de Desarrollo vigente desde el año 2016, y se constata que fué actualizado en el año 2022, con la participación de los principales actores de la comunidad académica, como docentes, estudiantes y colaboradores quienes fueron invitados a participar del proceso, lo que pudo ser confirmado durante las reuniones mantenidas con los diversos estamentos.*	*Actas de reuniones sobre elaboración del Plan de Desarrollo.* *Planes de Desarrollo* *Resultado de reuniones con los diferentes estamentos.*
	b. El Plan de Desarrollo está aprobado por la autoridad respectiva.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que tanto el Plan de Desarrollo 2016 de la carrera como el actualizado en el 2022 están aprobados por Resoluciones del Decanato.*	*Planes de Desarrollo 2016 y 2022* *Resolución N° 037/2016* *Resolución N° 018-B/2022*

Eficacia en la gestión del Plan de Desarrollo	c. El Plan de Desarrollo es coherente con el Plan Estratégico Institucional y los objetivos de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a los medios de verificación y el análisis realizado a los mismos, se evidencia coherencia entre lo planteado en el Plan Estratégico Institucional en la Misión, Visión, ejes estratégicos y los objetivos de la carrera, planteados en el Plan de Desarrollo.*	*Análisis de coherencia entre el Plan de Desarrollo, el Plan Estratégico Institucional y los objetivos de la carrera.*
	d. Las acciones previstas en el Plan de Desarrollo se realizan según lo programado.	*Cumple Totalmente*	*El Informe sobre seguimiento al Plan de Desarrollo, permite constatar que las acciones previstas en el mismo, fueron realizados conforme a lo programado.*	*Planes de Desarrollo 2016 y 2022* *Informe sobre seguimiento al Plan de Desarrollo*
	e. El Plan de Desarrollo incluye recursos presupuestarios suficientes para su implementación.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que la carrera cuenta con un presupuesto anual asignado para gastos y egresos especificados en conceptos que contemplan pagos a recursos humanos, asignaciones para investigación, extensión, otros gastos académicos, así también inversiones en biblioteca y equipos, ejes declarados en el Plan de Desarrollo.*	*Planes de Desarrollo* *Presupuesto de la Carrera*
	f. La carrera cuenta con mecanismos de seguimiento del cumplimiento de las acciones previstas en el Plan de Desarrollo.	*Cumple Totalmente*	*Se consta la existencia de un Mecanismo de evaluación del Plan de Desarrollo aprobado por Resolución Rectoral N° 11/2020, que establece mecanismo para asegurar la evaluación de todos los planes de desarrollo de las carreras de la UNIDAD, donde se establece para ello la responsabilidad del Decano para la supervisión y orientación según necesidades, ofrece definiciones, fundamentación, descripción de actividades que es base del mecanismo de evaluación, así como el formato del informe.*	*Resolución Directoral N°011/2020 Mecanismo de Evaluación del Plan de Desarrollo*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	PLENO		**5**	
Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera de Marketing cuenta con un Plan de Desarrollo actualizado, en el cual se puede observar claramente su cumplimiento con los diferentes estamentos. Se evidencia que su elaboración contó con participación de los actores educativos, está aprobado formalmente, y es coherente con el Plan Estratégico Institucional. Las acciones previstas se ejecutan según lo programado, con recursos suficientes, y su cumplimiento es evaluado mediante un mecanismo formal de seguimiento.*			
Criterio 1.2.3	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
	a. La carrera cuenta con instancias formales que se encarga del aseguramiento de la calidad.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a la estructura organizacional de la UNIDA se constata la existencia de un Departamento de Calidad institucional a la cual se adscribe la Facultad de Gestión y por ende la carrera de Marketing, además, se observa que se dispone de un Plan de Calidad Universitaria aprobado por Resolución N° 001/2022, así mismo, dispone de un Comité de Autoevaluación creado específicamente con fines de Acreditación, lo que permite afirmar que la carrera cuenta con instancias formales que se encargan del aseguramiento de la calidad. Lo anterior, fue corroborado durante las reuniones mantenidas con responsables del Departamento de Calidad, Comité de Autoevaluación y Directivos.*	*Resolución de conformación del Comité de Autoevaluación* *Resoluciones de nombramientos, Departamento de Calidad Universitaria* *Resultado de reuniones con responsables del Departamento de Calidad, Comité de Autoevaluación, Directivos*

Eficacia en la gestión del Aseguramiento de la Calidad	b. La carrera prevé procesos evaluativos en todos los ámbitos de su gestión en el marco del aseguramiento de la calidad.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al Plan de Calidad Universitaria aprobado por Resolución N° 001/2022, se constata que la institución prevé procesos evaluativos en los diversos ámbitos de su gestión para el aseguramiento de la calidad, proceso al cual se adscribe la carrera de Marketing, así mismo, se constata la existencia de procedimientos para la evaluación de directivos, docentes y colaboradores.*	*Planificación de Trabajo de Comité de Autoevaluación Carrera Lic. Marketing UNIDA - Cronograma de actividades 2023.* *Planificación de Trabajo de Comités de Autoevaluación - Departamento de Calidad Universitaria 2023.* *Resolución Rectorado N°001/2022 Plan de Calidad Universitaria de la UNIDA.*
	c. Los procesos evaluativos planificados se implementan sistemáticamente.	*Cumple Parcialmente*	*Se observa un calendario de trabajo del Departamento de Calidad, en el marco del proceso de acreditación, así como una planificación de trabajo del Comité de Autoevaluación, incluído informes sobre la socialización de los procesos evaluativos, informe sobre consulta de satisfacción del proceso de evaluación, sin embargo, no se pudo acceder a un informe que permita constatar que los procesos evaluativos hayan sido implementados sistemáticamente durante el periodo que abarca la cohorte evaluada.*	*Calendario de trabajo Departamento de Calidad Universitaria* *Resolución REC N° 001/2022 de Aprobación de Plan de Calidad Universitaria* *Informe sobre la implementación sistemática de los Procesos Evaluativos* *Evidencias de las gestiones realizadas*
	d. Los resultados de los procesos evaluativos implementados son socializados con los miembros de la comunidad educativa.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a las evidencias, se constata la realización de reuniones de socialización de los resultados de los procesos evaluativos implementados en el marco de la autoevaluación de la carrera de Marketing con los miembros de la comunidad educativa. Así mismo, durante las reuniones mantenidas con los mismos se pudo confirmar que también reciben la información a través de la plataforma Jaguarete, corroborado durante el recorrido por las instalaciones al poder observar cómo funciona este sistema.*	*Informe sobre socialización de los procesos evaluativos* *Reunión los miembros de la comunidad educativa* *Resultado de las observaciones durante la visita presencial a la institución, en la que se pudo acceder al sistema Yaguareté mediante usuario de Coordinación de Carrera.*
	e. Los resultados de los procesos evaluativos implementados son utilizados para introducir mejoras en la carrera.	*Cumple Totalmente*	*Los medios de verificación permiten evidenciar, que se han implementado mejoras a partir de los procesos evaluativos, como ser: la construcción de un nuevo organigrama para la Facultad y la carrera en el 2022, la elaboración del Manual de Organización y Funciones, diseño de formularios y mecanismos para las distintas actividades, entre otros.*	*Informes de Gestión* *Informe de mejoras incorporadas a la carrera*
	f. Los diferentes actores educativos demuestran satisfacción con los procesos evaluativos implementados.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a la encuesta a docentes y estudiantes, se constata que en una valoración de 1 al 5, el promedio es de 3,5 con respecto al nivel de satisfacción sobre los procesos evaluativos implementados en la cohorte evaluada.*	*Informe sobre consulta de satisfacción del proceso de calidad implementados*



Nivel de cumplimiento del Criterio	Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa asociada
	SATISFACTORIO	**4**
Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera de Marketing cuenta con instancias formales y procesos bien establecidos para el aseguramiento de la calidad, respaldados por un Departamento de Calidad institucional y un Comité de Autoevaluación. Estos procesos evaluativos abarcan todos los ámbitos de la gestión, y los resultados se socializan de manera efectiva con la comunidad educativa, siendo utilizados para implementar mejoras significativas en la carrera. Además, los actores educativos demuestran satisfacción con estos procesos. Sin embargo, aunque la planificación está presente, la implementación sistemática de los procesos evaluativos presenta algunas limitaciones que deben ser abordadas, puesto que no se evidencia planes para todo el periodo que abarca la cohorte evaluada.*	

Criterio 1.2.4	Indicadores	Cumplimiento	Argumentaciones	Medios de Verificación
Eficacia en la gestión de la Información y Comunicación	a. La carrera cuenta con mecanismos de comunicación interna y externa establecidos formalmente.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a las evidencias, se observa que la carrera adopta mecanismos de comunicación interna y externa establecido formalmente según Resolución N° 057/2020, donde se conceptualizan los principales términos del proceso, se citan los medios de comunicación interna y externa explicando a los usuarios responsables y tipo de información que se va a difundir por estos medios.*	*Resolución N° 057/2020 Mecanismo de Comunicación Interna y Externa.*
	b. Los mecanismos de comunicación interna y externa se aplican sistemáticamente.	*Cumple Totalmente*	*Mediante el documento Informe de aplicación del Mecanismo de comunicación interna y externa para la Carrera de Marketing de la UNIDA, elaborado por la Coordinación de Carrera, se constata que la aplicación de los mecanismos de comunicación de forma sistemática a través de las plataformas Yaguareté, NASA, sitio web institucional, correo electrónico, teléfonos de línea baja, WhatsApp y las reuniones presenciales, también confirmados durante las reuniones con los diferentes estamentos de la comunidad universitaria.*	*Informe de aplicación del mecanismo de comunicación interna y externa.* *Resultado de reuniones con directivos, colaboradores, docentes y estudiantes.*
	c. La carrera cuenta con un sistema de información confiable que garantiza la preservación de los registros académicos.	*Cumple Totalmente*	*El informe presentado demuestra que se cuenta con sistemas internos como por ejemplo la Plataforma Yaguareté y Sistema NASA, que dan garantías para la preservación de los registros administrativos y académicos de la Carrera. Además, durante la reunión mantenida con el responsable del área de sistemas e informática, se pudo confirmar que los datos tienen un resguardo institucional en su propio servidor.*	*Informe anual sobre sistema de información* *Resultado de reuniones con responsable del área de sistemas e informática*
	d. La información proveída por el sistema se utiliza para la toma de decisiones.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a la información proveída por el sistema como ser la cantidad de estudiantes matriculados, ratio de estudiante, deserción, retención, graduados por promoción, reingreso, rendimiento, calificación, entre otros, y las acciones desarrolladas a partir de estos datos, permiten constatar que los informes fueron utilizadas para la toma de decisiones, corroborado durante el recorrido por las instalaciones.*	*Informe sobre uso de los datos extraídos de sistema para toma de decisiones* *Resultado de las observaciones durante la visita presencial a la institución*
	e. La información sobre los costos arancelarios totales y en detalle son proporcionados al momento de la inscripción en la carrera.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a las evidencias se constata que la información sobre los costos arancelarios totales y en detalle, son proporcionados a través de diversos medios a los interesados, así como al momento de la inscripción en la carrera, en cuyo documento el nuevo estudiante debe firmar expresó conocimiento al respecto.*	*Informe sobre entrega de informaciones arancelarias en el proceso de admisión.*

	f. Se tiene evidencia de la satisfacción de los usuarios de la carrera con los mecanismos de comunicación interna y externa implementados.	*Cumple Totalmente*	*El análisis de los medios de verificación permite evidenciar que en promedio para el periodo evaluado, el 70% de docentes y estudiantes indican satisfacción con respecto a los mecanismos de comunicación interna y externa implementados por la carrera. La satisfacción de los colaboradores fue confirmada durante la reunión mantenida con los mismos.*	*Informe sobre consulta de satisfacción del mecanismo de comunicación* *Resultado de reuniones con los colaboradores.*

Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**	**Valoración Cuantitativa asociada**
	PLENO	**5**

Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera de Marketing cumple con sus mecanismos de comunicación interna y externa, aplicados de manera sistemática, y asegura la preservación confiable de registros académicos en tres servidores distintos. La información del sistema se utiliza para la toma de decisiones y se proporciona a los estudiantes detalles claros sobre los costos arancelarios. Así mismo, hay satisfacción entre docentes, estudiantes y colaboradores con respecto a la comunicación.*

DIMENSIÓN 1. GOBERNANZA DE LA CARRERA

Fortalezas y Debilidades en la Dimensión

Fortalezas	Debilidades
La estructura de la carrera de Marketing está alineada con la Facultad de Gestión, facilitando la coordinación académica.	*La actualización del Proyecto Académico no se ha llevado a cabo de manera regular durante el periodo evaluado.*
La organización y el sistema de gestión matricial aseguran una coordinación efectiva para lograr los objetivos.	*Falta de sistematicidad en la implementación de los procesos evaluativos planificados durante el periodo evaluado.*
Las funciones están claramente definidas y formalizadas, favoreciendo un ambiente organizacional eficiente.	
Todos los cargos están cubiertos, garantizando una gestión continua y efectiva.	
Las normativas y reglamentaciones aprobadas incorporan un enfoque de educación inclusiva.	
Los protocolos de bioseguridad están claramente definidos y aplicados en la carrera.	
Las normativas y reglamentaciones están accesibles a través de múltiples plataformas y medios.	
La aplicación de las normativas y reglamentaciones es consistente y sistemática.	
Existen normativas que regulan el desempeño ético de todos los miembros de la carrera.	
Las normativas y reglamentaciones se actualizan regularmente según las necesidades.	
Toda la comunidad educativa está bien informada sobre las normativas y reglamentaciones vigentes.	
El proyecto académico cumple con las normativas vigentes.	



La carrera cuenta con suficientes recursos humanos y presupuestarios.	
La carrera tiene infraestructura y equipamiento adaptados a la educación inclusiva.	
Existen mecanismos para el seguimiento y adecuación curricular.	
Los directivos promueven la capacitación en bioseguridad.	
La carrera tiene protocolos efectivos para situaciones de emergencia.	
Existencia de videncia de un estudio de mercado previo a la elaboración inicial del proyecto académico de la carrera.	
El Plan de Desarrollo incluye la participación activa de docentes, estudiantes y colaboradores.	
El Plan de Desarrollo y su actualización están aprobados por Resoluciones del Decanato.	
El Plan de Desarrollo está alineado con el Plan Estratégico Institucional y los objetivos de la carrera.	
Las acciones previstas en el Plan de Desarrollo se han llevado a cabo según lo programado, demostrando un seguimiento y cumplimiento de los objetivos.	
El Plan de Desarrollo incluye un presupuesto suficiente para su implementación, abarcando todos los aspectos esenciales como recursos humanos, investigación, extensión y equipamiento.	
Disponibilidad de un mecanismo formal para evaluar el cumplimiento del Plan de Desarrollo.	
La carrera cuenta con instancias formales dedicadas al aseguramiento de la calidad, respaldadas por la estructura organizacional de la UNIDA.	
La carrera tiene procesos evaluativos planificados en todos los ámbitos de su gestión.	
Los resultados de los procesos evaluativos son socializados con la comunidad educativa.	
Las mejoras implementadas en la carrera son basadas en los resultados de los procesos evaluativos.	
Los actores educativos, incluidos docentes y estudiantes, muestran un nivel satisfactorio de aceptación hacia los procesos evaluativos implementados.	
La carrera cuenta con mecanismos de comunicación interna y externa formalmente establecidos.	
Los mecanismos de comunicación se aplican de manera sistemática, utilizando diversas plataformas y medios.	
El sistema de información de la carrera es confiable, garantizando la preservación de los registros académicos y administrativos con tres respaldos de seguridad..	
La información generada por el sistema es utilizada de manera efectiva para la toma de decisiones estratégicas en la gestión de la carrera.	
Los costos arancelarios son claramente comunicados a los estudiantes al momento de la inscripción.	
Existe un alto nivel de satisfacción entre los usuarios de la carrera respecto a los mecanismos de comunicación interna y externa implementados.	



Recomendaciones de Mejora
R1. Establecer un calendario regular para la actualización del Proyecto Académico.
R2. Documentar la implementación sistemática de los procesos evaluativos.

