



MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL

RESOLUCIÓN No.

021457 15 NOV 2023

«Por medio de la cual se otorga la Acreditación en Alta Calidad al Programa de Maestría en Mercadeo de la Universidad de los Andes, ofrecido bajo la modalidad presencial en Bogotá D.C., y se renueva de oficio el Registro Calificado.»

LA MINISTRA DE EDUCACIÓN NACIONAL

Y

EL VICEMINISTRO DE EDUCACIÓN SUPERIOR,

En cumplimiento de lo establecido en los artículos 1, 2, 3 y 53 de la Ley 30 de 1992 y el artículo 1 de la Ley 1188 de 2008 y en ejercicio de las facultades contempladas en el numeral 6.5 del artículo 6 y el numeral 27.8 del artículo 27 del Decreto 5012 de 2009, en los artículos 2.5.3.7.2 y 2.5.3.7.3 del Decreto 1075 de 2015 –Único Reglamentario del Sector Educación-, el artículo 1 del Decreto 324 de 2023 y el artículo 1 de la Resolución 6663 del 2 de agosto de 2010 del Ministerio de Educación Nacional y,

CONSIDERANDO

Que la Acreditación en Alta Calidad es el acto por el cual el Estado adopta y hace público el reconocimiento que los pares académicos hacen de la comprobación que efectúa una institución sobre la calidad de sus programas académicos, su organización, funcionamiento y el cumplimiento de su función social, constituyéndose en instrumento para el mejoramiento de la calidad de la educación superior.

Que por medio de la Resolución 5103 del 5 de abril de 2022, el Ministerio de Educación Nacional renovó el Registro Calificado por el término de siete (7) años, al programa de Maestría en Mercadeo de la Universidad de los Andes, ofrecido bajo la modalidad presencial en Bogotá D.C.

Que el día 29 de junio de 2021 el Consejo Nacional de Acreditación –CNA recibió para trámite el informe de autoevaluación del programa de Maestría en Mercadeo (Código SNIES 53733).

Que en sesión realizada los días 27, 28 y 29 de septiembre de 2023, el Consejo Nacional de Acreditación - CNA emitió concepto favorable recomendando la Acreditación en Alta Calidad del programa Maestría en Mercadeo, siempre y cuando se mantengan las condiciones de alta calidad y

Continuación de la Resolución «Por medio de la cual se otorga la Acreditación en Alta Calidad al Programa de Maestría en Mercadeo de la Universidad de los Andes, ofrecido bajo la modalidad presencial en Bogotá D.C. y se renueva de oficio el Registro Calificado.»

no sobrevengán situaciones de hecho que afecten la calidad o el servicio público de educación durante la vigencia del presente acto administrativo, por el término de seis (6) años.

Que este Despacho acoge el concepto emitido por el CNA y, en consecuencia, en los términos establecidos en la Ley 30 de 1992, el artículo 2.5.3.7.2 del Decreto 1075 de 2015 y demás normas concordantes, otorgará la Acreditación en Alta Calidad al programa de Maestría en Mercadeo de la citada Institución.

Que el Decreto 1075 de 2015 en su Artículo 2.5.3.2.9.2. dispuso: «*En el caso de los programas que hayan obtenido la acreditación en alta calidad y esta se encuentre vigente según la normatividad colombiana, el Ministerio de Educación Nacional procederá de oficio a la renovación del registro calificado del mismo, por el término de la vigencia de la acreditación del programa, si esta fuere superior a 7 años. El término de la renovación del registro calificado se contará a partir de la fecha ejecutoria acto administrativo que otorga o renueva la acreditación en alta calidad*».

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. Acreditación en Alta Calidad. Otórguese la Acreditación en Alta Calidad por el término de seis (6) años, al siguiente programa:

Institución:	Universidad de los Andes
Nombre del programa:	Maestría en Mercadeo
Modalidad:	Presencial
Lugar de Desarrollo:	Bogotá D.C.

Parágrafo. La Institución deberá velar por la sostenibilidad o mejora de las condiciones que dieron origen a la Acreditación en Alta Calidad del programa.

ARTÍCULO SEGUNDO. Renovación del Registro Calificado. Con ocasión a la Acreditación en Alta Calidad dispuesta en el Artículo 1, renuévese de oficio el Registro Calificado al programa académico objeto de la presente Resolución por el término de siete (7) años, de conformidad con lo establecido en el artículo 2.5.3.2.9.2. del Decreto 1075 de 2015.

Parágrafo 1: La renovación del registro calificado se da en las condiciones autorizadas por el Ministerio de Educación Nacional al momento de la firmeza del presente acto administrativo, de conformidad con la normatividad vigente.

