

Plan de Desarrollo Dirección de Admisión y Egresados 2021-2025



UNIVERSIDAD ARTURO PRAT
DEL ESTADO DE CHILE
CONOCIMIENTO Y TERRITORIO

CONTENIDO

1. PALABRAS DE LA DIRECTORA.....	3
2. LA UNIVERSIDAD ARTURO PRAT.....	4
3. RESEÑA DE LA DIRECCIÓN.....	5
4. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO.....	7
4.1 FODA.....	7
5. ESTRATEGIA.....	9
5.1. FORMACIÓN INTEGRAL DEL ESTUDIANTE.....	9

1. PALABRAS DE LA DIRECTORA

La Dirección de Admisión cumple un rol fundamental en la Institución, puesto que es la encargada de realizar la difusión de la Oferta Académica en todos los niveles formativos. Para ello cuenta con un equipo multidisciplinario a nivel nacional, que busca orientar a los posibles postulantes informando y orientando respecto a cada una de las carreras, como también las características, beneficios y servicios que entrega la UNAP.

Para ello, uno de los focos principales es la orientación vocacional, donde se realiza un trabajo de forma transversal, la que tiene como fin último contribuir en la toma de decisiones del estudiante, con el objeto de que elija una carrera de forma informada, promoviendo siempre la equidad, inclusión y responsabilidad social.

Para esto, cada año se define un programa de actividades el que considera las diferencias de cada segmento, sus particularidades y campos de acción.

Por último, pero no menos importante está el trabajo con los egresados y titulados de la UNAP, con quienes se realizan distintas actividades que tienen por finalidad fortalecer la vinculación entre la universidad, los titulados y empleadores, mediante actividades que permitan obtener información para retroalimentar los planes de formación curricular.

Sra. Loreto Valenzuela Zepeda
Directora
Dirección de Admisión y Egresados

2. LA UNIVERSIDAD ARTURO PRAT

La Universidad Arturo Prat, fundada en 1984, es continuadora del Instituto Profesional de Iquique (fundado en 1981), derivado a la vez de una sede más pequeña y joven de la Universidad de Chile. Cuenta, por tanto, con una historia institucional de más de cincuenta años, orientando su quehacer a la formación de profesionales, posgraduados y técnicos, como también a la investigación y la vinculación.

Nuestra Institución Universitaria, miembro del Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas Tradicionales, está constituida por su Casa Central ubicada en Iquique, además de los Centros Docentes y de Vinculación de Arica, Calama, Antofagasta, Santiago y la Sede Victoria.

Visión Universidad Arturo Prat

La Universidad Arturo Prat es una institución de educación superior regional y estatal que aspira a ser reconocida como un actor relevante y de excelencia al servicio del desarrollo integral del territorio.

Misión Universidad Arturo Prat

Somos una Universidad Estatal, de carácter regional, que asume la formación de personas en los niveles técnico, profesional y de postgrado, comprometidas con el ámbito social, político y económico, generando conocimiento vinculado al desarrollo territorial sostenible. Promovemos la movilidad social, la integración transfronteriza, la interculturalidad y valores democráticos como la libertad de expresión, la igualdad, el respeto a los derechos humanos y el compromiso con los pueblos originarios.

3. RESEÑA DE LA DIRECCIÓN

La Dirección de Admisión tiene como objetivo principal la difusión y la promoción de toda la oferta académica de la Universidad Arturo Prat, es decir, Carreras de Pregrado, Carreras Técnicas de Nivel Superior, Programas de Continuidad de Estudios y a partir de la admisión 2020 formalmente se agrega el área de Postgrados. Las funciones de la Dirección de admisión se encuentran formalizadas a través del Reglamento de la Dirección de Admisión (DE-237/2016).

Asimismo, es dependiente de la Dirección la Oficina de Egresados y Titulados que tiene por objetivo poder cumplir con sus funciones, la Dirección cuenta con un equipo multidisciplinario que tiene como foco principal la orientación vocacional, con el objeto de contribuir a la toma de decisiones de los estudiantes en los distintos segmentos.