DIMENSIÓN 2. PROYECTO ACADÉMICO				
Componente 1. Elementos referenciales de la carrera				
Criterio 2.1.1	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Relevancia del Perfil de Egreso	a. El perfil de egreso de la carrera está definido en forma clara y precisa.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que el perfil de egreso de la carrera está definido en el Proyecto Académico de forma clara, estableciendo que la carrera de Licenciatura en Marketing de UNIDA está dirigida a estudiantes con capacidad crítica, abiertos al diálogo y a la reflexión, interesados en resolver problemas relacionados con el marketing. El egresado se forma como un gerente innovador, capaz de liderar y planificar estrategias efectivas y competitivas, determinando posicionamiento de productos, políticas de precios, investigando mercados y estructurando canales de distribución. Posee visión emprendedora, actualizada, con habilidades de liderazgo y negociación, orientado al mercado global y comprometido con la responsabilidad social y ética empresarial.*	*Proyecto Académico 2010*
	b. El perfil de egreso es coherente con la misión de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al análisis comparativo entre el perfil de egreso y la misión de la carrera, se observa coherencia, visto que se evidencian la utilización de términos comunes o relacionados entre sí, como liderazgo, creatividad, innovación, emprendimiento, responsabilidad social, y valores éticos, ambas declaraciones destacan la formación de profesionales capaces de contribuir al desarrollo sostenible y liderar con integridad.*	*Proyecto Académico 2010* *Análisis de coherencia entre el perfil de egreso con la misión de la carrera*
	c. El perfil de egreso responde a los resultados del estudio de las necesidades y demandas del medio.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al informe de análisis de mercado para la oferta educativa de la Facultad de Gestión, se evidencia que se realizó un estudio entre el 2015 -2017 para conocer la demanda de la carrera de Marketing en el país, los potenciales matriculados y las competencias requeridas para la profesión, los resultados evidencian validación del perfil de egreso, así mismo, se pudo evidenciar la existencia de un estudio de mercado realizado en el año 2009, para el Proyecto Académico implementado desde el año 2010, por lo que se constata que el perfil de egreso responde a los resultados de las necesidades y demandas del medio externo.*	*Informe de análisis de mercado para la oferta educativa de la Facultad de Gestión 2015-2017* *Proyecto Académico 2010* *Resultado de la reunión con directivos* *Estudio de Mercado para Proyecto Académico 2009*

	d. El perfil de egreso responde a las exigencias actuales de la profesión.	*Cumple Totalmente*	*A pesar de que el perfil de egreso fue establecido antes de la realización del estudio de necesidades y demandas del medio tanto en 2015-2017 y en 2021, se ha constatado que existe una coincidencia significativa entre el perfil de egreso y los resultados obtenidos en dichos estudios. Esto evidencia que el perfil de egreso, aunque fue formulado previamente, refleja adecuadamente las competencias y habilidades demandadas actualmente por la profesión.*	*Proyecto Académico* *Informe de análisis de mercado para la oferta educativa de la Facultad de Gestión 2015-2017* *Estudio de mercado Marketing 2021* *Análisis del perfil de egreso y las exigencias actuales de la profesión*
	e. La información sobre el perfil de egreso es accesible a todos los interesados.	*Cumple Totalmente*	*El análisis documental realizado, permite constatar que a través del informe presentado por la carrera, se constata que el perfil de egreso está disponible y accesible para todos los interesados, tanto internos como externos, a través del sitio web de UNIDA.*	*Informe sobre difusión del perfil de egreso* *Sitio web Institucional*

Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**	**Valoración Cuantitativa asociada**
	PLENO	**5**
Juicio Valorativo del Criterio	*El perfil de egreso de la carrera está claramente definido y es coherente con la misión de la carrera, cumpliendo con las expectativas y exigencias actuales de la profesión. Los estudios de mercado realizados en 2009, 2017 y 2022, han validado su relevancia y adecuación a las demandas del mercado. Además, la información sobre el perfil de egreso es accesible a todos los interesados a través del sitio web institucional.*	

Criterio 2.1.2.	Indicadores	Cumplimiento	Argumentaciones	Medios de Verificación
Pertinencia de los Objetivos de la carrera	a. Los objetivos de la carrera se encuentran claramente definidos.	*Cumple Totalmente*	*Los objetivos de la carrera se encuentran definidos claramente en el Proyecto Académico, siendo el objetivo general el siguiente "Formar profesionales eficientes en el desarrollo de estrategias innovadoras y creativas de marketing, sustentadas en elementos financieros que las organizaciones demandan, con capacidad de análisis de la información del mercado, con el dominio eficaz de las herramientas tecnológicas y comprometidos con el desarrollo sustentable de una sociedad globalizada", así mismo, la carrera tiene definido objetivos específicos en su Proyecto Académico.*	*Proyecto Académico 2010*
	b. Los objetivos son coherentes con la misión y visión de la institución.	*Cumple Totalmente*	*Los documentos presentados por la carrera;Análisis de coherencia de los objetivos y la misión y visión de la institución* *Proyecto Académico 2010Plan Estratégico Institucional, demuestran la coherencia entre los objetivos de la carrera, la misión y visión institucional.*	*Análisis de coherencia de los objetivos y la misión y visión de la institución* *Proyecto Académico 2010* *Plan Estratégico Institucional*

	c. Los objetivos de la carrera están orientados al logro del perfil de egreso.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que tanto los objetivos generales como los específicos estipulan una formación en liderazgo, manejo de equipos y desarrollo estratégico de planificación, lo que evidencia que estos apuntan a lograr el perfil de egreso.*	*Proyecto Académico 2010* *Análisis de los objetivos para el logro del perfil de egreso*
	d. Los objetivos de la carrera están disponibles y son accesibles a todos los interesados.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que los objetivos de la carrera están publicados en el sitio web de la universidad, www.unida.edu.py lo cual evidencia disponibilidad y accesibilidad a todos los interesados. Así mismo, se pudo evidenciar durante la visualización de la plataforma Yaguareté, que este también es un medio de difusión utilizado para comunicar a los miembros de la comunidad académica acerca de los objetivos de la carrera.*	*Reporte sobre disponibilidad de los objetivos de la carrera* *Visualización de la Plataforma Yaguareté durante el recorrido por las instalaciones* *Sitio web de la universidad, www.unida.edu.py*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	PLENO		**5**	
Juicio Valorativo del Criterio	*Los objetivos de la carrera están claramente definidos y son coherentes con la misión y visión institucional, lo que asegura su alineación con la dirección estratégica de la universidad. Además, estos objetivos están orientados al logro del perfil de egreso, garantizando que la formación brindada responda a las competencias y habilidades necesarias para los egresados. Los objetivos también son fácilmente accesibles a todos los interesados, estando disponibles en el sitio web institucional y en la plataforma interna Yaguareté, lo que evidencia una amplia difusión para la comunidad académica.*			
Criterio 2.1.3.	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
	a. La carrera cuenta con mecanismos de admisión claramente establecidos.	*Cumple Totalmente*	*Se constata la existencia de la Resolución Rectoral N° 23/18 de Admisión de Estudiantes en la UNIDA y a la cual se adscribe la carrera de Marketing, por lo que se confirma la existencia de mecanismos de admisión claramente establecidos.*	*Mecanismo de Admisión de Estudiantes* *Resolución Rectoral N° 23/2018*
	b. Los procedimientos de admisión están difundidos y disponibles al público en formatos accesibles.	*Cumple Totalmente*	*Se evidencia que los mecanismos de admisión son difundidos y están disponibles para todos los interesados a través de medios físicos como las fichas de inscripción y medios digitales como sitio web de la UNIDA, redes sociales, WhatsApp, lo cual fue confirmado durante las reuniones mantenidas con los responsables del área de Comercialización y de Marketing.*	*Informe sobre difusión del mecanismo de admisión* *Sitio web institucional www.unida.edu.py* *Resultado de la reunión con responsables del área de Comercialización y de Marketing*

Pertinencia de los Mecanismos de Admisión	c. Los procedimientos de admisión prevén la evaluación de los conocimientos previos requeridos por la carrera.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al mecanismo de admisión se constata que existen dos formas: Una es la admisión especial, que contempla la admisión por traslados, por reincorporación y por convenios; y la otra es la admisión directa que prevé en el primer semestre la realización de la nivelación de los conocimientos previos, a través de asignaturas tales como Comunicación oral y escrita, Metodología de la Investigación, y Matemática, por lo que se confirma que los procedimientos de admisión prevén evaluaciones de conocimientos previos requeridos por la carrera, confirmado durante la reunión con los directivos.*	*Mecanismo de Admisión de Estudiantes* *Resolución Rectorado N° 23/2018* *Evidencia de pruebas diagnósticas al comienzo de la carrera* *Resultado de la reunión con directivos*
	d. Los procedimientos de admisión permiten a los estudiantes insertarse con éxito en la carrera.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo al reporte de rendimiento de prueba diagnóstica y primer semestre de la carrera, se evidencia un nivel de abandono que en promedio supera el 20%, lo que permite constatar que en más del 70% de los casos los estudiantes se insertan exitosamente a la carrera. Además, durante las reuniones mantenidas con directivos, dirección académica, secretaría general de atención a estudiantes, área de comercialización, se pudo evidenciar que la razón principal de la deserción es económica, no académica.*	*Reporte de rendimiento de prueba diagnóstica y primer semestre de la carrera* *Resultado de la reunión con directivos, dirección académica, secretaría general de atención a estudiantes, área de comercialización*
	e. El número de postulantes a ser admitidos por la carrera se corresponde con la capacidad operativa de la misma.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a las evidencias se constata que la cantidad de postulantes admitidos por curso es adecuado para la capacidad operativa de la carrera, lo cual fue corroborado durante el recorrido por las instalaciones y la reunión mantenida con directivos.*	*Informe sobre capacidad operativa de la carrera vs cantidad de postulantes a ser admitidos* *Resultado de observaciones durante la visita a la institución* *Resultado de la reunión con directivos*

Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**	**Valoración Cuantitativa asociada**
	PLENO	**5**
Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera de Marketing cuenta con mecanismos de admisión claramente establecidos y difundidos a través de medios accesibles, como el sitio web institucional y redes sociales. Estos procedimientos no solo incluyen la evaluación de conocimientos previos requeridos para la carrera, sino que también permiten que más del 70% de los estudiantes se inserten con éxito. Además, el número de postulantes admitidos se corresponde con la capacidad operativa de la carrera.*	

Componente 2. Plan de Estudio				
Criterio 2.2.1.	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Pertinencia en la planificación del Plan de Estudio	a. El Plan de Estudio es coherente con el perfil de egreso que se desea lograr.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que el Plan de Estudio de la carrera, incluyen asignaturas profesionales y complementarias que ponen énfasis al desarrollo de un perfil analítico y estratégico del profesional de Marketing, por lo que se observa coherencia con el perfil de egreso que se desea lograr. En este sentido, se observa una organización del currículo en cuatro áreas y ciclos:* *Formación General: Ciclos I – II* *Formación Profesional Básica: Ciclos III - IV* *Formación Profesional Especializada: Ciclos V - VI* *Formación Gerencial: Ciclos VII - VIII*	*Proyecto Académico 2010* *Análisis de coherencia entre el Plan de Estudio y el perfil de egreso de la carrera*
	b. El Plan de Estudio incorpora las estructuras básicas y directrices de formación definidas en los criterios específicos de la titulación.	*Cumple Parcialmente*	*Según el análisis de las evidencias como el Proyecto Académico 2010, el Plan de Estudio incorporado en el mismo,se observa que están definidas las áreas de conocimiento en Formación General, Formación Profesional Básica, Formación Profesional Especializada, Formación Gerencial. Sin embargo, no se constata que se haya contemplado horas específicas para Seminarios, el Trabajo Final - Tesis, y la Práctica y Pasantía Pre-Profesional, lo cual fue confirmado durante las reuniones con directivos y docente de tiempo completo de Pasantías.*	*Proyecto Académico 2010* *Resultado de la reunión con directivos y docente de tiempo completo de Pasantías* *Constancia de mesa de entrada de actualización de la Carrera de Marketing.* *Proyecto Académico de Actualización de la Carrera de Marketing.* *Informe de implementación del mecanismo de actualización curricular de la Carrera de Marketing.*
	c. El Plan de Estudio es viable para su ejecución.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a los medios de verificación se evidencia viabilidad para la ejecución del Plan de Estudio, puesto que cuenta con presupuesto, recursos humanos, instalaciones y equipamientos, horarios definidos para el desarrollo de las clases y calendario académico semestral, lo cual fue confirmado durante la reunión con los directivos.*	*Presupuesto de la Carrera* *Proyecto Académico 2010-Plan de estudios* *Calendario Académico* *Resultado de la reunión con directivos*
	d. El Plan de Estudio contempla una secuencia coherente de asignaturas.	*Cumple Totalmente*	*En el Proyecto Académico que incluye el Plan Curricular con 43 asignaturas distribuidas en las cuatro áreas de formación con un total de 152 créditos académicos, permite constatar que están definidos de manera clara los pre-requisitos para cada asignatura a partir del segundo semestre, lo que indica una secuencia coherente de asignaturas. Entre las asignaturas que conforman parte de la lista de pre-requisitos están: Administración y Gestión; Matemáticas; Estudios Generales; Derecho; Contabilidad; Marketing; Economía y Finanzas; Comercio Internacional.*	*Proyecto Académico 2010*
	e. El Plan de Estudio presenta una equilibrada distribución de la carga horaria a lo largo de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al Plan Curricular se evidencia una distribución equilibrada de la carga horaria, entre el primer, segundo, tercer y cuarto año de la carrera se observan un total de 360 horas semestrales y un total de 20 créditos por semestre.*	*Proyecto Académico 2010* *Plan Curricular*

	f. Los programas de estudios de las diferentes disciplinas tienen una distribución pertinente de clases teóricas y prácticas.	*Cumple Totalmente*	*Se observa que los programas de estudios incluyen de manera explícita las sesiones prácticas y sesiones teóricas en un 50% cada uno, por semestre se constata la asignación de 180 horas teóricas y 180 horas prácticas dentro de la organización de la malla curricular.*	*Proyecto Académico 2010* *Programa de estudio* *Malla Curricular* *Planeamientos de Cátedras*
	g. Los programas del Plan de Estudio contemplan los elementos requeridos según las normativas vigentes, en concordancia con el modelo pedagógico adoptado por la carrera.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a las evidencias, la UNIDA implementa un modelo Pedagógico para las carreras de grado, donde el principal actor es el estudiante en el proceso de enseñanza-aprendizaje, formando profesionales que contribuyan al desarrollo social y económico del país, desde esta perspectiva se constata una concordancia entre los programas que comprende el Plan Curricular de la carrera de Marketing con las normativas vigentes del CONES.*	*Plan Estratégico Institucional* *Proyecto Académico 2010* *Análisis de la concordancia entre los programas de estudio y el modelo pedagógico*
	h. Los programas de estudios están disponibles en formatos accesibles a los interesados.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que los programas de estudio están disponibles para los estudiantes a través de la plataforma Yaguareté, mientras que los docentes pueden acceder al mismo a través de la coordinación de la carrera, ya sea en formato físico o digital, lo cual indica accesibilidad para los actores educativos de la carrera, esto fue confirmado durante las reuniones con docentes, estudiantes y directivos.*	*Informe de disponibilidad de los programas de estudio a los estudiantes y docentes* *Reunión con docentes, estudiantes y directivos* *Visualización de la Plataforma Yaguareté durante el recorrido por las instalaciones*

Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**	**Valoración Cuantitativa asociada**
	SATISFACTORIO	**4**
Juicio Valorativo del Criterio	*El Plan de Estudio de la carrera de Marketing muestra una coherencia significativa con el perfil de egreso deseado, integrando asignaturas que promueven el desarrollo de competencias analíticas y estratégicas. Además, el plan es viable para su ejecución, respaldado por los recursos necesarios, y presenta una secuencia coherente de asignaturas con una equilibrada distribución de la carga horaria. Los programas de estudio combinan adecuadamente clases teóricas y prácticas, y están alineados con las normativas vigentes y el modelo pedagógico de la institución. Sin embargo, se observa que no se han contemplado horas específicas para Seminarios, el Trabajo Final - Tesis, y la Práctica y Pasantía Pre-Profesional, lo cual afecta la incorporación completa de las directrices de formación en el plan.*	

Criterio 2.2.2	Indicadores	Cumplimiento	Argumentaciones	Medios de Verificación
Eficacia en la implementación y actualización del Plan de Estudio	a. El Plan de Estudios se implementa conforme a lo planificado.	*Cumple Totalmente*	*Los medios de verificación como Calendario Académico, Informes de gestión y ejecución de actividades en distintos ámbitos, Desarrollo de plan de clases, permiten observar que el Plan de Estudios se implementa conforme al Plan de Desarrollo para el periodo evaluado.*	*Proyecto Académico 2010* *Informe sobre implementación del plan de estudio (incluye Calendario Académico, Horarios de Clases)*
	b. La formación práctica prevista para el transcurso de la carrera se implementa sistemáticamente.	*Cumple Totalmente*	*Se consta evidencias como los informes de Proyectos de Extensión, de Investigación, Plan de Clases, y actividades prácticas desarrolladas en aula dentro de las asignaturas, que muestran una implementación sistemática de la formación práctica en el transcurso de la carrera, confirmado durante la reunión mantenida con docentes, estudiantes y docentes de tiempo completo de Extensión y de Investigación.*	*Informe sobre actividades prácticas* *Planeamiento de Cátedras* *Resultado de la reunión con docentes y estudiantes* *Resultado de la reunión con docentes de tiempo completo de Extensión y de Investigación*
	c. Existe evidencia del seguimiento sistemático de las actividades prácticas realizadas por los estudiantes.	*Cumple Parcialmente*	*Se evidencia el registro de actividades prácticas desarrolladas en aula en el marco de las asignaturas a través del Desarrollo de Plan de Clases, así como las actividades de extensión, sin embargo, al no incorporar en la malla curricular las Pasantías como obligatoria, no se dispone de evidencias que permitan constatar el seguimiento a las Prácticas y Pasantías Pre-Profesionales, aún cuando los estudiantes lo realizan por iniciativa propia, lo cual fue corroborado durante la entrevista con el docente de tiempo completo del área.*	*Informe sobre actividades prácticas.* *Planeamiento de cátedras* *Resultado de la reunión con docente de tiempo completo de Pasantías* *Constancia de mesa de entrada de actualización de la Carrera de Marketing.* *Proyecto Académico de Actualización de la Carrera de Marketing.* *Informe de implementación del mecanismo de actualización curricular de la Carrera de Marketing.* *Planes de Cátedras* *Reglamento de Prácticas y Pasantías Pre Profesionales* *Manual de Procedimientos para Prácticas y Pasantías Pre Profesionales* *Resolución de Aprobación del Reglamento de Prácticas y Pasantías Pre Profesionales*
	d. El número de estudiantes en clases teóricas y prácticas es adecuado (Nº de estudiantes/grupo).	*Cumple Totalmente*	*Se observa un informe de capacidad para clases teóricas y prácticas, en el cual se constata que la carrera dispone de aulas con capacidad mínima para 20 estudiantes y máxima para 150. De acuerdo al mismo informe se constata que la cantidad de estudiantes matriculados por año superan los 100, aunque los ingresantes oscilan entre 47 y 95, lo que permite constatar que la cantidad de estudiantes es adecuado para las clases teóricas y prácticas, corroborado durante la reunión con responsables de la Secretaría General de Docentes y durante el recorrido por las instalaciones.*	*Informe sobre capacidad de clases teóricas y prácticas vs cantidad de estudiantes.* *Resultado de la reunión con secretaría general de docentes* *Resultado de observaciones durante la visita a la institución*

	e. Se implementan mecanismos de integración de materias y/o áreas entre sí.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo con la Resolución de Rectorado N° 007/2020, se ha comprobado la existencia de un mecanismo para la integración de materias y/o áreas, el cual ha sido implementado. Esto se refleja principalmente en la realización de trabajos de investigación y actividades de extensión, tal como se detalla en el informe presentado. Además, la implementación de este mecanismo fue confirmada en reuniones con docentes y estudiantes*	*Resolución Directoral N° 007/2020 de Mecanismo de integración de asignaturas.* *Informes de Proyectos de integración de materias* *Resultado de la reunión con estudiantes y con docentes*
	f. Se aplican procedimientos de actualización de los programas del Plan de Estudio, según necesidades.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que la Resolución Rectorado N° 53/2019 incluye un apartado que indica los procedimientos a seguir para la actualización de los programas del Plan de Estudio según necesidades, así mismo, se constata que en el periodo comprendido entre el 2019 y 2021, se realizaron actualizaciones en materias como: Gestión de Personal, Procesos de Gestión, Introducción a las TIC's, Matemáticas, Estadística Aplicada a los Negocios, Matemática Financiera, Derecho Empresarial, Administración General. Así mismo, durante la reunión mantenida con directivos y docentes, se pudo confirmar que usualmente la iniciativa parte de los propios docentes.*	*Resolución Rectorado N° 53/2019 de Mecanismo de Seguimiento al Cumplimiento del Proyecto Académico* *Informe de actualización de programas de estudio* *Resultado de reunión con directivos y con docentes*
	g. Los resultados de las evaluaciones aplicadas a los estudiantes se utilizan para el mejoramiento de la planificación docente.	*Cumple Parcialmente*	*Se evidencia la implementación de una Guía para la reflexión y evaluación de la práctica docente, este es aplicado por un responsable de la carrera, así mismo durante la reunión mantenida con docentes, estos permitieron evidenciar que toman en cuenta los resultados de las evaluaciones, sin embargo, no se pudo constatar cuales son las mejoras incorporadas en la planificación docente a partir de dichos resultados, en especial de las evaluaciones aplicadas a los estudiantes.*	*Guía para la reflexión y evaluación de la práctica docente* *Planeamiento docente* *Resultado de reunión con docentes* *Informe sobre mejoras realizadas en el Proceso de Enseñanza - Aprendizaje a partir del proceso de seguimiento de la práctica docente* *Correos electrónicos sobre el proceso de*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	SATISFACTORIO		**4**	
Juicio Valorativo del Criterio	*El Plan de Estudio de la carrera de Marketing se implementa conforme a lo planificado, con un enfoque sistemático en la formación práctica, como se refleja en los informes de proyectos de extensión, investigación y actividades en aula. El número de estudiantes por grupo es adecuado para las clases teóricas y prácticas, y se aplican mecanismos de integración entre materias. Además, existen procedimientos claros para la actualización de los programas del Plan de Estudio, lo cual ha permitido realizar ajustes en diversas asignaturas según las necesidades identificadas. Sin embargo, aunque los resultados de las evaluaciones estudiantiles se utilizan para la reflexión y evaluación de la práctica docente, no se ha podido constatar claramente cómo estos resultados se traducen en mejoras específicas en la planificación docente, ni se evidenció un seguimiento sistemático a las Prácticas y Pasantías Pre-Profesionales debido a su no obligatoriedad en la malla curricular.*			

