

Plan UAH 2027

El presente del futuro — tradición - excelencia - nuevos desafíos

ENCUESTA RASGOS DISTINTIVOS UAH

Reporte comparativo Estudiantes

Pregrado y Postgrado

Planificación Estratégica

2020-2027

Índice de Contenidos

Página

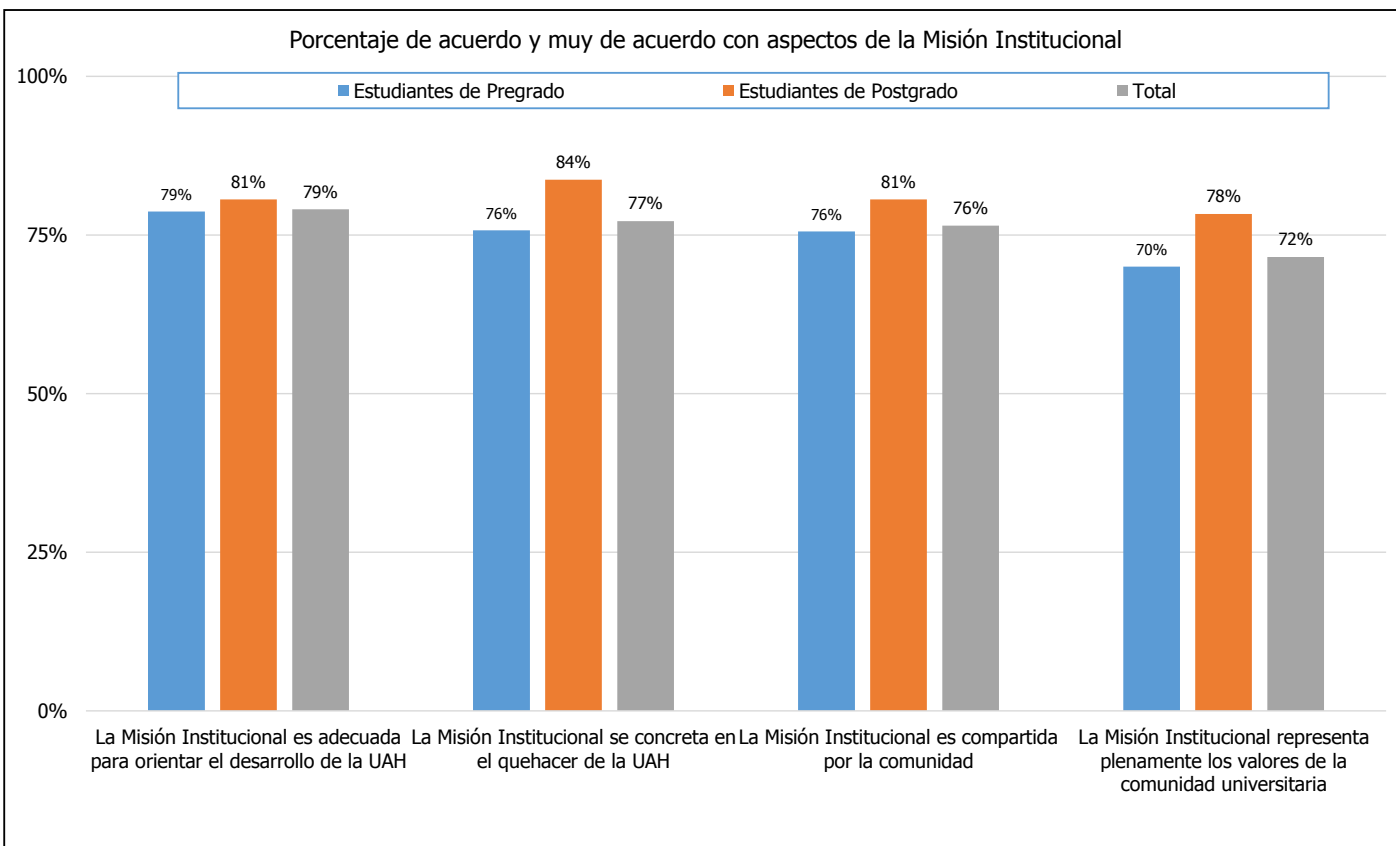
1. Porcentaje de respuesta	2
2. Misión Institucional	2
3. Visión Institucional	3
4. Principales ejes de desarrollo	4
5. Nube de palabras: Otros ejes de desarrollo	5
6. Ventajas competitivas con otras universidades del país	7
7. Nube de palabras : Sugerencias de como lograr ventajas competitivas a corto plazo	8
8. Atributos o valores que identifican a la UAH	9
9. Nube de palabras otros atributos o valores que identifican a la UAH	10
10. Imagen externa del quehacer en la UAH	12
11. Anexo Instrumento utilizado	13