Parágrafo 2: En caso de que el programa no mantenga la renovación de la acreditación, la institución deberá solicitar la renovación del registro calificado de este programa en los términos de los Artículos 2.5.3.2.9.3. y 2.5.3.2.3.2.12 del Decreto 1075 de 2015 o la norma que la sustituya.

ARTÍCULO TERCERO. Actualización en el SNIES. El Ministerio de Educación Nacional, registrará en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior – SNIES el presente acto administrativo.

ARTÍCULO CUARTO. Inspección y Vigilancia. Al programa le serán aplicables las consecuencias del artículo 51 del Acuerdo 02 de 2020, emitido por el Consejo Nacional de Educación Superior—CESU, según sea el caso.

ARTÍCULO QUINTO. Notificación. Por conducto de la Unidad de Atención al Ciudadano de este Ministerio, notifíquese la presente resolución junto con el concepto emitido por el Consejo Nacional de Acreditación, el cual hace parte integral de este acto administrativo, al representante legal de la Universidad de los Andes, a su apoderado o a la persona debidamente autorizada para notificarse, acorde con lo dispuesto en los artículos 67 al 69 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

Continuación de la Resolución «Por medio de la cual se otorga la Acreditación en Alta Calidad al Programa de Maestría en Mercadeo de la Universidad de los Andes, ofrecido bajo la modalidad presencial en Bogotá D.C. y se renueva de oficio el Registro Calificado.»

ARTÍCULO SEXTO. Recursos. Contra la presente resolución procede únicamente el recurso de reposición, dentro de los diez (10) días siguientes a la notificación, en atención a lo dispuesto en los artículos 74 al 76 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

ARTÍCULO SÉPTIMO. Vigencia. De conformidad con lo previsto en los artículos 87 y 89 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, la presente resolución rige a partir de la fecha de su ejecutoria.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE,

Dada en Bogotá D. C.,

LA MINISTRA DE EDUCACIÓN NACIONAL,





AURORA VERGARA FIGUEROA

EL VICEMINISTRO DE EDUCACIÓN SUPERIOR,



ALEJANDRO ÁLVAREZ GALLEGO

Aprobaron: José Ignacio Morales Huetio – Director de Calidad para la Educación Superior 
Alina Gómez Mejía – Subdirectora de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior 
Revisó: Andrés Fernando Rodríguez Agudelo – Subdirección de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior
Proyectó: Dary Cristi Donoso Casas – Subdirección de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior

Código SNIES: 53733 (Código de Proceso:17061)

Bogotá D. C. 29 de septiembre de 2023

Doctora
AURORA VERGARA FIGUEROA
Ministra de Educación Nacional
E.S.D.

Señora ministra,

El día 29 de junio de 2021 el **CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN** recibió para trámite la autoevaluación del programa de **MAESTRÍA EN MERCADEO (Cód. SNIES 53733) modalidad presencial, de profundización**, con lugar de desarrollo en **Bogotá D.C.**, la cual fue radicada con fines de la Acreditación en Alta Calidad por la **UNIVERSIDAD DE LOS ANDES** Cumplidas debidamente, en este caso, las etapas previstas en las normas vigentes para el proceso de acreditación, los miembros de este Consejo tenemos el gusto de enviarle el concepto al que hacen referencia el Acuerdo 06 de 1995 del Consejo Nacional de Educación Superior y los Lineamientos para la Acreditación publicados por el CNA.

Las determinaciones finales del Consejo se basaron en un análisis detallado del informe sobre la autoevaluación realizada por la Institución, del informe sobre la evaluación externa que realizó un equipo de reconocidos pares académicos y de la respuesta que a este último informe dio la Institución. Como resultado de ese análisis, el Consejo adoptó por consenso en su **sesión ordinaria de los días 27, 28 y 29 de septiembre de 2023**, el siguiente concepto:

Se ha demostrado que el programa de **MAESTRÍA EN MERCADEO** cumple con los criterios de alta calidad acorde con sus propósitos y objetivos y para la Sala General de Acreditación se han hecho evidentes diversos aspectos, entre los que cabe destacar los siguientes:

- La Maestría en Mercadeo fue creada en 2008, el proceso de admisión de la Maestría en Mercadeo es anual, en modalidad presencial y la duración del Programa es de dieciocho (18) meses, organizados en cuatro (4) periodos académicos, ha graduado a 615 profesionales, con foco en la responsabilidad social, capacidad para plantear alternativas de solución a diversos problemas y habilidades para el trabajo efectivo en equipo durante la toma de decisiones.