Componente 3. Proceso de Formación Académica				
Criterio 2.3.1	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Pertinencia y eficacia de los procesos de Enseñanza Aprendizaje	a. La profundización de los contenidos programáticos desarrollados se corresponde con lo establecido en el Plan de Estudio.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a los medios de verificación como la Planificación semestral de clases y el desarrollo del mismo registrado en la Plataforma Yaguareté, se constata que los contenidos programáticos son profundizados y desarrollados conforme a lo establecido en el Plan de Estudio, corroborado durante la reunión con docentes y con estudiantes.*	*Planificación y desarrollo semestral de clases* *Resultado de reunión con docentes y con estudiantes.*
	b. Los procesos de enseñanza aprendizaje desarrollados apuntan al logro de los objetivos establecidos para las distintas asignaturas.	*Cumple Totalmente*	*Las evidencias como los programas de estudios, planificación y desarrollo semestral de clases, permite constatar que los docentes implementan procesos de enseñanza-aprendizaje que apuntan al logro de los objetivos definidos en las distintas asignaturas, lo cual fue corroborado durante la reunión con los estudiantes.*	*Planificación y desarrollo semestral de clases* *Proyecto Académico 2010* *Resultado de reunión con estudiantes*
	c. Las estrategias metodológicas y técnicas didácticas planteadas son coherentes con la naturaleza de la asignatura.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a los programas de estudios, se observa que existen materias que requieren exposición dialogada, otros la realización de talleres prácticos, lo cual pudo ser evidenciado a través de la planificación y desarrollo semestral de clases, además, se pudo corroborar durante la reunión mantenida con docentes y estudiantes, lo que permite constatar coherencia entre las técnicas didácticas y la naturaleza de la asignatura.*	*Planificación y desarrollo semestral de clases* *Análisis de la concordancia entre los programas de estudio y el modelo pedagógico* *Resultado de reunión con docentes y con estudiantes*
	d. Las estrategias metodológicas utilizadas por los docentes responden a enfoques pedagógicos inclusivos.	*Cumple Totalmente*	*Se consta que la Planificación y desarrollo semestral de clases, incluye estrategias metodológicas que responden a enfoques pedagógicos inclusivos como ser trabajos colaborativos, atención personalizada, talleres o prácticas en clase, entre otros, corroborado durante la reunión mantenida con docentes, quienes confirmaron la utilización de las citadas estrategias para asegurar la inclusión de todos los estudiantes.*	*Planificación y desarrollo semestral de clases* *Análisis de la concordancia entre los programas de estudio y el modelo pedagógico* *Informe sobre adecuaciones y ajustes para responder a necesidades de personas con discapacidad* *Resolución 58/2020 Inclusión de Estudiantes* *Resolución 62/2020 Accesibilidad Institucional* *Resultado de reunión con docentes*
	e. Se evidencia la aplicación sistemática de mecanismos de análisis de los índices de eficiencia interna de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a los medios de verificación se constata la existencia de un informe que muestra el análisis de los índices de eficiencia interna de la carrera, para el periodo evaluado, se observa que el informe incluye, la cantidad de alumnos matriculados por año, la Tasa de Deserción / Abandono; la Tasa de retención de estudiantes, Tasa de Reingreso; Convalidaciones de cursos realizados por Carrera; así mismo, se pudo constatar, la tasa de graduación, la relación entre estudiantes y profesores durante las reuniones mantenidas con estos, el uso efectivo de los recursos educativos, el nivel de satisfacción de los estudiantes y la empleabilidad de los graduados.*	*Informe de eficiencia interna* *Resultado de reunión mantenida con estudiantes y docentes* *Encuesta de satisfacción estudiantes y docentes* *Encuesta a egresados*

	f. Los resultados del análisis de los índices de eficiencia interna son utilizados para proponer mejoras en el proceso de enseñanza aprendizaje.	*Cumple Parcialmente*	*El informe de eficiencia interna de la carrera, permite evidenciar acciones y decisiones tomadas para proponer mejoras conforme a los resultados del análisis en temas relacionados a matriculación, deserción y abandono, retención, reingreso, convalidaciones, también se constatan esfuerzos para mejorar los recursos didácticos como las herramientas de apoyo tecnológico para facilitar la interacción entre docentes y estudiantes, así como en los procesos evaluativos, sin embargo, no se pudo evidenciar propuestas de mejoras con respecto al proceso de enseñanza-aprendizaje, con sugerencias de estrategias didácticas o metodológicas, con respecto a los objetivos de aprendizaje, o con respecto a los contenidos.*	*Informe de eficiencia interna* *Informe sobre mejoras realizadas en el Proceso de Enseñanza - Aprendizaje a partir del proceso de seguimiento de la práctica docente* *Correos electrónicos sobre el proceso de seguimiento de la práctica docente*
	g. Los mecanismos de inserción de estudiantes en actividades docentes (ayudantía, tutorías, proyectos de extensión e investigación y otros) se aplican efectiva y sistemáticamente.	*Cumple Parcialmente*	*De acuerdo a la Resolución Directoral N° 007/2020 se constata la existencia de un mecanismo de admisión de estudiantes en actividades docentes, así como la realización de otras actividades como proyectos de extensión, investigación y otros, sin embargo, no se pudo evidenciar la aplicación efectiva y sistemática principalmente de la ayudantía o tutoría, visto que el informe presentado solamente indica los procedimientos, no los resultados de la implementación, confirmado durante la reunión mantenida con estudiantes y con docentes.*	*Informe sobre la inserción de estudiantes en actividades docentes* *Mecanismo de Admisión de Estudiantes en Actividades Docentes* *Resultado de reunión con estudiantes y con docentes*
	h. Se evidencia satisfacción de los estudiantes con respecto a las estrategias metodológicas y técnicas didácticas aplicadas por los docentes.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes, se constata que para una valoración del 1 al 5, el nivel promedio de satisfacción para el periodo evaluado es superior a la media (3,2), por lo que se constata satisfacción, así mismo, durante la reunión mantenida con los mismos, estos mostraron plena satisfacción con respecto a las estrategias metodológicas y técnicas aplicadas por los docentes.*	*Informe de resultado de encuesta sobre estrategias aplicada por docentes* *Resultado de reunión con estudiantes*

Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**	**Valoración Cuantitativa asociada**
	SATISFACTORIO	**4**
Juicio Valorativo del Criterio	*Los procesos de enseñanza-aprendizaje en la carrera de Marketing se desarrollan en coherencia con el Plan de Estudio, asegurando que los contenidos programáticos se profundicen y que las estrategias metodológicas utilizadas sean adecuadas y alineadas con la naturaleza de las asignaturas y enfoques pedagógicos inclusivos. Además, se aplican mecanismos de análisis de los índices de eficiencia interna, y los estudiantes muestran una satisfacción moderada con las estrategias metodológicas y técnicas didácticas aplicadas. Sin embargo, aunque se toman acciones para mejorar aspectos como la matriculación y retención, las propuestas de mejora en el proceso de enseñanza-aprendizaje no son claramente evidenciadas, y la aplicación efectiva y sistemática de mecanismos para la inserción de estudiantes en actividades docentes, como ayudantías y tutorías, requiere fortalecimiento.*	

Criterio 2.3.2	Indicadores	Cumplimiento	Argumentaciones	Medios de Verificación
Pertinencia y eficacia de las Técnicas Evaluativas aplicadas	a. Las técnicas evaluativas propuestas están orientadas a verificar el cumplimiento de los objetivos establecidos en las asignaturas.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que las técnicas evaluativas propuestas son elaborados de acuerdo a los objetivos establecidos en las asignaturas.*	*Análisis de la concordancia entre los programas de estudio y el modelo pedagógico* *Exámenes aplicados*
	b. Las técnicas evaluativas son coherentes con las metodologías y técnicas didácticas aplicadas en el aula.	*Cumple Totalmente*	*Los instrumentos de evaluación y los planes de clases presentados como ejemplos, permiten constatar la coherencia de las técnicas evaluativas conforme a las metodologías y técnicas didácticas aplicadas en el aula.*	*Análisis de la concordancia entre los programas de estudio y el modelo pedagógico* *Exámenes aplicados*
	c. Las evaluaciones aplicadas evidencian el grado de importancia de los aprendizajes esperados.	*Cumple Totalmente*	*Los instrumentos presentados como evidencias, permiten validar el grado de importancia de los aprendizajes esperados a través de las evaluaciones aplicadas, visto que se observa diversidad de tipos de preguntas, incluyendo selección múltiple, verdadero y falso, resolución de problemas, explicación de conceptos, entre otros, lo que permite constatar que se evalúan diferentes habilidades y niveles de comprensión.*	*Planificación y desarrollo semestral de clases* *Exámenes aplicados*
	d. Las evaluaciones aplicadas son realizadas de acuerdo a lo programado.	*Cumple Totalmente*	*Por medio del análisis de los medios de verificación;Planificación y desarrollo semestral de clases* *Calendario Académico se ha constatado que los periodos de evaluaciones ya son programados en el calendario académico, y también se evidencia en la Planificación y desarrollo semestral de clases de los docentes.*	*Planificación y desarrollo semestral de clases* *Calendario Académico*
	e. Los estudiantes reciben retroalimentación oportuna luego de ser evaluados.	*Cumple Totalmente*	*Dentro de los informes del Plan y desarrollo de clases por semestre, se observa la implementación de repasos de contenidos desarrollados, y durante la reunión mantenida con docentes y estudiantes, se pudo corroborar que la retroalimentación de las evaluaciones se realizan en aula y también a través de la plataforma Yaguareté.*	*Planificación y desarrollo semestral de clases* *Resultado de reunión con docentes y con estudiantes*
	f. Las técnicas evaluativas aplicadas son revisadas periódicamente.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que los docentes deben remitir sus temarios periódicamente a la coordinación de carrera con 8 días de antelación para que este sea revisado y aprobado previo a su aplicación, también se evidencia que en el Reglamento Académico Complementario se establecen los procedimientos para la elaboración de los temarios, lo cual fue corroborado durante la reunión mantenida con docentes y con directivos.*	*Reglamento Académico Complementario* *Planificación y desarrollo semestral de clases* *Resultado de reunión con docentes y con directivos*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	PLENO		**5**	

Juicio Valorativo del Criterio	*Las técnicas evaluativas aplicadas en la carrera de Marketing están claramente orientadas a verificar el cumplimiento de los objetivos establecidos en las asignaturas, manteniendo coherencia con las metodologías y técnicas didácticas utilizadas en el aula. Las evaluaciones no solo reflejan la importancia de los aprendizajes esperados, sino que también se realizan de acuerdo con el calendario académico planificado. Además, se proporciona retroalimentación oportuna a los estudiantes, tanto en el aula como a través de la plataforma Yaguareté, y las técnicas evaluativas son revisadas periódicamente para asegurar su relevancia y efectividad. Estos aspectos aseguran un proceso de evaluación alineado con los objetivos educativos de la carrera.*

Componente 4. Investigación y Extensión				
Criterio 2.4.1	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Pertinencia y relevancia de los Proyectos de Investigación	a. Los propósitos respecto a investigación están claramente expresados en el proyecto académico.	*No Cumple*	*En el Proyecto Académico 2010 no se pudo constatar la existencia de un apartado específico que expresa los propósitos respecto a la investigación, a pesar de que la investigación se incluye como uno de los objetivos estratégicos institucionales.*	*Proyecto Académico 2010*
	b. Las líneas de investigación de la carrera están definidas.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a la Resolución N° 18/2017 de Decanato, se evidencia que las líneas de investigación están definidas para la carrera, lo cual pudo ser corroborado durante la reunión mantenida con el Profesor de Tiempo Completo del área de investigación.*	*Resolución N° 18/2017 de Decanato que aprueba líneas de investigación.* *Resultado de reunión con profesores de tiempo completo.*
	c. Los proyectos de investigación desarrollados responden a las líneas de investigación definidas por la carrera.	*Cumple Parcialmente*	*Se observa un informe con una lista de trabajos de investigación realizados en el marco de asignaturas específicas, las cuales efectivamente responden a las líneas establecidas por la carrera, sin embargo, no se pudo acceder a los resultados de los trabajos desarrollados y mencionados en la lista.*	*Informe de proyectos de investigación 2018 - 2022 (Lista de proyectos)* *Informe de proyectos de investigación 2022 - 2024 (Lista de proyectos)*
	d. Los proyectos de investigación responden a las necesidades del medio externo.	*No Cumple*	*No se pudo acceder a un documento que evidencie la recolección de datos de las necesidades del medio externo para afirmar que los proyectos de investigación propuestos, responden a dichas necesidades.*	*Informe de proyectos de investigación 2018 - 2022 (Lista de proyectos)*
	e. Los proyectos de investigación cuentan con los recursos para su realización.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al presupuesto aprobado para la carrera de forma anual, se evidencia que este contempla un concepto denominado "investigación y desarrollo", al cual se le asigna recursos para su realización.*	*1.2.1. d) Presupuesto de la Carrera.* *Reunión con Administrador UNIDA*
	f. Los proyectos de investigación cuentan con la participación de docentes y estudiantes.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que las propuestas de los proyectos de investigación presentados por los docentes, contemplan la participación tanto de docentes como de estudiantes, visto que según lo confirmado durante la reunión mantenida con los mismos, las investigaciones son desarrolladas en el aula en el marco de asignaturas específicas.*	*Informe de proyectos de investigación 2018 - 2022 (Lista de proyectos)* *Resultado de reunión con docentes y estudiantes*

Nivel de cumplimiento del Criterio	Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa asociada
	SUFICIENTE	**3**
Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera de Marketing UNIDA tiene definidas las líneas de investigación, así como los recursos para su realización contando con la participación de docentes y estudiantes. No obstante, no se visualizan consultas al medio externo donde se establece las necesidades de investigación, ni las evidencias de trabajos de investigación desarrollados que respondan a las líneas de investigación establecidas por la carrera.*	

Criterio 2.4.2	Indicadores	Cumplimiento	Argumentaciones	Medios de Verificación
Pertinencia y relevancia de los Proyectos de Extensión	a. Los propósitos respecto a la extensión están claramente expresados en el proyecto académico.	*No Cumple*	*En el Proyecto Académico 2010 no se pudo constatar la existencia de un apartado específico que expresa los propósitos respecto a extensión.*	*Proyecto Académico 2010* *Resolución del Decanato donde se formaliza las Líneas de Extensión* *Proyecto Académico de Actualización de la Carrera de Marketing 2024*
	b. Los proyectos de extensión apuntan al logro de los objetivos de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a los documentos revisados y analizados, todas las actividades de extensión realizadas por la carrera de Marketing en el periodo analizado, responden a los objetivos definidos tanto en el Proyecto Académico como en el Plan de Desarrollo de la carrera y están alineados con el perfil de egreso de la carrera*	*Informe de Extensión - Retroalimentación y Transferencia , Proyecto Académico y Plan de Desarrollo de la carrera*
	c. Los proyectos de extensión desarrollados por la carrera responden a las necesidades del entorno.	*Cumple Parcialmente*	*Se presentan informes de los trabajos de extensión realizados por la carrera, sin embargo, no se pudo constatar estudios de necesidades del entorno para afirmar que los proyectos de extensión desarrollados responden a resultados de estos estudios, lo cual fue corroborado durante la reunión mantenida con los docentes y estudiantes.*	*Proyectos de Extensión* *Reunión con docentes y con estudiantes* *Informe Complementario del Mecanismo de Seguimiento de las actividades de Extensión y Proyección Social.*
	d. Los proyectos de extensión cuentan con los recursos para su realización.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al presupuesto aprobado para la carrera de forma anual, se evidencia que este contempla un concepto denominado "extensión universitaria", al cual se le asigna recursos para su realización.*	*Presupuesto de la Carrera de Marketing UNIDA*
	e. Los proyectos de extensión cuentan con la participación de docentes y estudiantes.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que las actividades de extensión son realizados por los docentes con sus estudiantes, de acuerdo a la naturaleza de la asignatura que el profesor tiene a su cargo, lo cual fue corroborado durante la reunión con los mismos.*	*Proyectos de Extensión* *Resultado de reunión con docentes y con estudiantes*

	f. Las actividades realizadas en el marco de los proyectos de extensión retroalimentan el proceso de enseñanza aprendizaje.	*Cumple Totalmente*	*Según el informe de proyectos de investigación desarrollados para el periodo evaluado, se consta que al ser realizados en el marco de asignaturas específicas, permiten una retroalimentación en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes, confirmado durante las reuniones mantenidas con docentes y estudiantes.*	*Informe de Extensión - Retroalimentación y Transferencia* *Proyectos de Extensión* *Resultado de reunión con docentes y con estudiantes*
	g. Los proyectos de extensión se realizan de acuerdo a lo programado.	*Cumple Totalmente*	*Según la Planificación semestral de los Proyectos de Extensión, se pudo evidenciar que los periodos de desarrollo correspondiente a estas actividades se programan de forma anual, lo cual fue confirmado durante la reunión con el docente de tiempo completo de extensión.*	*Proyectos de Extensión* *Informe complementario. Proyecto de Extensión y Proyección Social* *Planificación semestral de los Proyectos de Extensión desarrollados.* *Abog. Laura Mendoza - DTC Extensión y Proyección Social 2028 y 2022* *Resultado de reunión con Profesor de Tiempo*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	SUFICIENTE		**3**	
Juicio Valorativo del Criterio	*Los proyectos de extensión son coherentes al cumplimiento de los objetivos de la carrera, cuentan con los recursos para su realización, con participación de docentes y estudiantes, y retroalimentan el proceso de enseñanza aprendizaje. Sin embargo, aunque los proyectos de extensión están programados para su desarrollo, no se verifican los propósitos, ni estudios de necesidades del entorno para la definición de los trabajos.*			