Plan UAH 2027

El presente del futuro — tradición - excelencia - nuevos desafíos

1. REPRESENTATIVIDAD		Total	Estudiantes Pregrado	Estudiantes Postgrado
Número Total		7.132	6.440	692
Encuestados Totales		706	577	129
Encuestados responden encuesta completa		494	395	99
Porcentaje de Representatividad		10%	9%	19%
Porcentaje que responde encuesta completa		7%	6%	14%

2. MISIÓN INSTITUCIONAL	GRADO DE ACUERDO CON LA SIGUIENTES AFIRMACIONES											
	Total encuestados				Estudiantes de Pregrado				Estudiantes de Postgrado			
	Muy en desacuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy en desacuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy en desacuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
La Misión Institucional es adecuada para orientar el desarrollo de la UAH	5%	16%	60%	19%	5%	16%	62%	16%	5%	15%	52%	29%
La Misión Institucional se concreta en el quehacer de la UAH	4%	19%	63%	14%	4%	20%	64%	12%	3%	13%	59%	25%
La Misión Institucional es compartida por la comunidad	5%	19%	63%	14%	5%	20%	64%	11%	5%	15%	57%	23%
La Misión Institucional representa plenamente los valores de la comunidad universitaria	6%	22%	57%	15%	7%	23%	57%	13%	4%	18%	56%	22%
Promedio	5%	19%	61%	15%	5%	20%	62%	13%	4%	15%	56%	25%