Consejo Nacional de Acreditación

Bogotá, Colombia, Sudamérica.
Página Electrónica: www.cna.gov.co

- La coherencia en cuanto a la vocación fundamental de la Institución, de su Misión Institucional, del PEI y de la Misión, Visión, Objetivos generales y específicos del Programa Académico.
- El perfil de los estudiantes (94) entre 2020 y 2022, es de 51% de mujeres y un 49% de hombres, con una edad promedio de 32 años y un 52% de estudiantes con edades entre 31 y 40 años, el 61% de los estudiantes provienen de la ciudad de Bogotá. La relación de estudiantes inscritos-admitidos entre 2018-II y 2023-I es del 72% y de admitidos-matriculados es del 71%.
- En el periodo 2015 a 2019 se presentó una deserción del 8% por cohorte, dentro de las principales causas de la deserción se encuentran las laborales, familiares y económicas y, en menor proporción, a un bajo rendimiento académico. Los estudiantes cuentan con el apoyo y acompañamiento del director del Programa desde su ingreso; la coordinación de posgrados, con el apoyo de la gestora y asistente del Programa ofrecen apoyo constante en los procedimientos regulares de la vida estudiantil; cuentan con asistentes académicos que cumplen el rol de monitores y que ofrecen su ayuda a los estudiantes y complementan la labor de los profesores a través de talleres, ejercicios y sesiones de monitoria para resolver dudas; los profesores de planta deben asignar al menos cinco horas a la semana para atender estudiantes, y los profesores de cátedra una hora. Los estudiantes cuentan con los servicios de la Decanatura de Estudiantes dedicada a garantizar su bienestar académico, físico y emocional.
- La malla actual del Programa contempla un total de cuarenta y dos (42) créditos académicos, distribuidos en 23 cursos que responden a tres líneas de formación que construyen sobre el logro de los objetivos académicos: habilidades analíticas, mercadeo y estrategia, y profundización.
- Las cuatro metas de aprendizaje organizadas en cinco objetivos para el desarrollo del perfil de sus egresados.
- El Programa cuenta con ocho profesores de planta, siete indefinidos y uno con contrato a 12 meses, de los cuales siete cuentan con título de doctorado y un magíster, todos escalafonados institucionalmente: siete Asociados, y un Asistente, reconocidos por MinCiencias un Asociado y tres Junior.
- El desarrollo docente y profesional de sus profesores a través de: apoyo a las metodologías de enseñanza; programa de desarrollo docente; programa de capacitación y actualización PIC; semestre de trabajo académico independiente STAI; estímulo al trabajo interdisciplinario ETI; estímulos a la docencia, investigación, extensión, proyección social y a la cooperación internacional; fondo de apoyo para los profesores asistentes FAPA; bolsas de investigación; bonos de productividad y bonificaciones adicionales; centro de aprendizaje del participante CAP; y remuneración por méritos.
- La Facultad cuenta con seis grupos de investigación, todos los profesores del área de Mercadeo pertenecen al grupo de investigación de Mercados y Decisiones categorizado

Consejo Nacional de Acreditación

Bogotá, Colombia, Sudamérica.
Página Electrónica: www.cna.gov.co

en (C) por MinCiencias, un grupo multidisciplinario al que también pertenecen profesores de otras áreas académicas. La producción de los profesores entre 2015 y 2021, es de 45 artículos en revistas internacionales indexadas, 13 capítulos de libro, 7 casos pedagógicos, 4 libros, 1 artículo de divulgación y 1 producto considerado como otro tipo de publicación.

- Las líneas de investigación del grupo Mercado y Decisiones se organizan en diez (10) áreas temáticas que enmarcan las labores investigativas, docentes y de desarrollo institucional de sus miembros. Estas áreas son las siguientes: Consumidores de bajos ingresos, estrategias de desarrollo y crecimiento en *retailers*, gerencia del cliente, historia del mercadeo en Colombia, marketing de servicios, Medición de efectos publicitarios, medición del involucramiento, patrones de comportamiento y pensamiento para el consumo sostenible, procesos cognitivos y emocionales del consumidor y toma de decisiones comportamentales.
- A través de alianzas, convenios y redes con entidades educativas nacionales e internacionales, la Universidad y la Maestría promueven una formación integral de sus estudiantes y el fortalecimiento académico de sus profesores, a través de oportunidades de intercambio académico, científico y cultural. Estas alternativas son: la escuela internacional de verano, las semanas internacionales y *el international summer school*.
- El laboratorio de finanzas y mercados cuyo objetivo principal es apoyar la generación y apropiación de conocimiento a través de talleres, suscripción a bases de datos especializadas, certificaciones online y semillero de investigación en finanzas. Este laboratorio apoya la maestría en mercadeo mediante la suscripción a bases de datos especializadas.
- La información actualizada de los graduados a 2021 es del 92%, es decir, 522 de 566 graduados, donde el 98% se encontraban laboralmente activos, de estos el 87% proporcionaron datos sobre la empresa y posición que desempeñan. Se identificó que el 97% se encuentran vinculados a cargos en el área de mercadeo, la mayor proporción ocupa posiciones altas y medias en las organizaciones, tales como gerentes en unidades o áreas de mercadeo (40%) y directivos en las organizaciones (27%), el (12%) se desempeña en roles como especialistas, coordinadores y analistas, el (1%) se desempeñan como docentes en universidades en Bogotá.
- Las condiciones de la infraestructura representada en la calidad de su sede, su mantenimiento, la dotación de laboratorios, equipos de alta tecnología y el soporte informático, brinda adecuadas condiciones para el trabajo de los profesores y la formación de los estudiantes.
- La rigurosidad del proceso de autoevaluación. La presentación del informe es puntual y coherente con la naturaleza del Programa, elementos reconocidos por la comunidad y los pares académicos.