DIMENSIÓN 2. PROYECTO ACADÉMICO

Fortalezas y Debilidades en la Dimensión

Fortalezas	Debilidades
Perfil de egreso claramente definido en el Proyecto Académico.	Falta incorporación de horas específicas para Seminarios, Trabajo Final - Tesis, y Práctica y Pasantía Pre-Profesional en el Plan de Estudio.
Coherencia entre el perfil de egreso y la misión de la carrera.	Falta de seguimiento sistemático a las Prácticas y Pasantías Pre-Profesionales debido a su no obligatoriedad en la malla curricular.
Perfil de egreso adecuado a las competencias demandadas en la profesión.	Carencia de evidencias claras en cómo se utilizan los resultados de las evaluaciones de estudiantes para mejorar la planificación docente.
Accesibilidad del perfil de egreso para todos los interesados.	Falta de evidencias claras de propuestas de mejora en el proceso de enseñanza-aprendizaje basadas en los análisis de eficiencia interna.
Realización de estudios previos de las necesidades del medio para asegurar que el perfil de egreso responda a la demanda del mercado.	Limitada aplicación sistemática de mecanismos para la inserción de estudiantes en actividades docentes, como ayudantías y tutorías.
Objetivos claramente definidos en el Proyecto Académico.	Propósitos de investigación no se encuentran expresados en el proyecto académico.
Coherencia entre los objetivos de la carrera y la misión y visión institucional.	Carencia de trabajos de investigación que verifiquen la aplicación las líneas de investigación definidas por la carrera.
Orientación de los objetivos hacia el logro del perfil de egreso.	Falta de evidencias que establezcan las necesidades del medio externo para definición de proyectos de investigación.
Accesibilidad a los objetivos a través de medios digitales para todos los interesados.	Falta de expresión de propósitos para trabajos de extensión en el proyecto académico de la carrera.
Mecanismos de admisión claramente establecidos y formalizados.	Falta de determinación de necesidades del entorno para el diseño de proyectos de extensión.
Difusión amplia y accesible de los procedimientos de admisión a través de medios digitales.	
Evaluación de conocimientos previos integrada en el proceso de admisión.	
Alta tasa de inserción exitosa de estudiantes en la carrera.	
Número de admitidos ajustado a la capacidad operativa de la carrera.	
Coherencia entre el Plan de Estudio y el perfil de egreso.	
Viabilidad del Plan de Estudio respaldada por recursos adecuados y planificación.	
Secuencia lógica y coherente de asignaturas con prerrequisitos definidos.	
Equilibrada distribución de la carga horaria a lo largo de la carrera.	
Adecuada combinación de clases teóricas y prácticas en los programas de estudio.	
El Plan de Estudio se ejecuta de acuerdo con lo planificado.	



La carrera garantiza una implementación sistemática de la formación práctica.	
El número de estudiantes por grupo es adecuado para las clases teóricas y prácticas.	
Existen mecanismos eficaces para la integración de materias y áreas entre sí.	
Coherencia en la profundización de contenidos con el Plan de Estudio.	
Procesos de enseñanza-aprendizaje alineados con los objetivos de las asignaturas.	
Estrategias metodológicas adecuadas a la naturaleza de las asignaturas.	
Aplicación de enfoques pedagógicos inclusivos en las estrategias docentes.	
Análisis sistemático de los índices de eficiencia interna de la carrera.	
Orientación de las técnicas evaluativas hacia el cumplimiento de los objetivos de las asignaturas.	
Coherencia entre las técnicas evaluativas y las metodologías didácticas aplicadas.	
Evaluaciones que reflejan la importancia de los aprendizajes esperados.	
Realización de evaluaciones conforme al calendario académico planificado.	
Retroalimentación oportuna proporcionada a los estudiantes tras las evaluaciones.	
Líneas de investigación definidas.	
Se provee los recursos necesarios para la ejecución de los proyectos de investigación.	
En los proyectos de investigación se verifica participación de docentes y estudiantes.	
Los proyectos de extensión están alineados con los objetivos de la carrera.	
Los proyectos de extensión disponen de los recursos necesarios para su ejecución.	
Docentes y estudiantes participan activamente en los proyectos de extensión.	
Las actividades de extensión retroalimentan el proceso de enseñanza-aprendizaje.	
Disponibilidad de planificación para proyectos de extensión.	

Recomendaciones de Mejora
R1. Establecer horas específicas para Seminarios, Trabajo Final de Carrera/Tesis, Práctica y Pasantía Pre-Profesional en el Plan de Estudio.
R2. Desarrollar un seguimiento sistemático de las Prácticas y Pasantías Pre-Profesionales establecidas para la carrera en la actualización del Plan de Estudios.
R3. Evidenciar la utilización de los resultados de las evaluaciones de estudiantes para mejora a la planificación docente.
R4. Producir evidencias claras sobre propuestas de mejora para optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje que se generan del análisis de eficiencia interna.
R5. Aplicar mecanismos sistemáticos para la inserción de estudiantes en actividades docentes de ayudantías y tutorías.
R6. Diseñar propósitos de investigación a ser insertados en el proyecto académico.
R7. Producir y documentar trabajos de investigación acordes a las líneas de investigación definidas por la carrera.
R8. Investigar y evidenciar necesidades del medio externo para la definición de los proyectos de investigación.
R9. Diseñar los propósitos que sustentan los trabajos de extensión de la carrera.
R10. Indagar las necesidades del entorno para el diseño de proyectos de extensión.



DIMENSIÓN 3. PERSONAS				
Componente 1. Directivos				
Criterio 3.1.1	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Eficacia e integridad en los procesos de selección, evaluación y promoción del Personal Directivo	a. La carrera cuenta con procedimientos de selección, evaluación y promoción del desempeño directivo, claramente definidos.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a los medios de verificación, se observa que la UNIDA tiene establecido en su Estatus Social los procedimientos de selección y promoción de directivos, así mismo, se constata la existencia de un procedimiento de evaluación de desempeño claramente definido, y a los cuales se adscribe a carrera de Marketing, lo cual fue confirmado durante la reunión mantenida con los directivos.*	*Estatuto Social de la UNIDA* *Proyecto Académico 2010* *Resultado de reunión con directivos*
	b. Los procedimientos de selección, evaluación y promoción se encuentran difundidos.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que los procedimientos establecidos tanto en el estatuto como los procedimientos de evaluación de directivos son compartidos a través de la plataforma Jaguarete, a la cual tienen acceso los miembros de la comunidad educativa, corroborado durante la reunión mantenida con los mismos.*	*Informe de difusión de los procedimientos de selección, evaluación y promoción del desempeño directivo.* *Resultado de reunión con directivos*
	c. Los procedimientos de selección, evaluación y promoción del personal directivo, son aplicados con transparencia.	*Cumple Totalmente*	*El análisis documental permite visualizar que los procedimientos de selección, promoción y evaluación de directivos son realizados según el Estatuto Social, así mismo, durante la reunión mantenida con los mismos, se constata que la evaluación de los directivos de la carrera son realizados de forma vertical descendente, lo que evidencia transparencia.*	*Ficha de evaluación del personal directivo.* *Informe de difusión de los procedimientos de selección, evaluación y promoción del desempeño directivo.* *Resultado de reunión con directivos*
	d. Los procedimientos de selección, evaluación y promoción aseguran que la carrera cuente con directivos con el perfil requerido para el cargo.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a la caracterización del personal directivo, se constata que los procedimientos de selección, promoción y evaluación permiten contar con directivos con el perfil adecuado para el cargo, lo cual pudo ser evidenciado durante las reuniones mantenidas con los directivos de diversas áreas de la institución y de la carrera.*	*Caracterización del personal directivo* *Ficha de evaluación del personal directivo.* *Informe de difusión de los procedimientos de selección, evaluación y promoción del desempeño directivo.* *Resultado de reunión con directivos*
	e. Los resultados de la selección, evaluación y promoción del desempeño directivo son utilizados para la mejora de la gestión.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a los informes de gestión, se constata que los resultados de la selección, evaluación y promoción de los directivos fueron utilizados para mejorar la gestión de los mismos, visto que se constatan mejoras incorporadas en la gestión directiva, académica, administrativa y comunitaria, confirmado durante las reuniones mantenidas con los mismos.*	*Informe de gestión 2018-2022* *Ficha de evaluación del personal directivo.* *Informe de difusión de los procedimientos de selección, evaluación y promoción del desempeño directivo.* *Resultado de reunión con directivos*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	PLENO		**5**	

Juicio Valorativo del Criterio	*Los procesos de selección, evaluación y promoción del personal directivo están claramente definidos en los estatutos de la UNIDA y se aplican de manera transparente, asegurando que la carrera cuente con directivos que poseen el perfil adecuado para sus cargos. Además, los procedimientos son difundidos a través de plataformas accesibles, como Yaguareté, y los resultados obtenidos de estos procesos se utilizan para mejorar la gestión directiva, lo que fue corroborado durante las reuniones con los directivos y el análisis de la documentación correspondiente.*			
Criterio 3.1.2.	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Eficacia y eficiencia de la Gestión Directiva	a. La dedicación horaria de los directivos satisfacen las necesidades de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*Luego de revisar los medios de verificación, se pudo evidenciar que la dedicación horaria de los directivos es satisfactorio para las necesidades de la carrera, visto que se pudo acceder a información resultante de encuestas aplicadas a los miembros de la comunidad educativa. Así mismo, esto se pudo confirmar durante las reuniones mantenidas con los distintos estamentos, además, durante la visita a la institución, se visualizaron los horarios disponibles en impreso por la puerta de acceso a la oficina de coordinación.*	*Informe sobre dedicación horaria de los directivos de la carrera de Marketing* *Resultado de reunión con docentes* *Resultado de reunión con colaboradores* *Resultado de reunión con estudiantes* *Resultado de observaciones durante el recorrido*
	b. La estrategia de comunicación interna adoptada por los directivos es efectiva para el logro de los objetivos de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a los medios de verificación se constata que la carrera adopta estrategias de comunicación, siguiendo los lineamientos de comunicación interna y externa establecidos por la Resolución 57/2020, lo que permite evidenciar que es efectiva para el logro de los objetivos de la carrera. Así mismo, durante las reuniones mantenidas con colaboradores, docentes, estudiantes, se pudo corroborar que los medios utilizados para la comunicación interna son variados, incluyen teléfonos internos, correo electrónico, pantallas digitales, carteles impresos, whatsapp y sus respectivas plataformas Jaguarete y Nasa.*	*Resolución 57/2020 de Lineamientos de comunicación interna y externa* *Resultado de reunión con docentes, estudiantes, colaboradores*
	c. La conducta de los directivos se ajusta los principios establecidos en el código de ética.	*Cumple Totalmente*	*El informe de cumplimiento del código de ética indica que la conducta de los directivos se ajustan al mismo, además, durante las reuniones se pudo evidenciar la opinión positiva de colaboradores, docentes y estudiantes al respecto.*	*Código de ética* *Informe de cumplimiento de la política de ética Marketing* *Resultado de reunión con docentes, colaboradores, estudiantes*
	d. La toma de decisiones para el logro de los objetivos de la carrera se basa en criterios académicos.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al informe de gestión anual y el Plan de Desarrollo actualizado, se evidencia que las decisiones tomadas, fueron en base a criterios académicos y buscando el logro de los objetivos de la carrera, corroborado durante la reunión con los mismos.*	*Informe de gestión 2018-2022* *Plan de Desarrollo 2016 y 2022* *Resultado de reunión con directivos*
	e. Se evidencia compromiso del personal directivo para el logro de los objetivos de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*Los informes de gestión anual,Resultado de reunión con docentes, Resultado de reunión con estudiantes, Resultado de reunión con colaboradores, Informe sobre conducta de satisfacción del personal directivo demuestran compromiso del personal directivo, además, durante la reunión mantenida con los docentes, estudiantes y colaboradores se pudo evidencia alta conformidad al respecto.*	*Resultado de reunión con docentes* *Resultado de reunión con estudiantes* *Resultado de reunión con colaboradores* *Informe sobre conducta de satisfacción del personal directivo*

	f. Existe evidencia de la satisfacción de los miembros de la comunidad académica acerca de la gestión de sus directivos.	*Cumple Parcialmente*	*Los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes y docentes se constata un nivel se satisfacción promedio del 60% para el periodo evaluado,además, la encuesta aplicadas a colaboradores, no permite constatar la satisfacción acerca de la gestión de sus directivos, considerando que no se incluyó consulta específica relacionada al respecto.*	*Informe de satisfacción sobre la gestión de sus directivos (docentes y estudiantes)* *Informe de satisfacción de colaboradores a Directivos*
	g. Existen evidencias de que los directivos de la carrera garantizan la inclusión de las Personas con Discapacidad.	*Cumple Totalmente*	*El análisis documental confirma que la carrera incorpora normativas y reglamentaciones con respecto a la inclusión, así mismo, durante el recorrido por las instalaciones, se pudo constatar las adecuaciones para cumplir con las normas de accesibilidad, por lo que se evidencia que los directivos garantizan la inclusión de las Personas con Discapacidad.*	*Resolución 58/2020 Reglamento de Inclusión de los estudiantes.* *Resolución 62/2020 Mecanismo de accesibilidad institucional* *Resultado de observaciones durante la visita a la institución*

Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**	**Valoración Cuantitativa asociada**
	SATISFACTORIO	**4**
Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera demuestra compromiso por parte de los directivos, así como el horario dedicado, su desempeño y toma de decisiones para el logro de los objetivos de la carrera, basados en criterios académicos. Los canales de comunicación interna adoptados se consideran efectivos y garantizan la inclusión de las Personas con Discapacidad. No obstante no se evidencia de consultas de satisfacción a colaboradores y los resultados de las encuestas aplicadas a estudiantes y docentes, arroja un nivel de satisfacción promedio del 60%.*	

Componente 2. Docentes				
Criterio 3.2.1.	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Pertinencia e integridad de los procesos de selección, evaluación y promoción Docente	a. La carrera cuenta con procedimientos de selección, y evaluación del personal docente, claramente definidos.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a la Resolución Rectoral N° 57/2021 se constata que la UNIDAD cuenta con procedimientos de selección y evaluación del personal docente claramente definidos, y por la cual se rige la carrera de Marketing, lo cual pudo ser confirmado durante la reunión con directivos y área de recursos humanos.*	*Resolución Rectoral N° 57/2021-Procedimientos de selección del personal docente* *Resolución concurso de selección docente* *Evidencia de evaluación docente* *Resultado de reunión con directivos y con responsables del área de RRHH*
	b. Los procedimientos de selección y evaluación del personal docente se encuentran difundidos en formatos accesibles.	*Cumple Totalmente*	*Por medio del análisis documental se constata que los procedimientos de selección son difundidos a través del sitio web de la universidad cuando hay concursos, mientras que los procedimientos de evaluación, son difundidos a través de la plataforma Yaguareté, confirmado durante la reunión mantenida con docentes.*	*Informe sobre difusión de procedimiento de selección y evaluación docente* *Resultado de reunión con docentes* *https://www.unida.edu.py/concurso-publico-para-docentes-unida/*
	c. Los procedimientos de selección y evaluación del personal docente son aplicados con transparencia.	*Cumple Totalmente*	*La selección del docente se realiza a través de concursos públicos, y en cuanto a la evaluación del personal docente contempla la opinión del estudiante y la opinión institucional, por lo que se evidencia una aplicación transparente de los procedimientos, lo cual fue corroborado durante la reunión con los mismos.*	*Resoluciones de aprobación incorporación docente* *Evidencia de evaluación docente* *Resultado de reunión con docentes*
	d. Los procesos de evaluación del personal docente contemplan la opinión de los estudiantes.	*Cumple Totalmente*	*El Reglamento Docente "Resolución Rectoral 053/2021, en su capitulo sub Capitulo VIII - Parágrafo, habla de la evaluación al docente, así mismo, el instrumento de evaluación utilizado permite evidenciar que se contempla la opinión de los estudiantes.*	*Reglamento Docente "Resolución Rectoral 053/2021* *Ficha de evaluación de estudiantes a docentes*
	e. Los resultados de la evaluación docente se utilizan para proponer planes de capacitación pertinentes.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a las evidencias se pudo constatar que los resultados de las evaluaciones fueron utilizadas para proponer planes de capacitaciones pertinentes, como en TICs, Proyectos de investigación, de extensión, Planificación por competencias, Evaluación por competencias, entre otros.*	*Informe sobre propuestas para capacitaciones docentes en base a los resultados de las evaluaciones*
	f. Los resultados de la evaluación docente se utilizan para proponer mejoras para la actividad docente.	*Cumple Parcialmente*	*El informe sobre mejoras realizadas en el procesos de enseñanza-aprendizaje, muestra que se han hecho esfuerzos para mejorar los recursos didácticos como ser las herramientas de apoyo tecnológico para facilitar la interacción entre docentes y estudiantes, también se observan mejoras sugeridas en los procesos evaluativos, sin embargo, no se pudo constatar mejoras planteadas a la actividad docente con respecto a los objetivos de aprendizaje, con respecto a los contenidos, tampoco con respecto a las estrategias de enseñanza que estén basadas en los resultados de evaluaciones aplicadas a los mismos.*	*Resultado de reunión con docentes* *Informe sobre mejoras realizadas en el Proceso de Enseñanza - Aprendizaje a partir del proceso de seguimiento de la práctica docente*