Admisión de Estudiantes a Carreras de Pregrado

La UNAP se encuentra adscrita a partir del 2020 al Sistema de Acceso a las Instituciones de Educación Superior, el que establece los procesos e instrumentos para la postulación y admisión de estudiantes a las instituciones de educación superior. Este Sistema de Acceso se encuentra regulado por la Subsecretaría de Educación Superior, perteneciente al Ministerio de Educación.

Por otra parte, las actividades de promoción y difusión de la oferta académica para esta modalidad tienen como objetivo la relación y vinculación con establecimientos educacionales, contribuyendo a la orientación vocacional de los estudiantes, a fin de favorecer la toma de decisiones.

Para este tipo de ingreso, también existe la modalidad de Ingreso Especial. La que está definida como una alternativa paralela al sistema de admisión y selección de las Universidades Chilenas. Se orienta a aquellas personas que se destaquen en el campo de la cultura, deporte, estudiantes con vocación pedagógica, en posesión de título DFT y se incluye también a personas de pueblos originarios, personas en situación de discapacidad, hijos de funcionarios de la Institución y estudiantes de zonas extremas. Esta modalidad de ingreso se encuentra regulada por el reglamento de ingresos especiales (DE-3003/2017).

Desde la admisión 2019 la postulación se puede realizar de forma online, lo que permite facilitar la postulación del estudiante y además da la opción de mantener un registro de las postulaciones.

Admisión de Estudiantes Programas de Continuidad de Estudios y TNS

Está regulado por el procedimiento de matrícula (DE-117/2016), el cual establece etapas de postulación vía Online, revisión de antecedentes y matrícula.

Este tipo de ingreso, con el actual Sistema de Acceso a la Educación Superior, es considerado como Acceso Directo, la institución establece sus requisitos de ingreso y selección de los estudiantes, los que si deben ser transparentes de informados.

Como parte de las actividades de promoción y difusión de la oferta académica para estas modalidades, se trabaja por un lado con establecimientos educacionales, con empresas y actividades de forma general que permitan llegar a toda la comunidad.

Oficina de Egresados y Titulados

El Seguimiento de Egresados y Titulados tiene como objetivo principal crear nexos entre la Universidad, titulados, egresados y sus empleadores, mediante actividades que desarrollen y promuevan mecanismos de interacción, diálogo y colaboración entre éstos, con el fin de obtener información para retroalimentar los planes de formación curricular, favorecer la continuidad de estudios y la difusión de la oferta académica de postgrado.

4. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

4.1 FODA

FORTALEZAS		
Codificación	Premisa	Descripción
F1	Recurso Humano	Equipo comprometido, multidisciplinario, con profesionales capacitados, proactivos, creativos, con experiencia, sentido de superación, diversidad en rango etario, liderazgo, trabajo en equipo, enfoque Humano y social, muchos de ellos con formación Unapina, capaces y dispuestos a apoyar de forma transversal a todas las unidades.
F2	Vinculación	Vinculación con la comunidad, egresados, titulados, establecimientos educacionales e instituciones públicas y privadas.
F3	Creatividad	Dinamismo en la generación de actividades, capacidad de reinención ante la contingencia
F4	Procesos estandarizados	Procesos estandarizados y regulados en el proceso de admisión y de vinculación con estudiantes, egresados y titulados a nivel nacional
F5	Recursos	Eficiencia en el uso de los recursos.

OPORTUNIDADES		
Codificación	Premisa	Descripción
O1	Virtualización	La virtualización de actividades nos permite tener una convocatoria a nivel nacional y generar mayor impacto, logrando llegar a más estudiantes, egresados y titulados, incluso en los lugares en que la universidad no está inserta físicamente.
O2	Vinculación	Fortalecimiento de nuevos vínculos con establecimientos educacionales, empresas, instituciones públicas y empleadores a nivel nacional.
O3	Convenios	Generación, revisión y mantenimiento de convenios para formalizar la vinculación
O4	Trabajo colaborativo	Apoyo de académicos a nivel nacional en las actividades
O5	Matrícula	Generar estrategias de admisión a las carreras de pregrado, complementarias a la admisión centralizada, considerando la posibilidad de matrícula de un 20% por ingreso especial.