Por otra parte, para garantizar un mejoramiento continuo en condiciones de calidad, el Consejo Nacional de Acreditación CNA recomienda los siguientes aspectos:

- Continuar fortaleciendo la investigación formativa y la categorización del grupo de investigación, así como el reconocimiento de los profesores investigadores en MinCiencias.
- Incrementar la participación en conferencias y eventos internacionales y promocionar la participación de profesores y estudiantes en redes y eventos internacionales, para propiciar una mayor vinculación y aprovechamiento de las relaciones y convenios internacionales de la Facultad y de la Institución.
- Hacer evidente el impacto del Programa en las actividades que realiza en los diferentes contextos de actuación.
- Incrementar la participación de estudiantes en los proyectos de investigación.
- Aumentar el relacionamiento del Programa con instituciones en América Latina.
- Fortalecer los servicios de extensión y proyección social del Programa con la participación de docentes y estudiantes y sistematizar los logros e impactos.

Con el fin de promover la cultura institucional de autoevaluación y mantener los procesos de mejoramiento continuo, fortalecer el sistema interno de aseguramiento de la calidad de tal manera que permita identificar los logros, resultados e impactos y la implementación de las recomendaciones realizadas en los procesos de autoevaluación, evaluación de pares y recomendaciones del CNA.

En correspondencia con lo establecido en el artículo 47 del Acuerdo 02 del CESU "Por el cual se actualiza el Modelo de Acreditación", la institución puede solicitar visitas de evaluación y seguimiento para lo cual, previamente y dentro de los seis (6) meses siguientes a la notificación del acto administrativo mediante el cual se otorga la acreditación en alta calidad, la institución debe enviar al Consejo Nacional de Acreditación copia del Plan de Mejoramiento debidamente aprobado por la autoridad correspondiente.

Así mismo, consideramos que la acreditación que se ha de otorgar puede ser renovada, incluso por un lapso mayor al inicialmente otorgado, si en la siguiente evaluación se evidencia la aplicación de los correctivos a las debilidades y se aumentan las fortalezas señaladas en este concepto y en el informe de los pares académicos.

Como se dispone en las normas, el acto de acreditación debe hacerse público y debe consignarse dentro del Sistema Nacional de Información de la Educación Superior. En nuestra opinión, el contenido del presente concepto debe ser también de conocimiento público.

Consejo Nacional de Acreditación

Bogotá, Colombia, Sudamérica.
Página Electrónica: www.cna.gov.co

Con base en lo expuesto y las condiciones institucionales y del Programa que garantizan la sostenibilidad de los anteriores aspectos destacados, los suscritos consejeros conceptuamos que el programa de **MAESTRÍA EN MERCADEO** de la **UNIVERSIDAD DE LOS ANDES** debe recibir **LA ACREDITACIÓN EN ALTA CALIDAD VÁLIDA POR SEIS (6) AÑOS**, contados a partir de la fecha de ejecutoria del acto de acreditación.

De la Señora ministra, con toda consideración,


ADRIANA XIOMARA REYES GAMBOA


ÁLVARO MAURICIO FLÓREZ ESCOBAR


CARLOS HERNÁN GONZÁLEZ CAMPO


CARLOS GÓMEZ RESTREPO


CARMEN AMALIA CAMACHO SANABRIA


IVÁN ENRIQUE RAMOS CALDERÓN


JAIME ERNESTO DÍAZ ORTIZ


MARÍA PIEDAD MARÍN GUTIÉRREZ


MARIO FERNANDO URIBE OROZCO