	g. El Plan de carrera del personal docente es implementado sistemáticamente.	*Cumple Totalmente*	*La Resolución Rectoral 03/2017 muestra que la UNIDA dispone de un Plan de Carrera Docente, y al cual se adscribe la carrera de Marketing. Con los informes de escalafón anual, se confirma que el mencionado plan es implementado de manera sistemática, visto que para el periodo evaluado, se constata la aplicación, además, durante la reunión mantenida con responsables del área de recursos humanos, se pudo confirmar que se aplica un sistema de escalafón económico según nivel de formación alcanzado por cada docente, es decir, por título académico logrado (Grado, Maestría, Doctorado).*	*Resolución Rectoral 03/2017-Plan de Carrera Docente* *Aplicación del escalafón docente* *Resultado de reunión con área de RRHH*
	h. Los programas de promoción docente contempla la movilidad nacional e internacional de los mismos.	*Cumple Parcialmente*	*Dentro del Plan de Carrera del personal docente, no se contempla de manera específica la movilidad nacional o internacional de los mismos, sin embargo, en el apartado correspondiente al sistema de promoción se mencionan algunas acciones que la carrera busca ofrecer a los docentes y que involucra la movilidad, aunque no se manifiesta de forma explícita en un apartado específico, además, durante la reunión mantenida con docentes, se evidenció la falta información sobre la temática.*	*Resolución Rectoral 03/2017-Plan de Carrera Docente* *Resultado de reunión con docentes* *Informe de Movilidad Académica*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	SATISFACTORIO		**4**	
Juicio Valorativo del Criterio	*Los procedimientos de selección, y evaluación del personal docente están claramente definidos, son aplicados con transparencia, difundidos en formatos accesibles. El personal docente es evaluado principalmente por los estudiantes, los resultados se utilizan para proponer planes de capacitación pertinentes y existe un Plan de carrera docente es implementado sistemáticamente, pero no se evidencia si los resultados de la evaluación docente son utilizados para incorporar mejoras.*			
Criterio 3.2.2	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Pertinencia del Perfil Académico de los Docentes	a. Los docentes cuentan con la formación académica coherente con la asignatura que enseñan.	*Cumple Totalmente*	*El cuadro de caracterización del personal docente presentado, evidencia que los docentes cuentan con la formación académica coherente con la asignatura que enseñan, corroborado durante la reunión mantenida con los mismos.*	*Caracterización Docente* *Resultado de reunión con docentes*
	b. Los docentes cuentan con la formación pedagógica requerida para la enseñanza universitaria.	*Cumple Totalmente*	*En la caracterización docente se distingue que más del 90% de los docentes tienen cursos de didáctica universitaria, confirmado durante la reunión con los mismos.*	*Expedientes Administrativos, Directivos, Docentes* *Caracterización Docente* *Resultado de reunión con docentes*
	c. Los docentes cuentan con producción intelectual derivada de los proyectos de investigación.	*Cumple Parcialmente*	*Conforme al informe de la lista de investigación realizada en la carrera, los docentes participan en proyectos de investigación, y aunque durante la reunión mantenida con los mismos, una profesora manifestó tener publicaciones hechas en revistas científicas, sin embargo, no se pudo evidenciar la publicación mencionada.*	*Repositorio de artículos científicos enlace:https://www.unida.edu.py/repositorio-de-investigaciones-por-facultad/* *Proyectos de investigación* *Resultado de reunión con docentes*

	d. Los docentes de la carrera cuentan con formación de postgrado en su área de especialidad.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que los docentes cuentan con formación de postgrado en su área de especialidad, ya sea en Especialización, Maestrías y Doctorados, confirmado durante la reunión mantenida con los mismos.*	*Expedientes Administrativos, Directivos, Docentes* *Caracterización Docente* *Resultado de reunión con docentes*
	e. Existe coherencia entre la formación, el nivel académico de los docentes y las actividades (docencia, investigación y extensión) que desarrollan.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo al análisis de la caracterización del plantel docente, su formación académica, se evidencia coherencia entre las actividades de investigación y extensión desarrollados durante el proceso de enseñanza-aprendizaje para el periodo evaluado.*	*Caracterización Docente* *Repositorio de artículos científicos enlace:https://www.unida.edu.py/repositorio-de-investigaciones-por-facultad/* *Proyectos de investigación* *Informe de proyectos de extensión*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	SATISFACTORIO		**4**	
Juicio Valorativo del Criterio	*Los docentes cuentan con formación pedagógica requerida para la enseñanza universitaria, con formación académica y de postgrado en su área de especialidad y adecuada a la asignatura que enseñan, y a las líneas de investigación y extensión que desarrollan. Aunque los mismos participan en proyectos de investigación, no se evidencia producción intelectual derivada de los mismos.*			

Criterio 3.2.3	Indicadores	Cumplimiento	Argumentaciones	Medios de Verificación
Pertinencia y eficacia de los Planes de Capacitación y Perfeccionamiento Docente	a. La carrera cuenta con planes de capacitación y perfeccionamiento docente.	*Cumple Parcialmente*	*Conforme a las evidencias se constata que se elaboran planes de capacitación anual, sin embargo, no se pudo constatar planes de perfeccionamiento orientados a los docentes.*	*Plan de capacitación docente* *Informe de Capacitación y Perfeccionamiento Docente*
	b. Existen evidencias de la capacitación de los docentes en temas relacionados a la inclusión, discapacidad, bioseguridad y uso de TIC.	*Cumple Totalmente*	*Las evidencias respaldan que cuentan con capacitación docente en en temas relacionados a la inclusión, discapacidad, bioseguridad y uso de TIC.*	*Plan de capacitación sobre inclusión, discapacidad, bioseguridad y uso de TIC*
	c. Los planes de capacitación y perfeccionamiento docente se implementan sistemáticamente.	*Cumple Parcialmente*	*Conforme a las evidencias, se constata que los planes de capacitación son aplicados de forma sistemática, considerando que se pudo evidenciar la implementación anual de cursos cortos, charlas sobre diversas temáticas como TICs, Proyectos de investigación, de extensión, Planificación por competencias, Evaluación por competencias, entre otros, no así en lo referente a perfeccionamiento, lo cual no se pudo evidenciar aplicación regular.*	*Informe sobre plan de capacitación docente*
	d. La carrera prevé algún tipo de apoyo a los docentes para el perfeccionamiento profesional de los mismos.	*Cumple Totalmente*	*Se pudo constatar que los docentes reciben becas para la realización de cursos para el perfeccionamiento profesional, lo que evidencia que la carrera prevé apoyo para los mismos, lo cual pudo ser confirmado durante la reunión con los mismos.*	*Planilla de registro de docentes con beneficio de becas* *Resultado de reunión con docentes*
	e. Los planes de capacitación abordan temáticas que respondan a los resultados de la evaluación del desempeño docente.	*Cumple Totalmente*	*Se constatan el desarrollo de capacitaciones: como en TICs, Proyectos de investigación, de extensión, Planificación por competencias, Evaluación por competencias, entre otros, lo que indica que se abordan temáticas relacionadas al desempeño docente, de esta manera se constata que son considerados los resultados de evaluación, lo cual pudo ser confirmado durante la reunión con los directivos y docentes.*	*Informe sobre propuestas para capacitaciones docentes en base a los resultados de las evaluaciones* *Resultado de reunión con directivos y docentes*
	f. Se evidencia satisfacción de los docentes con los procesos de formación continua implementados.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas, en una valoración del 1 al 5, se constata un promedio de 4,2 en cuanto al nivel de satisfacción de los docentes con los procesos de formación continua que ofrece la UNIDA.*	*Informe sobre satisfacción de los procesos de formación continua*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	SATISFACTORIO		**4**	

Juicio Valorativo del Criterio	*Los docentes reciben capacitaciones en temas relacionados a la inclusión, discapacidad, bioseguridad y uso de TIC, verificando rubros para el perfeccionamiento profesional de los mismos, verificando satisfacción de los docentes con los procesos de formación continua implementados, sin embargo, no se constata planes de perfeccionamiento, su aplicación sistemática.*

Componente 3. Estudiantes				
Criterio 3.3.1	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Pertinencia y eficacia de los Mecanismos de Orientación Académica a la población estudiantil	a.Los mecanismos de orientación académica a estudiantes están claramente establecidos.	*Cumple Totalmente*	*Se evidencia la existencia de un Mecanismo de Desarrollo de Bienestar Estudiantil, aprobado por Resolución Rectoral N° 30/2021, dentro del cual se constata, están establecidas las actividades que contribuirán para la inserción y adaptación del estudiante a su carrera.*	*Resolución Rectoral N° 30/2021 -Mecanismo de Desarrollo de Bienestar Estudiantil* *Programa de inducción a nuevos estudiantes*
	b. Las actividades de orientación académica previstas en el mecanismo están planificadas.	*Cumple Totalmente*	*La planificación de actividades de inducción y acompañamiento así como están planteadas en el Mecanismo de Desarrollo de Bienestar Estudiantil, definida según la Resolución REC 030/2021 y la cual establece acciones en el ámbito de: Liderazgo, Vida Sana, Consejería psicopedagógico, Atención al estudiante con capacidades diferentes, Servicio de transporte, Acompañamiento académico, Servicio de ambulancia y Programa de Becas UNIDA.*	*Informe sobre procedimiento de rendimiento crítico y Orientación Académica* *Programa de inducción a nuevos estudiantes*
	c. Las actividades de orientación académica planificadas se implementan según lo establecido.	*Cumple Totalmente*	*Las actividades de orientación académica fueron implementados según lo establecido en la planificación, e incluyen actividades como: Bienvenida a los estudiantes por parte del personal del Área de su carrera, Presentación de los integrantes del área académica de la Facultad - Carrera, Manejo de la Plataforma Educativa E-Class, Explicación de los Procedimientos Académicos y Administrativos de la Facultad de Gestión, y Aclaración de dudas.*	*Informe sobre procedimiento de rendimiento crítico y Orientación Académica* *Programa de inducción a nuevos estudiantes*
	d. Las actividades de orientación académica previstas son inclusivas y responden a las necesidades de los estudiantes.	*Cumple Totalmente*	*Las actividades de orientación académica y capacitaciones como manejo de la plataforma E-class, inducción para explicar los procedimientos académicos y administrativos; así como otras actividades de orientaciones generales, las cuales según los contenidos del programa de cada sesión, son inclusivas, además, durante la reunión mantenida con estudiantes y responsables del área de la Secretaría de Atención al Estudiante, se pudo corroborar que las orientaciones son generales y que en caso de necesidades específicas son personalizadas, lo que evidencia la inclusión según las necesidades de los estudiantes.*	*Informe sobre las orientaciones académicas con enfoque inclusivo* *Resultado de reunión con responsable de la Secretaría de Atención al Estudiantes y con estudiantes*
	e. Los resultados de las actividades de orientación académica permiten el logro de los aprendizajes.	*Cumple Totalmente*	*En los documentos presentados y analizados se confirma que los resultados de las actividades de orientación académica contribuyen al logro de los aprendizajes de los estudiantes, visto que se constata que se realizan inducción en Manejo de la Plataforma Educativa E-Class, Explicación de los Procedimientos Académicos y Administrativos de la Facultad de Gestión, así como acerca de las normativas y reglamentaciones que rigen la carrera.*	*Informe sobre las orientaciones académicas con enfoque inclusivo* *Programa de inducción a nuevos estudiantes*

Nivel de cumplimiento del Criterio	Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa asociada
	PLENO	**5**
Juicio Valorativo del Criterio	*La pertinencia y eficacia de los Mecanismos de Orientación Académica se refleja en la clara definición de estos, establecidos mediante la Resolución Rectoral N° 30/2021. Las actividades planificadas, como la inducción y el acompañamiento académico, son implementadas de acuerdo con lo previsto, respondiendo a las necesidades de los estudiantes con un enfoque inclusivo. Los resultados de estas actividades contribuyen significativamente al logro de los aprendizajes, facilitando la inserción y adaptación de los estudiantes a la vida académica.*	

Criterio 3.3.2	Indicadores	Cumplimiento	Argumentaciones	Medios de Verificación
	a. La carrera cuenta con programas de apoyo económico (becas y descuentos) para los estudiantes.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a la Resolución Rectorado N° 09/2018 la UNIDA dispone de programas de apoyo económico como becas y descuentos para sus estudiantes y a la cual se adscribe la carrera de Marketing.*	*Resolución Rectorado N° 09/2018, Reglamento de Becas*
	b. Los programas de apoyo económico se aplican sistemáticamente.	*Cumple Totalmente*	*Se evidencia una aplicación sistemática de los programas de apoyo económico a los estudiantes de la carrera de Marketing, considerando la lista proveída en el informe de aplicación, en la cual se observa que cada año, hay estudiantes de la carrera que acceden a la beca otorgada por la universidad.*	*Informe sobre aplicación del Reglamento de Becas*
	c. La carrera cuenta con programas de atención a la salud de los estudiantes y aplica medidas de bioseguridad.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a la Resolución Rectorado N° 056/2020 la UNIDA tiene aprobado el Manual de Normas Generales de Bioseguridad, extendido su aplicación a todas las carreras, así mismo, se constata que la institución cuenta con programas de atención a la salud a través de convenio firmado con GEMA S.A. y a la cual también se adscribe la carrera de Marketing.*	*Resolución Rectorado N° 056/2020 la UNIDA tiene aprobado el Manual de Normas Generales de Bioseguridad* *Programa de atención a la salud y bioseguridad* *Informe sobre aplicación de los programas de atención a la salud a estudiantes*
	d. Los programas de atención a la salud de los estudiantes se aplican efectivamente.	*Cumple Totalmente*	*Se corrobora que los estudiantes han accedido a los programas de atención disponibles para ellos, además, durante el recorrido por las instalaciones se pudo constatar que existe un área de enfermería y botiquín de primeros auxilios en diferentes espacios comunes de la institución.*	*Informe sobre aplicación de los programas de atención a la salud a estudiantes* *Resultado de observaciones durante el recorrido por las instalaciones*

Pertinencia y eficacia de los Mecanismos de Apoyo a la población estudiantil	e. Los programas de apoyo económico y de atención a la salud de los estudiantes se encuentran difundidos en formatos accesibles.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que el programa de apoyo económico y de salud para los estudiantes son difundidos a través de diversos medios accesibles, como por el sitio web institucional, redes sociales, correo electrónico, y paneles informativos, lo cual fue confirmado durante el recorrido por las instalaciones.*	*Informe de difusión del Reglamento de becas para estudiantes* *Resultado de observaciones durante el recorrido por las instalaciones*
	f. La carrera cuenta con mecanismos de apoyo a estudiantes para las actividades extracurriculares (deportivas, artísticas y culturales).	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a las evidencias, se observa que la Resolución Rectorado N° 30/2021 es la que aprueba el Mecanismo de Desarrollo de Bienestar Estudiantil, con un enfoque a las actividades extracurriculares.*	*Resolución Rectorado N° 30/2021 -Mecanismo de Desarrollo de Bienestar Estudiantil*
	g. Los mecanismos de apoyo a estudiantes para las actividades extracurriculares (deportivas, artísticas y culturales) se aplican sistemáticamente.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que las actividades extracurriculares se realizan de forma sistemática, visto que, entre el año 2019 y 2022, los estudiantes pudieron acceder a servicios de salud (consultorios de nutrición, fisioterapia, psicología y primeros auxilios); Programa Deportivo (mesas de ping pong, Corrida UNIDA, Gimnasio); Programa de Desarrollo Humano (Becas, Coaching, Entrenamiento para prevención y cobertura de riesgos, Idiomas, Entrenamiento para el mejoramiento del perfil de empleabilidad, Eventos de confraternidad, Vinculación con el entorno y programas de responsabilidad social); además, durante la reunión con los diferentes estamentos, se pudo constatar la realización de actividades específicas de forma anual, como la fiesta de San Juan, competencias deportivas, la semana de marketing, festejos por días especiales, entre otros.*	*Informe sobre aplicación del mecanismo de desarrollo de bienestar* *Resultado de reunión con los diferentes estamentos*
	h. La carrera cuenta con convenios para la movilidad estudiantil nacional o internacional que se aplican sistemáticamente.	*Cumple Parcialmente*	*La UNIDA dispone de convenios con organismos nacionales e internacionales, también se evidencia que algunos estudiantes han participado de la actividad de internacionalización a través de una visita a la Universidad Adventista del Plata de Entre Ríos - Argentina, sin embargo, no se pudo constatar una aplicación regular de los convenios para la movilidad, corroborado durante las reuniones con los directivos y estudiantes.*	*Informe sobre uso sistemático de convenios nacionales e internacionales* *Resultado de reunión con directivos y docentes*
	i. La carrera prevé mecanismos que coadyuvan a eliminar las barreras físicas y actitudinales que impiden la inclusión efectiva de estudiantes con discapacidad.	*Cumple Totalmente*	*Se constata la existencia de la Resolución Rectorado N° 58/2020 que aprueba el Reglamento para estudiantes con diversidad funcional/discapacidad y la Resolución Rectorado N° 62/2020 que aprueba Mecanismos de Accesibilidad Institucional, lo que evidencia que la institución prevé mecanismos que coadyuvan a eliminar las barreras tanto físicas como actitudinales y que por ende es aplicado por todas las carreras, incluida la de Marketing, de esta manera se constata que se busca la inclusión efectiva de los estudiantes con discapacidad.*	*Resolución 58/2020 Inclusión de Estudiantes* *Resolución 62/2020 Accesibilidad Institucional*

Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**	**Valoración Cuantitativa asociada**
	SATISFACTORIO	**4**

Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera impulsa programas de apoyo económico como becas y descuentos para los estudiantes, aplicados sistemáticamente. Implementa programas de atención a la salud y medidas de bioseguridad. Prevé mecanismos para eliminar las barreras físicas y actitudinales que impiden la inclusión efectiva. Aunque la carrera cuenta con convenios para la movilidad estudiantil nacional e internacional, los mismo no son demandados por la comunidad estudiantil.*