DEBILIDADES		
Codificación	Premisa	Descripción
D1	Recurso Humano	Falta de Recurso Humano en Oficina de Egresados y Titulados, lo que no permite desarrollar nuevas áreas de vinculación y apoyo.
D2	Sistematización	Falta mayor sistematización para el registro actividades y participantes.

D3	Recursos/Publicidad	Falta de publicidad en medios, lo que no permite la visualización de la marca UNAP, en especial en lugares donde existe mayor competencia. La presencia en medio debiese ser de manera permanente, ya que por lo general salimos tardíamente al tratar de optimizar los recursos.
D4	Institucional	Evaluación de resultados sólo por cantidad de matriculados, sin visibilizar los procesos en el transcurso del año. Falta sistematizar trabajo colaborativo con Facultades y académicos que permitan generar actividades de difusión más específicas de cada carrera.
D5	Postgrado	Conocimiento incipiente respecto al segmento de postgrado y falta de Recurso Humano especializado en el área.

AMENAZAS		
Codificación	Premisa	Descripción
A1	Recursos	Limitada autonomía e incertidumbre del presupuesto de la unidad. Falta de recursos para realización del programa de difusión, promoción de la oferta académica y actividades con egresados, titulados y empleadores.
A2	Contingencia	Incertidumbre a nivel país en lo económico y social. En el trabajo virtual depender de la conectividad individual de los funcionarios.
A3	Posicionamiento	Falta mayor posicionamiento marca UNAP, bajos resultados en ranking de universidades. Mala imagen por interrupción de actividades académicas por paro, tomas, protestas, corte servicios básicos.
A4	Competencia	Aumento competencia a nivel nacional, quienes ofrecen una amplia gama de carreras profesionales, postítulos, diplomados y postgrados, con técnicas de marketing más agresivas. Incorporación de programas 100% virtual en la competencia.
A5	Institucional	Lentitud de los procesos para generar convenios en relación a la competencia. Falta de comunicación y servicio de las distintas unidades en la atención de público. La información clave es entregada de forma tardía (Aranceles, oferta académica). Poca actualización de la oferta académica.
A6	Políticas Públicas	Lentitud e incertidumbre que generan los cambios relevantes en las políticas públicas, modificando protocolos y procedimientos de acceso a la Educación Superior.

5. ESTRATEGIA

5.1. FORMACIÓN INTEGRAL DEL ESTUDIANTE

Objetivo estratégico: OP3. Mejorar la pertinencia, vigencia y calidad de la oferta académica de Pregrado y Postgrado.

Objetivo Táctico	Acciones específicas	Cod. FODA	Indicadores	Línea base	Meta 2021	Meta 2022	Meta 2023	Meta 2024	Meta 2025
Velar por la optimización en las vacantes ofrecidas de manera de mantener una cobertura cercana al 100%	Ejecutar programa de difusión y promoción de la oferta académica de cada nivel formativo	F4	Porcentaje del programa ejecutado.	80%	85%	90%	95%	100%	100%
Aumentar la cantidad de matriculados por ingresos especiales en Carreras de Pregrado.	Generar nuevos tipos de ingresos especiales, acordes a las necesidades institucionales y de la comunidad regional.	05	Tasa de estudiantes matriculados vía ingreso especial.	8%	10%	12%	14%	16%	18%

Objetivo estratégico: OP4. Fortalecer la identificación y vinculación con futuros/as estudiantes, titulados/as y empleadores/as.