Componente 4.Personal Administrativo y de Apoyo				
Criterio 3.4.1	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Eficacia e integridad en los procesos de selección, evaluación y promoción del Personal Administrativo y de Apoyo	a. Los mecanismos y/o procedimientos de selección, evaluación y promoción del personal administrativo y de apoyo están formalmente definidos.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a la Resolución Rectorado N° 13/2020 se evidencia que los Mecanismos de Promoción y Reconocimiento del Talento Humano se encuentran formalmente definidos.*	*Resolución Rectorado N° 13/2020 de Mecanismos de Promoción y Reconocimiento del Talento Humano* *Evidencia de evaluación de personal administrativo*
	b. Los mecanismos y/o procedimientos de selección, evaluación y promoción del personal administrativo y de apoyo están disponibles para su consulta.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que los mecanismos de selección, evaluación y promoción de los colaboradores están disponibles en la plataforma web institucional Yaguareté para su consulta, lo cual fue verificado durante el recorrido por las instalaciones de la institución, así mismo, se evidencia que cuando hay convocatorias, los procedimientos son difundidos a través de las redes sociales y por email, también, en el sitio web se dispone de un espacio para recibir curriculum de los interesados en trabajar dentro de la universidad en el área administrativo o de apoyo.*	*https://jaguarete.unida.edu.py/infou/* *Informe de difusión de los procedimientos de selección, evaluación y promoción del personal administrativo y de apoyo.* *https://www.unida.edu.py/trabaja-con-nosotros/*
	c. Los mecanismos y/o procedimientos de selección, evaluación y promoción del personal administrativo son aplicados de acuerdo a lo establecido en las normativas.	*Cumple Totalmente*	*Se evidencia que hubieron colaboradores promovidos a otros cargos dentro de la institución, así como la evaluación de los colaboradores, además, durante las reuniones con colaboradores y responsables del área de recursos humanos se pudo constatar que los procedimientos de selección son implementados conforme conforme a las normativas establecidas.*	*Resolución Rectorado N° 13/2020 de Mecanismos de Promoción y Reconocimiento del Talento Humano* *Evidencia de evaluación de personal administrativo* *Resultado de reunión con colaboradores y responsable del área de RRHH*
	d. Se cuenta con un Plan de carrera para el personal administrativo y de apoyo.	*Cumple Totalmente*	*La Resolución Rectoral N° 13/2020 que aprueba los Mecanismos de Promoción y Reconocimiento del Talento Humano permite constatar que se cuenta con un Plan de Carrera para los colaboradores.*	*Resolución Rectorado N° 13/2020 de Mecanismos de Promoción y Reconocimiento del Talento Humano*
	e. El Plan de carrera del personal administrativo y de apoyo es implementado sistemáticamente.	*Cumple Totalmente*	*Las Resoluciones de nombramientos e informes, permiten constatar el cumplimiento del Plan de carrera para los colaboradores, además, durante las reuniones con colaboradores y responsables del área de recursos humanos, se pudo constatar la implementación sistemática del mismo.*	*Informe de aplicación del Plan de Carrera Administrativo* *Evidencia de implementación sistemática del Plan de Carrera para colaboradores* *Resultado de reunión con colaboradores y responsable del área de RRHH*

Nivel de cumplimiento del Criterio	Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa asociada
	PLENO	**5**
Juicio Valorativo del Criterio	*Los mecanismos y procedimientos de selección, evaluación y promoción del personal administrativo y de apoyo están formalmente definidos, disponibles para su consulta. Se cuenta con un Plan de carrera para el personal administrativo y de apoyo, sin embargo, no se constata la implementación sistemática.*	

Criterio 3.4.2	Indicadores	Cumplimiento	Argumentaciones	Medios de Verificación
Eficacia y pertinencia de la Formación y Desempeño del personal administrativo y de apoyo	a. El personal administrativo y de apoyo cuenta con formación acorde a las necesidades de las actividades que realiza.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a la caracterización de colaboradores con nivel de formación, se constata que los personales administrativos y de apoyo cuentan con la formación adecuada para los cargos que ocupan, los cargos de responsabilidad son ocupados por profesionales con titulación acorde al cargo, y entre los colaboradores de apoyo están estudiantes y profesionales, también esto se pudo confirmar durante las reuniones con los mismos.*	*Caracterización de colaboradores con nivel de formación* *Resultado de reunión con colaboradores*
	b. La carrera cuenta con planes o programas de perfeccionamiento del personal administrativo y de apoyo.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a la información respaldatoria consignada en el Plan de Capacitaciones, se corrobora que la institución cuenta con programas de perfeccionamiento del personal administrativo y de apoyo como cursos de corta duración y posgrados, confirmado durante la reunión con los mismos.*	*Plan de capacitaciones para el personal administrativo y de apoyo* *Resultado de reunión con colaboradores*
	c. Los planes o programas de perfeccionamiento del personal administrativo y de apoyo se implementan sistemáticamente.	*Cumple Totalmente*	*Se observa que los colaboradores, han participado de actividades de perfeccionamiento de manera sistemática durante el periodo que abarca esta evaluación, tales como: Taller sobre manejo de Herramientas para desarrollo de cursos virtuales, Atención al cliente, Curso de Comunicación Oral y Escrita, Curso con los Bomberos, Administración Financiera, todos con una duración mínima de 4 horas y máxima de 10 horas, así mismo se observan varias otras capacitaciones con duración de 1 hora en lo que han participado los colaboradores.*	*Plan de capacitaciones para el personal administrativo y de apoyo* *Registro de asistencia a capacitaciones administrativos* *Registro fotográfico de capacitaciones administrativos*
	d. La dedicación horaria del personal administrativo y de apoyo es suficiente para las necesidades de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo al análisis de la caracterización del personal directivo y colaboradores, nómina de funcionarios y horario laboral, se evidencia que la dedicación horaria de éstos, responde a las necesidades de la carrera, lo cual fue confirmado durante la reunión con estudiantes y docentes.*	*Informe de satisfacción con relación a la carga horaria del personal administrativo* *Resultado de reunión con estudiantes y docentes*
	e. Se evidencia satisfacción de la comunidad académica acerca del desempeño del personal administrativo y de apoyo.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a docentes y estudiantes con respecto al desempeño del personal administrativo y de apoyo, en una valoración de 1 al 5, se constata un promedio de 3,6 en nivel de satisfacción para el periodo evaluado, así mismo, durante las reuniones mantenidas con los docentes y estudiantes, estos demostraron alta conformidad con el desempeño del personal administrativo y de apoyo.*	*Informe de satisfacción acerca del desempeño del personal administrativo y de apoyo* *Resultado de reunión mantenida con estudiantes y con docentes*

Nivel de cumplimiento del Criterio	Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa asociada
	PLENO	5
Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera cuenta con personal administrativo y de apoyo con formación acorde a sus labores, existen programas de perfeccionamiento del personal administrativo y de apoyo, y se implementan sistemáticamente. La dedicación horaria del personal administrativo y de apoyo es suficiente para las necesidades de la carrera, además, el análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a docentes y estudiantes evidencia satisfacción con respecto al desempeño del personal administrativo y de apoyo.*	

DIMENSIÓN 3. PERSONAS

Fortalezas y Debilidades en la Dimensión

Fortalezas	Debilidades
Procedimientos claros y definidos para la selección, evaluación y promoción directiva.	*Insuficiente nivel de satisfacción de los miembros de la comunidad académica acerca de la gestión de sus directivos.*
Difusión accesible de los procedimientos a través de plataformas institucionales.	*Falta de evidencias de mejoras incorporadas en la actividad docente a partir de los resultados de las evaluaciones aplicadas a los mismos.*
Aplicación transparente de los procesos de selección y evaluación.	*Inexistencia de un apartado que contemple la movilidad, en el programa de promoción docente.*
Los directivos cuentan con el perfil adecuado para el cargo.	*Falta de evidencias respecto a publicaciones científicas derivadas de la producción intelectual de los docentes.*
Los resultados de la selección, evaluación y procedimientos son utilizados para mejorar la gestión directiva.	*Falta de planes de perfeccionamiento orientados a los docentes.*
La carrera cuenta con una cobertura horaria de los diferentes directivos de manera satisfactoria.	*Carencia de sistematicidad en el desarrollo de planes de perfeccionamiento docente.*
La estrategia de comunicación interna es efectiva para el logro de los objetivos de la carrera.	*Carencia de una aplicación sistemática de los convenios para la movilidad estudiantil nacional e internacional.*
La conducta de los directivos se ajusta los principios establecidos en el código de ética.	
La toma de decisiones para el logro de los objetivos de la carrera se basa en criterios académicos.	
El compromiso para el logro de los objetivos de la carrera es satisfactorio.	
Procedimientos de selección y evaluación del personal docente, claramente definidos.	
Procedimientos de selección y evaluación del personal docente difundidos en formatos accesibles.	
Procedimientos de selección y evaluación docente son aplicados con transparencia.	
La evaluación al personal docente contemplan la opinión de los estudiantes.	
El Plan de carrera del personal docente es implementado sistemáticamente.	
Los docentes poseen formación académica adecuada a la asignatura que enseñan.	



Los docentes cuentan con la formación pedagógica exigida para la enseñanza universitaria.	
Los docentes cuentan con formación de postgrados en áreas de especialidad de su profesión.	
Los docentes poseen formación adecuada para el ejercicio de la docencia, investigación y extensión que desarrollan..	
Existen evidencias de la capacitación de los docentes en temas relacionados a la inclusión, discapacidad, bioseguridad y uso de TIC.	
La carrera prevé becas y descuentos para los docentes de la carrera.	
Planificación de temas de capacitaciones conforme a los resultados del desempeño docente.	
Satisfacción de los docentes con los procesos de formación continua implementados.	
Mecanismos de orientación académica claramente definidos.	
Actividades de orientación académica planificadas.	
Actividades de orientación académica planificadas implementadas de acuerdo a lo programado.	
Actividades de orientación académica son inclusivas y responden a necesidades de los estudiantes.	
Actividades de orientación académica permiten el logro de los aprendizajes.	
La carrera cuenta con programas de apoyo económico bien definidos, incluyendo becas y descuentos.	
Los programas de apoyo económico se aplican de manera sistemática.	
La carrera tiene programas de atención a la salud de los estudiantes y aplica medidas de bioseguridad, respaldados por normativas institucionales.	
Los programas de atención a la salud se aplican efectivamente.	
Los programas de apoyo económico y de salud se difunden en formatos accesibles.	
Los mecanismos y procedimientos de selección, evaluación y promoción del personal administrativo y de apoyo presentado por la carrera están formalmente definidos y dispopnibles para su consulta estos son aplicados según las normativas.	
Se cuenta con un Plan de carrera para el personal administrativo y de apoyo.	
El Plan de carrera del personal administrativo y de apoyo es implementado sistemáticamente.	
El personal administrativo y de apoyo cuenta con formación acorde a las necesidades de las actividades que realiza.	
Programas de perfeccionamiento del personal administrativo y de apoyo disponibles e implementados de manera sistemática.	
La dedicación horaria del personal administrativo y de apoyo es suficiente para las necesidades de la carrera.	
L a comunidad académica está conforme con el desempeño del personal administrativo y de apoyo.	



Recomendaciones de Mejora
R1. Implementar encuestas de satisfacción a ser aplicadas a colaboradores, que permitan evaluar la gestión de los directivos.
R2. Evidenciar las mejoras incorporadas en la actividad docente, como resultados de la evaluación docente.
R3. Disponer de un registro de las publicaciones científicas derivadas de la producción intelectual de los docentes.
R4. Elaborar planes de perfeccionamiento orientados a los docentes.
R5. Aplicar de manera sistemática el desarrollo de planes de perfeccionamiento docente.
R6. Implementar de forma sistemática la movilidad estudiantil.



DIMENSIÓN 4. RECURSOS				
Componente 1. Infraestructura, Equipamientos e Insumos				
Criterio 4.1.1	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Pertinencia y adecuación de los Espacios destinados a las Actividades de la carrera	a. Los espacios destinados a los directivos, docentes, administrativos y de apoyo, reúnen las condiciones sanitarias y de bioseguridad para facilitar el desarrollo de las actividades.	*Cumple Totalmente*	*La verificación realizada durante el recorrido por las instalaciones de la institución, permitió constatar que los espacios destinados a los directivos, docentes, personal administrativo y de apoyo reúnen las condiciones sanitarias y de bioseguridad como iluminación adecuada, ventilación, detectores de humo, bocas de incendios, botiquín de primeros auxilios, salidas de emergencia, sanitarios sexados e inclusivos, limpieza, etc, requeridos para el desarrollo de las actividades*	*Resultado de observaciones durante la visita a la institución* *Registro fotográfico de espacios*
	b. Las salas de clases son apropiadas con relación al número de estudiantes.	*Cumple Totalmente*	*Las evidencias de los espacios físicos como el Informe sobre recursos disponibles en la sala de clases, así como la verificación realizada durante el recorrido por las instalaciones, evidencian la cantidad de estudiantes que pueden albergar las aulas, contrastado con la lista de matriculados por semestre, se constata que son apropiadas con relación a la cantidad de estudiantes por grupo.*	*Resultado de observaciones durante la visita a la institución* *Informe capacidad de salas y estudiantes*
	c. Las salas de clases cuentan con todos los requerimientos necesarios para el desarrollo de las mismas.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a las evidencias y el recorrido por las instalaciones, se constata que cada una de las salas están equipadas con un proyector instalado, una computadora, pupitres, pizarras, aire acondicionado, lo que evidencia que están debidamente acondicionadas para el desarrollo de las clases.*	*Resultado de observaciones durante la visita a la institución* *Informe sobre recursos disponibles en las salas de clases*
	d. Las instalaciones de la biblioteca incluyen espacios debidamente acondicionados, tanto para el acervo bibliográfico como para la lectura.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al informe Espacios de la biblioteca y el recorrido realizado por las instalaciones, se constata que este está debidamente acondicionado incluyendo mobiliarios para el acervo bibliográfico y espacios suficientes para la lectura sea en grupos o de forma individual.*	*Resultado de observaciones durante la visita a la institución* *Registro fotográfico de espacios de la biblioteca*
	e. Las instalaciones de las salas de informática incluyen espacios suficientes, debidamente acondicionados.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al Reporte sobre espacios de la sala de informática, se constata que están debidamente acondicionados con espacios suficientes para su uso, lo cual pudo ser constatado durante el recorrido por las instalaciones y durante la reunión mantenida con los responsables del área de sistemas e informática*	*Resultado de reunión con responsables del área de sistemas e informática* *Resultado de observaciones durante la visita a la institución* *Reporte sobre espacios de las salas de informática*
	f. Los laboratorios disponen de espacio suficiente para asegurar la realización de las actividades prácticas requeridas en relación a la cantidad de estudiantes.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo al Reporte sobre espacios de la sala de informática, se evidencia que los laboratorios disponen de espacios suficientes para la realización de actividades prácticas requeridas según la cantidad de matriculados, confirmado durante la reunión con docentes y responsables del área de sistemas e informática.*	*Resultado de reunión con docentes y con responsables del área de sistemas e informática* *Reporte sobre espacios de las salas de informática* *Informe de capacidad de salas y cantidad de estudiantes matriculados*

	g. Los espacios destinados a la carrera cumplen con las normas de accesibilidad.	*Cumple Totalmente*	*El informe de accesibilidad y con el recorrido por las instalaciones de la institución, permitió constatar que los espacios destinados a la carrera cumplen con las normas de accesibilidad puesto que disponen de rampas de acceso, sanitarios sexados e inclusivos, ascensor para acceder al primer y segundo nivel del edificio, y puertas de acceso espaciados.*	*Resultado de observaciones durante la visita a la institución* *Informe de accesibilidad*
	h. Los espacios destinados a la recreación y actividades extracurriculares reúnen las condiciones para los cuales fueron previstos.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al Registro fotográfico y el recorrido por las instalaciones, se pudo constatar espacios al aire libre y bajo techo que están disponibles para la recreación de los estudiantes, con mesas de pingpong, y otros juegos, así mismo, se constata la existencia de un contrato con GAME Emprendimientos, para el usufructo de espacios para el deporte, además, se evidencia la existencia de un auditorio, y un amplio espacio de estacionamiento, las cuales son utilizadas según el tipo de actividad organizada.*	*Resultado de observaciones durante la visita a la institución* *Registro fotográfico de espacios* *Contrato con GAME emprendimientos (Tavarelli)*
	i. Los planes y/o proyectos de conservación, expansión, y mejoras se implementan según necesidad.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al Informe del área administrativa y la ejecución presupuestaria, se constata que los proyectos relacionados a la infraestructura, se implementan según necesidad, confirmado durante la reunión mantenida con los responsables del área administrativa y financiera.*	*Resultado de reunión con responsables del área administrativa y financiera* *Informe Área Administrativa*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	PLENO		**5**	
Juicio Valorativo del Criterio	*Los espacios destinados a la carrera de Marketing en la UNIDA cumplen plenamente con las condiciones sanitarias, de bioseguridad, y de accesibilidad necesarias, garantizando un entorno seguro y adecuado para todos. Las aulas, laboratorios, salas de informática, y la biblioteca están bien equipados y acondicionados para el aprendizaje, mientras que las áreas de recreación ofrecen espacios apropiados para actividades extracurriculares. Además, se implementan planes de conservación y mejoras según las necesidades.*			

Criterio 4.1.2.	Indicadores	Cumplimiento	Argumentaciones	Medios de Verificación
Eficacia y eficiencia en el uso de los Recursos Disponibles para la implementación del Proyecto Académico	a. Los equipos e insumos del laboratorio están disponibles oportunamente.	*Cumple Totalmente*	*Las evidencias analizadas permiten confirmar que los equipos e insumos del laboratorio están disponibles oportunamente, confirmado durante la reunión con los responsables del área de sistemas e informática.*	*Resultado de reunión con responsables del área de sistemas e informática* *Reporte sobre espacios de las salas de informática*
	b. El uso de los recursos disponibles en los laboratorios se encuentra debidamente registrados.	*Cumple Totalmente*	*Se pudo constatar la existencia de un sistema de registro del uso de las salas de informática por parte de los miembros de la comunidad académica perteneciente a la Facultad de Gestión y la carrera de Marketing, así mismo, durante la reunión mantenida con los responsables del área de sistemas e informática, estos manifestaron disponer de una planilla de registro de todos los usuarios que ingresan al laboratorio a modo de resguardar los equipos, lo que confirma que se cuenta con el debido registro.*	*Resultado de reunión con responsables del área de sistemas e informática* *Informe sobre recursos disponibles en las salas de clases* *Planilla elaborada por la Secretaría General de Profesores en la que se detallan el pedido de usufructo de laboratorio*
	c. La adquisición y actualización de los equipamientos de laboratorio se realizan sistemáticamente.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a los informes de adquisición de equipos, y la ejecución presupuestaria se evidencia inversiones en equipos de laboratorios de informática cada año desde 2018 a 2023, lo que evidencia que la actualización es realizada sistemáticamente, confirmado durante la reunión mantenida con responsables del área de sistemas e informática y responsables del área administrativa y financiera.*	*Resultado de reunión con responsables del área de sistemas e informática, del área administrativa y financiera* *Adquisición de equipos 2018-2023* *Normativas sobre adquisición y actualización de equipos* *Facturas de compras*
	d. El acceso de los estudiantes y docentes a redes de información está garantizado.	*Cumple Totalmente*	*Los estudiantes tiene acceso a una biblioteca física, también a una Biblioteca Digital (BD) y una virtual, lo que evidencia que se garantiza el acceso a las redes de información tanto para docentes como para estudiantes confirmado durante la reunión mantenida con la responsable del área de biblioteca, estudiantes y docentes, así como durante el recorrido por las instalaciones.*	*Resultado de reunión con responsable del área de biblioteca, estudiantes y docentes* *Resultado de observaciones durante la visita a la institución* *Informe sobre acceso de estudiantes a redes de información*
	e. El acervo bibliográfico disponible responde a las necesidades de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*Conforme al listado de acervo bibliográfico disponible, con títulos específicos para la carrera, se confirma que estos responden a las necesidades de la carrera de Marketing, confirmado durante el recorrido por las instalaciones de la biblioteca y la reunión mantenida con la responsable de la misma.*	*Resultado de reunión con responsable de la biblioteca* *Resultado de observaciones durante la visita a la institución* *Registro de coleccion BI* *Registro de colección BD* *Registro de colecciones UNIDA*
	f. Las normativas de propiedad intelectual se respetan.	*Cumple Totalmente*	*En el Código de Ética, se refuerza la idea del respeto para todos los ámbitos de desempeño de los miembros de la comunidad educativa, así mismo, se evidencia la biblioteca promueve el respeto a la Ley Nº 1328 / Derecho de autor y derechos conexos, además, durante la reunión mantenida con los responsables del área de sistemas e informática, estos evidenciaron utilizar software con licencias y también de versión gratuita, lo que permite afirmar que las normativas de propiedad intelectual son respetados.*	*Código de ética* *Derechos de autor y anexos* *Resultado de observaciones durante la visita a la institución* *Resultado de reunión con responsables del área de sistemas e informática*
	g. Se aplican mecanismos de evaluación e incremento del acervo bibliográfico.	*Cumple Totalmente*	*Según el informe de evaluación de incremento del acervo bibliográfico, se dispone de un mecanismo, cuya aplicación se pudo evidenciar durante la reunión mantenida con directivos y la responsable de la biblioteca, visto que estos manifestaron, que el procedimiento es socializado con los docentes, a modo de que cada uno pueda realizar la solicitud conforme a la necesidad de su asignatura.*	*Informe sobre evaluación del incremento de acervo bibliográfico* *Resultado de reunión con directivos y con la responsable del área de biblioteca*

	h. El equipamiento informático es suficiente para el uso de estudiantes y docentes.	*Cumple Totalmente*	*El recorrido realizado por las instalaciones de la institución, permitió constatar suficiencia de los equipos informáticos para la operatividad de la carrera, ya que durante la reunión mantenida con los responsables del área de sistemas e informática, se pudo evidenciar la disponibilidad de 4 laboratorios, de las cuales 2 cuentan con 36 máquinas para estudiantes más 1 para el docente y los otros 2 cuentan con 41 equipos para estudiantes y 1 para el docente.*	*Resultado de reunión con responsables del área de sistemas e informática* *Resultado de observaciones durante la visita a la institución* *Reporte sobre espacios de las salas de informática*
	i. Se evidencia satisfacción de la comunidad educativa con el uso de los recursos disponibles.	*Cumple Totalmente*	*Las encuestas a docentes y estudiantes muestran un nivel de satisfacción superior al 80% con respecto al uso los recursos disponibles, lo cual fue confirmado durante la reunión mantenida con docentes, estudiantes y colaboradores.*	*Resultado de reunión con docentes, estudiantes y colaboradores* *Informe sobre satisfacción acerca de los recursos disponibles*

Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**	**Valoración Cuantitativa asociada**
	PLENO	**5**
Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera de Marketing utiliza eficazmente los recursos disponibles para implementar su Proyecto Académico. Los laboratorios están bien equipados y actualizados, garantizando acceso a redes de información y un acervo bibliográfico adecuado. Se respetan las normativas de propiedad intelectual, y el equipamiento informático es suficiente. Además, la comunidad educativa muestra alta satisfacción con el uso de los recursos. También se evidencia el registro de uso de laboratorios.*	

Componente 2. Financiamiento

Criterio 4.2.1.	Indicadores	Cumplimiento	Argumentaciones	Medios de Verificación
	a.Los procedimientos administrativos y financieros de asignación, y ejecución del presupuesto se encuentran claramente definidos.	*Cumple Totalmente*	*La Resolución Rectorado N°41/2018 evidencia la aprobación del Procedimiento para la elaboración y monitoreo del presupuesto 2019, por otra parte la Resolución Rectorado N° 10/2019 aprueba el Modelo y Manual de Presupuesto de la UNIDA, lo que permite constatar la existencia de procedimientos administrativos y financieros de asignación y ejecución presupuestaria, están definidos claramente y aprobados por la autoridad respectiva, confirmado durante la reunión mantenida con responsables del área administrativa y financiera.*	*Resolución Rectorado N°41/2018* *Resolución Rectorado N° 10/2019 aprueba el Modelo y Manual de Presupuesto de la UNIDA* *Resultado de reunión con responsables del área administrativa y financiera*
	b. Los procedimientos establecidos son conocidos por los responsables de gestionar la carrera.	*Cumple Totalmente*	*Las actas de reuniones, los responsables de la gestión de la carrera participan de la elaboración presupuestaria, lo que demuestra que tienen conocimiento acerca de los procedimientos establecidos, confirmado durante la reunión con directivos y responsables del área administrativa y financiera.*	*Actas de elaboración de presupuesto* *Resultado de reunión con responsables del área administrativa y financiera y con directivos*

Eficacia y pertinencia de los Procedimientos Administrativos y Financieros	c. Los procedimientos administrativos y financieros se implementan efectivamente.	*Cumple Totalmente*	*Las evidencias como Presupuestos elaborados y ejecutados para el periodo 2018-2022, se observa la implementación de los procedimientos administrativos y financieros, visto que los Decanos y coordinadores consolidan solicitudes para formar parte del presupuesto general de la Universidad, el seguimiento al mismo está a cargo de la Dirección Administrativa y Financiera, respondiendo a lo establecido en su manual de funciones, confirmado durante la reunión mantenida con Directivos y responsables del área administrativa y financiera.*	*Presupuesto de la Carrera* *Ejecución presupuestaria* *Manual de Funciones* *Resultado de reunión con Directivos y responsables del área administrativa y financiera*
	d. Los procedimientos para determinar las necesidades presupuestarias consideran a los actores de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*El informe de participación en las reuniones donde se abordan temas relacionados al presupuesto, indica que los actores de la carrera como Decano, Coordinador, Docentes, son partícipes de los procedimientos para determinar las necesidades presupuestarias, confirmado durante la reunión los directivos.*	*Resultado de reunión con directivos* *Actas de elaboración de presupuesto*
	e. Existen mecanismos de seguimiento y control de la ejecución presupuestaria.	*Cumple Totalmente*	*El Modelo y Manual de Presupuesto de la UNIDA, permite constatar que la ejecución presupuestaria está a cargo del responsable de la carrera y del Director Financiero, quienes son responsables de implementar el mecanismo de seguimiento y control, cuyo cumplimiento pudo ser confirmado durante la reunión sostenida con los responsables del área administrativa y financiera.*	*Modelo y Manual de presupuesto de la UNIDA* *Mecanismo control de presupuesto 2018-2023* *Resultado de reunión con responsables del área administrativa y financiera*
	f. Los mecanismos de seguimiento y control de la ejecución presupuestaria se aplican sistemáticamente.	*Cumple Totalmente*	*Conforme el análisis realizado a los documentos anexos y analizados, se constata que el registro de la ejecución presupuestaria es aplicado conforme a los mecanismos de seguimiento y control de forma sistemática.*	*Ejecución presupuestaria* *Mecanismo control de presupuesto 2018-2023*
	g. Se evidencia satisfacción de la comunidad educativa con los procedimientos administrativos y financieros implementados.	*Cumple Parcialmente*	*Los resultados de la encuesta aplicada a docentes evidencia un nivel de satisfacción superior al 80% con respecto a los procedimientos administrativos y financieros, confirmado durante la reunión con los mismos, así mismo, durante la reunión con los colaboradores y estudiantes se constató conformidad, sin embargo, la opinión de estos dos últimos miembros de la comunidad académica, no pudo ser evidenciado a través de resultados de encuestas de opinión.*	*Informe de satisfacción sobre procedimientos administrativos y financieros* *Resultado de reunión con docentes, estudiantes y colaboradores*

Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**	**Valoración Cuantitativa asociada**
	SATISFACTORIO	**4**

Juicio Valorativo del Criterio	*Los procedimientos administrativos y financieros de la carrera de Marketing están claramente definidos, aprobados, y conocidos por los responsables de la gestión, quienes participan activamente en la elaboración presupuestaria. Estos procedimientos se implementan de manera efectiva, con mecanismos de seguimiento y control que se aplican sistemáticamente. Aunque los docentes expresan un alto nivel de satisfacción con los procedimientos, no se cuenta con encuestas que reflejan la opinión de los estudiantes y colaboradores, lo que representa una oportunidad de mejora en la recolección de retroalimentación de todos los actores involucrados.*

DIMENSIÓN 4. RECURSOS

Fortalezas y Debilidades en la Dimensión

Fortalezas	Debilidades
Condiciones sanitarias y de bioseguridad adecuadas en todos los espacios.	*Falta de resultados de encuestas que reflejan la opinión de los estudiantes y colaboradores sobre los procedimientos administrativos y financieros.*
Salas de clases apropiadas para el número de estudiantes.	
Aulas equipadas con los recursos necesarios para el desarrollo de las clases.	
Biblioteca con espacios bien acondicionados para acervo y lectura.	
Salas de informática con espacios suficientes y bien acondicionados.	
Laboratorios con espacio adecuado para las actividades prácticas.	
Disponibilidad oportuna de equipos e insumos de laboratorio.	
Actualización sistemática de los equipamientos de laboratorio.	
Acceso garantizado a redes de información para estudiantes y docentes.	
Acervo bibliográfico adecuado para las necesidades de la carrera.	
Respeto por las normativas de propiedad intelectual.	
Mecanismos de evaluación e incremento del acervo bibliográfico en aplicación.	
Procedimientos administrativos y financieros claramente definidos y aprobados por la autoridad respectiva.	
Conocimiento y participación activa de los responsables de la gestión de la carrera en la elaboración presupuestaria.	
Implementación efectiva y consistente de los procedimientos administrativos y financieros.	
Consideración de los actores de la carrera en la determinación de las necesidades presupuestarias.	
Mecanismos de seguimiento y control de la ejecución presupuestaria claramente establecidos.	
Aplicación sistemática de los mecanismos de seguimiento y control del presupuesto.	

Recomendaciones de Mejora
R1. Aplicar encuestas que reflejan la opinión de los estudiantes y colaboradores sobre los procedimientos administrativos y financieros.

DIMENSIÓN 5. IMPACTO Y RESULTADOS				
Componente 1. Egresados				
Criterio 5.1.1	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Eficacia y eficiencia de los Mecanismos de Seguimiento a los egresados	a. La carrera cuenta con mecanismos de seguimiento de los egresados.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a la Resolución Rectoral N° 23/2018 se consta que la UNIDA cuenta con el Mecanismo de Seguimiento a Egresados y a la cual se adscribe la carrera, confirmado durante la reunión mantenida con la responsable de la oficina de seguimiento a egresados.*	*Resolución Rectorado N° 23/2018 de Mecanismo de Seguimiento a Egresados* *Resultado de reunión con responsable de la oficina de seguimiento a egresados*
	b. Los mecanismos de seguimiento prevén consultas sistemáticas sobre las necesidades de formación.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que los instrumentos de consultas aplicados incluyen preguntas referente a necesidades de formación, así también la misma Resolución 23/2018 del Rectorado - Mecanismo de Seguimiento a Egresados, establece en la parte final del mismo, que forman parte de este mecanismo como documentos de soporte: a) La política de seguimiento a egresados de la UNIDA y b) Cuestionario de Seguimiento a Egresados.*	*Resolución Rectorado N° 23/2018 de Mecanismo de Seguimiento a Egresados* *Informe de Oficina de Seguimiento al Egresado* *Encuestas aplicadas a egresados*
	c. La carrera ofrece a los egresados cursos de posgrado basados en las necesidades de formación detectadas.	*Cumple Parcialmente*	*De acuerdo al informe de seguimiento a egresados se constata que los mismos, pueden acceder a cursos de posgrado ofertados por la UNIDA, sin embargo, durante la reunión mantenida tanto con los egresados como con el responsable de la oficina de seguimiento, no se pudo evidenciar cuales son los cursos ofertados conforme a las necesidades de los Licenciados en Marketing.*	*Informe de Oficina de Seguimiento al Egresado* *Resultado de reunión con egresados* *Resultado de reunión con responsable de la oficina de seguimiento a egresados*
	d. Los mecanismos de seguimiento prevén registros del tiempo medio utilizado por los egresados para la obtención del primer empleo.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que los instrumentos de consultas aplicados incluyen preguntas referentes al tiempo medio para la obtención de primer empleo, así también la misma Resolución 23/2018 del Rectorado - Mecanismo de Seguimiento a Egresados, establece en la parte final del mismo, que forman parte de este mecanismo como documentos de soporte: a) La política de seguimiento a egresados de la UNIDA y b) Cuestionario de Seguimiento a Egresados.*	*Resolución Rectorado N° 23/2018 de Mecanismo de Seguimiento a Egresados* *Informe de Oficina de Seguimiento al Egresado* *Encuestas aplicadas a egresados*
	e. Existe concordancia entre ocupación laboral y titulación de los egresados.	*Cumple Totalmente*	*En los informes presentados;Informe de Oficina de Seguimiento al Egresado Resultado de reunión con egresados, se constata elevada concordancia entre la ocupación laboral y titulación de los egresados, lo cual pudo ser corroborado durante la reunión con los mismos.*	*Informe de Oficina de Seguimiento al Egresado* *Resultado de reunión con egresados*

	f. Los egresados acceden a cargos de responsabilidad acordes a su formación y experiencia.	*Cumple Totalmente*	*Según los resultados de la encuesta a egresados se constata que estos acceden a cargos de responsabilidad conforme a su formación y experiencia, lo cual fue confirmado al conversar con los egresados presentes durante la reunión.*	*Resultado de reunión con egresados* *Informe de Oficina de Seguimiento al Egresado*
	g. Existen evidencias de cambios realizados en el proyecto académico basados en la opinión de los egresados.	*Cumple Totalmente*	*Según los resultados de la encuesta, los egresados manifiestan estar conformes con los cambios al proyecto académico basados en sus sugerencias, así mismo, se pudo constatar los cambios realizados basados en la opinión de los mismos que incluyen asignaturas nuevas como por ejemplo el inglés, liderazgo, actividades prácticas, entre otros.*	*Informe de Oficina de Seguimiento al Egresado* *Informe sobre cambios realizados en la actualización curricular del Proyecto Académico basados en la opinión de los Egresados y Agentes del medio externo*
	h. Se evidencia satisfacción de los egresados acerca del cumplimiento del perfil de egreso de la carrera.	*Cumple Totalmente*	*De acuerdo a los resultados de la encuesta a egresados y la reunión mantenida con los mismos, se constata que más del 80% están con alto nivel de satisfacción con respecto al cumplimiento del perfil de egreso de la carrera.*	*Informe de Oficina de Seguimiento al Egresado* *Resultado de reunión con egresados*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	SATISFACTORIO		**4**	
Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera de Marketing en la UNIDA cuenta con mecanismos formales de seguimiento a los egresados, los cuales permiten evaluar su inserción laboral y la concordancia entre su titulación y ocupación laboral, así como su acceso a cargos de responsabilidad. Los egresados manifiestan un alto nivel de satisfacción con el cumplimiento del perfil de egreso. El instrumento para el seguimiento a egresados prevé la implementación de consultas sobre las necesidades de formación y registro del tiempo para la obtención del primer empleo. Se verifica la inserción de modificaciones en el proyecto académico basados en consultas a egresados, no se pudo evidenciar cuales son los cursos ofertados conforme a las necesidades de los Licenciados en Marketing.*			