Objetivo Táctico	Acciones específicas	Cod. FODA	Indicadores	Línea base	Meta 2021	Meta 2022	Meta 2023	Meta 2024	Meta 2025
Aumentar la efectividad de las actividades de vinculación dirigidas a captar futuros estudiantes.	Ampliar la participación de los futuros estudiantes	F2	Número de potenciales estudiantes UNAP que participan en actividades de difusión	8.000	9.000	10.000	11.000	12.000	13.000

Optimizar y aprovechar los recursos digitales para la difusión de la oferta académica	Aumentar y potenciar la interacción en Redes sociales	O2	Número de visualizaciones en actividades online	62.000	65.000	70.000	75.000	80.000	85.000
			Número de interacciones en actividades online	4.000	4.500	5.000	5.500	6.000	6.500
Promover alianzas estratégicas con otras instituciones de educación superior	Generar convenios con CFT a nivel nacional para promover la continuidad de estudios	O3	Cantidad de convenios acumulados generados a nivel nacional.	2	4	6	8	10	12
Fortalecer trabajo colaborativo entre Dirección de Admisión, Facultades y Académicos.	Implementar actividades conjuntas que permitan difundir la oferta académica de forma más específica.	D4	Cantidad de actividades desarrolladas con las respectivas unidades académicas.	60	80	90	100	110	120
Fortalecer trabajo colaborativo entre Dirección de Admisión y unidades de apoyo al estudiante	Implementar actividades de promoción de los servicios de apoyo que la institución entrega a los estudiantes.	D4	Cantidad de actividades desarrolladas con las respectivas unidades de apoyo	12	15	18	21	24	27
Fortalecer el vínculo con empleadores a nivel nacional	Desarrollar un programa de actividades dirigido a fortalecer el vínculo con empleadores de egresados y titulados	O2	Número de empleadores participantes en actividades de vinculación.	10	20	25	30	35	40
Potenciar el vínculo con egresados y titulados a nivel nacional	Ejecutar un plan de actividades de vinculación dirigido a fortalecer el vínculo con egresados y titulados	F2	Número de Egresados/Titulados Participantes en Actividades.	2.409	2.700	3.000	3.300	3.600	3.900
Fortalecer actividades pertinentes para garantizar el vínculo con potenciales	Desarrollar un conjunto de actividades que permitan potenciar la	F2	Tasa de estudiantes captados (postulación) por	17%	25%	30%	35%	40%	45%

estudiantes de los distintos niveles formativos.	postulación y matrícula en la Unap.		actividades de admisión.						
--	-------------------------------------	--	--------------------------	--	--	--	--	--	--

Objetivo estratégico: AC2. Modernizar la gestión académica, económica, administrativa, de infraestructura y de personas, al servicio de la Universidad y del territorio.

Objetivo Táctico	Acciones específicas	Cod. FODA	Indicadores	Línea base	Meta 2021	Meta 2022	Meta 2023	Meta 2024	Meta 2025
Sistematizar el registro de actividades y participantes	Implementar una plataforma informática que permita mejorar la sistematización de los procesos, registro de datos y medición de impacto de la Dirección de Admisión	D2	Plataforma informática de Dirección de Admisión implementada	No	No	Si	Si	Si	Si
Sistematizar el registro de actividades y participantes	Implementar una plataforma informática que permita mejorar la sistematización de los procesos, registro de datos y medición de impacto de la OET.	D2	Plataforma informática de la Oficina de Egresados y Titulados implementada	No	Si	Si	Si	Si	Si
Apoyar proceso de inserción laboral para estudiantes de último año.	Implementar un plan de trabajo en conjunto con las distintas unidades académicas para contribuir en la inserción laboral de los estudiantes de último año.	D1	Tasa de estudiantes participantes de último año (estudiantes participantes de último año/total estudiantes de último año)	0	15%	20%	25%	30%	35%
Modernizar los sistemas de atención al	Implementar y potenciar el uso de plataformas de atención virtual.	O1	Número de potenciales estudiantes UNAP	2000	2500	3000	3500	4000	4500

postulante y matrícula web			que utilicen el servicio de atención virtual						
----------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--