Componente 2. Vinculación Social				
Criterio 5.2.1.	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
Pertinencia y eficacia de la Vinculación con el Medio externo	a. Se cuenta con instancias formales de vinculación con agentes del medio externo.	*Cumple Totalmente*	*Según se evidencia en el organigrama y en el contrato de prestación de servicio profesional, que se cuenta con una instancia formal para la atención a egresados, así mismo, según la lista de convenios, se constata que existen instancias formales de vinculación con agentes del medio externo, confirmado durante la reunión con el responsable de la oficina de seguimiento a egresados.*	*Contrato Encargada de OSE* *Mecanismo de Vinculación con el entorno* *Resultado de reunión con responsable de oficina de seguimiento a egresados*
	b. Existe evidencia de que los responsables de la carrera se reúnen cada cierto tiempo con agentes del medio externo.	*Cumple Totalmente*	*Se evidencia la realización de diversas actividades de forma anual, que involucran la participación de egresados, como ser: charlas, capacitaciones, invitaciones para compartir experiencias, espacios que son aprovechados para mantener reuniones con los mismos. Así mismo, se pudo constatar que cada año, los coordinadores mantienen reuniones con directivos empresariales, como por ejemplo el almuerzo organizado entre coordinadores y empleadores en el año 2021; o la reunión mantenida en el año 2022, entre las Coordinaciones de Carreras de la Facultad de Gestión con Directivos Empresariales a fin de conocer las necesidades actuales que existen en el campo laboral, lo que permite constatar que los responsables de la carrera se reúnen cada cierto tiempo con los agentes del medio externo, lo cual fue confirmado durante la reunión mantenida con egresados y empleadores.*	*Resultado de reunión con egresados y con empleadores* *Informe de Oficina de Seguimiento al Egresado*
	c. Se evidencia que las sugerencias dadas por los agentes del medio externo son considerados para el ajuste del proyecto académico.	*Cumple Totalmente*	*Los resultados de la encuesta a egresados muestran que estos valoran positivamente los cambios implementados al proyecto académico, además, se pudo evidenciar que las sugerencias dadas tanto por ellos como por otros agentes del medio externo como ser los empleadores, han sido considerados para el ajuste del proyecto académico.*	*Informe de Oficina de Seguimiento al Egresado* *Proyecto Académico de la carrera* *Informe sobre cambios realizados en la actualización curricular del Proyecto Académico basados en la opinión de los Egresados y Agentes del medio externo*
	d. Existe evidencia de la satisfacción de los empleadores con respecto al desempeño laboral de los egresados.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a los resultados de la encuesta a empleadores, se constata elevada satisfacción de los mismos con el desempeño laboral de los egresados, lo cual pudo ser corroborado durante la reunión mantenida con los mismos.*	*Informe de Oficina de Seguimiento al Egresado* *Resultado de reunión con empleadores*
	e. Existen actividades que reflejan la participación de la carrera en el desarrollo de programas nacionales y regionales.	*Cumple Totalmente*	*Se constata que la carrera ha participado de actividades internacionales como clase espejo, visita a universidades del Brasil y de la Argentina, y a nivel nacional se visualiza participaciones en voluntariados para el Banco de alimentos, así mismo en un proyecto de colaboración para el apoyo al Instituto Nacional de Estadísticas (INE) para el censo 2022, corroborado durante la reunión mantenida con directivos y estudiantes.*	*Informe sobre participación en programas nacional y regionales* *Resultado de reunión con directivos y estudiantes*

	f. Se cuenta con convenios interinstitucionales para el desarrollo de actividades académicas que apuntan al logro del perfil de egreso.	*Cumple Totalmente*	*Se constata la existencia de convenios con diversas instituciones nacionales e internacionales para el desarrollo de actividades académicas que apuntan a logro del perfil de egreso de la carrera, esto se ha verificado en los documentos; Lista de convenios para el desarrollo de actividades académicas relacionadas al perfil de egreso*	*Lista de convenios para el desarrollo de actividades académicas relacionadas al perfil de egreso*
	g. Los convenios interinstitucionales para el desarrollo de las actividades académicas se ejecutan.	*Cumple Totalmente*	*Se pudo constatar la ejecución de los convenios firmados en el marco de cooperación para las capacitaciones, descuentos y actividades académicas, como clases espejo, congresos, ponencias.*	*Informe sobre uso sistemático de convenios nacionales e internacionales* *Lista de convenios para el desarrollo de actividades académicas relacionadas al perfil de egreso - Lic. Marketing* *Informe sobre uso sistemático de convenios nacionales e internacionales y la lista de estudiantes con dicho beneficio*
Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**		**Valoración Cuantitativa asociada**	
	PLENO		**5**	
Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera de Marketing en la UNIDA demuestra una vinculación efectiva con el medio externo a través de instancias formales y la participación activa en reuniones con agentes externos. Existen convenios interinstitucionales que facilitan el desarrollo de movilidad y pasantías para alumnos, actividades académicas, y la participación en programas nacionales e internacionales, los que son ejecutados de manera efectiva, fortaleciendo así el perfil de egreso. Además, los empleadores como Agentes del Medio Externo, muestran un alto grado de satisfacción con el desempeño de los egresados y se consideran válidos e importantes las opiniones del mismos para adecuación del proyecto académico. Los convenios firmados en el marco de cooperación de diversas actividades, son ejecutados.*			
Criterio 5.2.2.	**Indicadores**	**Cumplimiento**	**Argumentaciones**	**Medios de Verificación**
	a. Se evidencia resultados de los proyectos de investigación desarrollados.	*Cumple Totalmente*	*Al realizar la revisión del repositorio mencionado durante la reunión mantenida con docentes y el docente de tiempo completo de investigación, se pudo constatar la disponibilidad de los resultados del desarrollo de los proyectos llevados en la carrera.*	*Proyectos de Investigación* *Respositorio https://www.unida.edu.py/repositorio-de-investigaciones-por-facultad/* *Resultado de reunión con docentes y con el docente de tiempo completo investigación*
	b. Los resultados de los proyectos de investigación son transferidos a la sociedad.	*Cumple Totalmente*	*Se evidencia la realización de presentaciones virtuales de los resultados de los proyectos de investigación en eventos académicos organizados dentro de la institución, lo cual fue confirmado durante la reunión con los diferentes estamentos, además, durante la reunión mantenida con el docente de tiempo completo de Investigación, se pudo constatar que los resultados de proyectos como "INDUSTRIA NACIONAL DEL CEMENTO (INC) - REVISIÓN ESTRATÉGICA"; o "INVESTIGACIÓN DE MERCADO SOBRE ACEPTACIÓN Y USO DE BOLSAS ECOLÓGICAS Y/O REUTILIZABLES EN EL MARCO DE LA LEY 5414/2015" fueron entregados a los interesados, también, se confirma que los resultados de los proyectos de investigación, están disponibles en el repositorio y es de libre acceso, por lo que se corrobora la transferencia a la sociedad.*	*Proyectos de Investigación* *Respositorio https://www.unida.edu.py/repositorio-de-investigaciones-por-facultad/* *Resultado de reunión con directivos, docentes y con el docente de tiempo completo investigación* *Jornada de socialización de investigación*

Eficacia y eficiencia de los Proyectos de Investigación y Extensión	c. Se evidencia resultados de los proyectos de extensión desarrollados.	*Cumple Totalmente*	*Conforme a los medios de verificación se constata la existencia de informes de los proyectos de extensión desarrollados, como ser los siguientes:* *2018 (El fin del dinero físico "un mundo sin efectivo"; Las TIC's en mi universidad para el uso de los estudiantes y docentes; Concientización sobre la importancia del registro de marcas y del nombre comercial en locales de gran Asunción)* *2019 (Consultoría Empresarial a una Empresa; Orientación a emprendedores para la formalización de actividades comerciales; Mejoramiento de proceso de gestión dentro de las organizaciones)* *2020 (Emprendimientos desde una mirada social, comercial y legal; Entrevistas sobre estrategias de publicidad de negocios comerciales durante la Pandemia; Campaña de concienciación sobre las medidas de prevención del COVID-19; Estrategias de publicidad de negocios comerciales durante la Pandemia; Transformación de la relación de las empresas con el mercado)* *2021 (Orientación a emprendedores para la formalización de actividades comerciales; Uso de la aplicación Drive de la Suite de Google, dirigido a Maestros y Estudiantes de la UNIDA)* *2022 (Adquisición de experiencia de campo mediante voluntariado en el Censo Nacional de Población y Viviendas 2022; Viaje educativo a la Central Hidroeléctrica de Itaipú Binacional)*	*Proyectos de Extensión*
	d. Los resultados de los proyectos de extensión son transferidos a la sociedad.	*Cumple Totalmente*	*Los proyectos de extensión evidencian su transferencia a la sociedad, a través de Jornadas de Socialización de los trabajos de investigación y Extensión desarrollados en cada semestre, además de ser publicados los informes en el repositorio institucional, también se constata la entrega del informe a la entidad involucrada en caso de participación de terceros en el proyecto, todo esto fue confirmado durante la reunión mantenida con el docente de tiempo completo de extensión.*	*Informe de Extensión - Retroalimentación y Transferencia* *Jornada de socialización extensión e investigación* *Resultado de reunión con docente de tiempo completo de extensión* *https://www.unida.edu.py/repositorio-de-investigaciones-por-facultad/*

Nivel de cumplimiento del Criterio	**Valoración Cualitativa**	**Valoración Cuantitativa asociada**
	PLENO	**5**

Juicio Valorativo del Criterio	*La carrera de Marketing en la UNIDA demuestra una gestión eficaz y eficiente en el desarrollo de proyectos de investigación y extensión. Los resultados de los proyectos de investigación están documentados y accesibles en el repositorio institucional, y se confirma su transferencia a la sociedad a través de presentaciones y entregas a los interesados. De manera similar, los proyectos de extensión muestran resultados claros y su impacto en la sociedad es evidente, como se verificó en las reuniones con docentes y responsables de las áreas de investigación y extensión.*

DIMENSIÓN 5. IMPACTO Y RESULTADOS

Fortalezas y Debilidades en la Dimensión

Fortalezas	Debilidades
Existencia de un mecanismo formal de seguimiento a los egresados.	*Falta de evidencia sobre la oferta de cursos de posgrado basados en las necesidades detectadas de los egresados.*
El mecanismo de seguimiento a egresados prevé por medio de encuestas las consultas sobre necesidades de formación a ser implementadas.	
El mecanismo de seguimiento a egresados prevé por medio de encuestas las consultas sobre tiempo medio para la obtención del primer empleo.	
Elevada concordancia entre ocupación laboral y titulación de los egresados.	
Acceso de los egresados a cargos de responsabilidad acorde a su formación.	
Se implementan cambios en el proyecto académico basados en la opinión de los egresados.	
Existencia de instancias formales de vinculación con el medio externo.	
Reuniones periódicas entre responsables de la carrera y agentes del medio externo.	
Consideración de sugerencias de agentes externos en los ajustes del proyecto académico.	
Alta satisfacción de empleadores con el desempeño laboral de los egresados.	
Participación activa en programas nacionales e internacionales que enriquecen el perfil de egreso.	
Convenios interinstitucionales para actividades académicas alineadas con el perfil de egreso.	
Documentación completa y accesible de los resultados de los proyectos de investigación.	
Transferencia efectiva de los resultados de investigación a la sociedad.	
Resultados claros y documentados de los proyectos de extensión.	
Transferencia de los proyectos de extensión a la sociedad.	



Recomendaciones de Mejora
R1. Gestionar la oferta de cursos de posgrado basados en las necesidades detectadas de los egresados de Marketing.

EVALUACIÓN GENERAL DE LA CARRERA

Dimensión 1. Gobernanza de la Carrera	
Criterios	**Valoración Cuantitativa asociada**
Criterio 1.1.1. Pertinencia de la Estructura Organizacional de la carrera	***5***
Criterio 1.1.2. Eficacia e integridad en la aplicación de las Normativas y Reglamentaciones que rigen la carrera	***5***
Criterio 1.2.1. Pertinencia y eficacia en la gestión del Proyecto Académico	***4***
Criterio 1.2.2. Eficacia en la gestión del Plan de Desarrollo	***5***
Criterio 1.2.3. Eficacia en la gestión del Aseguramiento de la Calidad	***4***
Criterio 1.2.4. Eficacia en la gestión de la Información y Comunicación	***5***

Dimensión 2. Proyecto Académico	
Criterios	**Valoración Cuantitativa asociada**
Criterio 2.1.1. Relevancia del Perfil de Egreso	***5***
Criterio 2.1.2. Pertinencia de los Objetivos de la carrera	***5***
Criterio 2.1.3. Pertinencia de los Mecanismos de Admisión	***5***
Criterio 2.2.1. Pertinencia en la planificación del Plan de Estudio	***4***
Criterio 2.2.2. Eficacia en la implementación y actualización del Plan de Estudio	***4***
Criterio 2.3.1. Pertinencia y eficacia de los procesos de Enseñanza Aprendizaje	***4***
Criterio 2.3.2 Pertinencia y eficacia de las Técnicas Evaluativas aplicadas	***5***
Criterio 2.4.1 Pertinencia y relevancia de los Proyectos de Investigación	***3***
Criterio 2.4.2 Pertinencia y relevancia de los Proyectos de Extensión	***3***

Dimensión 3. Personas	
Criterios	**Valoración Cuantitativa asociada**
Criterio 3.1.1. Eficacia e integridad en los procesos de selección, evaluación y promoción del Personal Directivo	***5***
Criterio 3.1.2. Eficacia y eficiencia de la Gestión Directiva	***4***
Criterio 3.2.1. Pertinencia e integridad de los procesos de selección, evaluación y promoción Docente	***4***
Criterio 3.2.2. Pertinencia del Perfil Académico de los Docentes	***4***
Criterio 3.2.3 Pertinencia y eficacia de los Planes de Capacitación y Perfeccionamiento Docente	***4***
Criterio 3.3.1. Pertinencia y eficacia de los Mecanismos de Orientación Académica a la población estudiantil	***5***
Criterio 3.3.2 Pertinencia y eficacia de los Mecanismos de Apoyo a la población estudiantil	***4***
Criterio 3.4.1. Eficacia e integridad en los procesos de selección, evaluación y promoción del Personal Administrativo y de Apoyo	***5***
Criterio 3.4.2 Eficacia y pertinencia de la Formación y Desempeño del personal administrativo y de apoyo	***5***
Dimensión 4. Recursos	
Criterios	**Valoración Cuantitativa asociada**
Criterio 4.1.1. Pertinencia y adecuación de los Espacios destinados a las Actividades de la carrera	***5***
Criterio 4.1.2. Eficacia y eficiencia en el uso de los Recursos Disponibles para la implementación del Proyecto Académico	***5***
Criterio 4.2.1. Eficacia y pertinencia de los Procedimientos Administrativos y Financieros	***4***



Dimensión 5. Impacto y Resultado	
Criterios	**Valoración Cuantitativa asociada**
Criterio 5.1.1. Eficacia y eficiencia de los Mecanismos de Seguimiento a los Egresados	***4***
Criterio 5.2.1. Pertinencia y eficacia de la Vinculación con el Medio externo	***5***
Criterio 5.2.2 Eficacia y eficiencia de los Proyectos de Investigación y Extensión	***5***
TOTAL	***134***
PROMEDIO	***4,5***

Valoración Cualitativa del estado general de la carrera

La carrera de Marketing de la UNIDA cuenta con una estructura organizacional bien definida y alineada con la Facultad de Gestión, lo que facilita la coordinación académica y la gestión efectiva. Los cargos directivos y administrativos están cubiertos, asegurando la realización de las operaciones. Las normativas y reglamentaciones, que incluyen un enfoque inclusivo, están claramente definidas y accesibles para toda la comunidad educativa, y se aplican de manera sistemática. El Proyecto Académico presenta un perfil de egreso claramente definido y coherente con la misión de la carrera y las demandas actuales de la profesión. Los objetivos del proyecto están orientados hacia el logro de este perfil y son accesibles a todos los interesados. Se observa que la carrera es producto de estudios previos de las necesidades del medio, lo que incidió en la formulación inicial del perfil de egreso en 2010. No obstante, aunque el Plan de Estudio es coherente y viable, carece de la incorporación de horas específicas para Seminarios, Trabajo Final - Tesis, y Prácticas Pre-Profesionales, lo que limita la preparación integral de los estudiantes. La carrera ha implementado procedimientos claros y bien definidos para la selección, evaluación y promoción tanto del personal directivo como docente, asegurando que estos cuenten con el perfil adecuado para sus cargos. No obstante, no se evidencian de forma clara y precisa las mejoras incorporadas en el desempeño docente a partir de de los resultados de la evaluación docente. Aunque los docentes poseen la formación académica adecuada, se carece de evidencias sobre publicaciones científicas derivadas de la producción intelectual de los mismos.
La infraestructura de la carrera está bien equipada y acondicionada para satisfacer las necesidades educativas, con aulas, bibliotecas y laboratorios adecuados. Los recursos disponibles, incluyendo los equipos e insumos de laboratorio, se actualizan sistemáticamente y son suficientes para las actividades académicas. Además, se dispone de evidencia documental accesible sobre el uso de los laboratorios. Por otra parte, aunque los procedimientos administrativos y financieros son claros y se aplican sistemáticamente, falta obtener la opinión de los estudiantes y colaboradores sobre estos procedimientos para evaluar su eficacia y pertinencia. La carrera cuenta con un mecanismo formal de seguimiento a los egresados, lo que ha permitido constatar una elevada concordancia entre su ocupación laboral y la titulación obtenida, así como su acceso a cargos de responsabilidad. El mecanismo utilizado para la recolección de datos incluye consultas sobre necesidades de formación y el tiempo medio para la obtención del primer empleo, sin embargo, se observan oportunidades de mejora en cuanto a la oferta de cursos de posgrado basados en las necesidades de los egresados. La existencia de instancias formales de vinculación con el medio externo, favorece la incorporación de las sugerencias de estos agentes en los ajustes del proyecto académico y en la ejecución de los convenios relacionados con las pasantías, descuentos y actividades académicas extramuro.



CONCLUSIÓN

La carrera de Marketing de la Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA) se destaca por su sólida estructura organizacional y su alineación con la Facultad de Gestión, lo que permite una coordinación efectiva y un manejo eficiente de las operaciones académicas. La implementación de normativas y reglamentaciones, junto con un enfoque inclusivo y una infraestructura adecuada, son indicadores del compromiso de la carrera con la calidad educativa. Además, la carrera ha establecido mecanismos formales para el seguimiento de egresados y la vinculación con el medio externo, lo que refleja su esfuerzo por mantenerse en sintonía con las demandas del mercado laboral y las necesidades de la sociedad. Sin embargo, se han identificado áreas de mejora que son relevantes para la mejora continua académica. La carencia de especificidad en el Plan de Estudio respecto a actividades clave como Seminarios, Trabajo Final - Tesis, y Prácticas Pre-Profesionales, y la insuficiente evidencia de aplicación de los resultados de las evaluaciones docentes en la incorporación de mejoras en el desempeño docente, son aspectos que requieren atención. Así mismo, la necesidad de mejorar la integración de la retroalimentación de estudiantes y colaboradores en los procesos administrativos y financieros, son áreas que, de ser fortalecidas, contribuirían a la formación integral y competitiva de los estudiantes, asegurando así el cumplimiento de la misión y visión de la carrera.



Dra. Dina Matiauda Sarubbi
Presidente del Consejo Directivo de la ANEAES