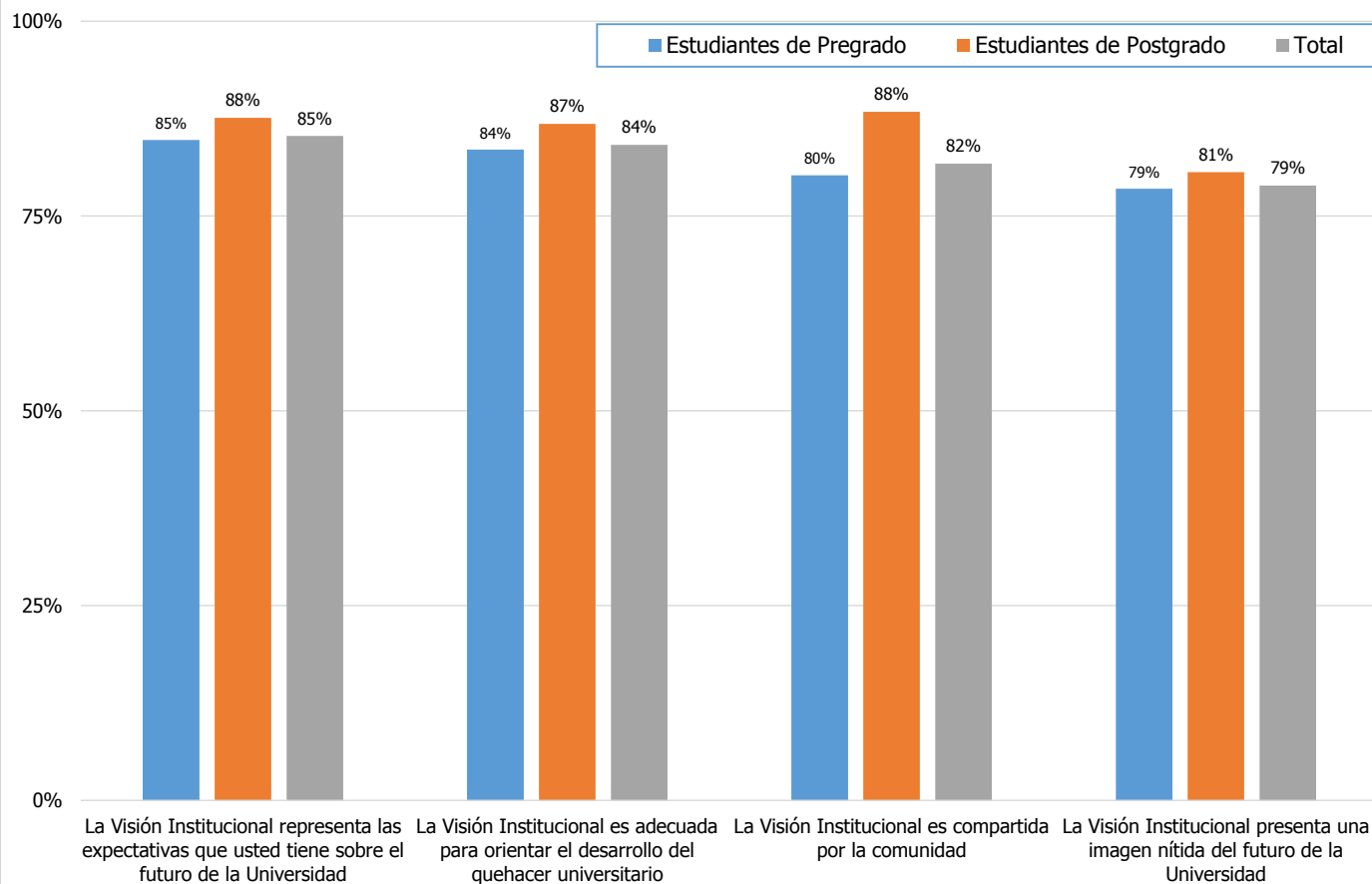


Plan UAH 2027

El presente del futuro — tradición - excelencia - nuevos desafíos

3. VISIÓN INSTITUCIONAL	GRADO DE ACUERDO CON LA SIGUIENTES AFIRMACIONES											
	Total encuestados				Estudiantes de Pregrado				Estudiantes de Postgrado			
	Muy en desacuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy en desacuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy en desacuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
La Visión Institucional representa las expectativas que usted tiene sobre el futuro de la Universidad	5%	10%	54%	31%	5%	11%	56%	29%	5%	7%	48%	40%
La Visión Institucional es adecuada para orientar el desarrollo del quehacer universitario	4%	12%	58%	26%	4%	12%	60%	23%	5%	9%	50%	37%
La Visión Institucional es compartida por la comunidad	5%	13%	62%	20%	6%	14%	62%	19%	4%	8%	63%	26%
La Visión Institucional presenta una imagen nítida del futuro de la Universidad	5%	16%	56%	23%	5%	16%	58%	21%	4%	16%	48%	33%
Promedio	5%	13%	58%	25%	5%	13%	59%	23%	4%	10%	52%	34%

Porcentajes de acuerdo y muy de acuerdo con aspectos de la Visión Institucional



Plan UAH 2027

El presente del futuro — tradición - excelencia - nuevos desafíos

4. EJES DE DESARROLLO	RANKING POR TIPO DE ESTUDIANTE			PORCENTAJE 5 PRIMEROS LUGARES				
	Pre-grado	Post-grado	Total	1	2	3	4	5
Aumentar la incidencia del quehacer institucional en temáticas de relevancia nacional e internacional	3	1	2	50%		50%		
Fortalecer mecanismos que promuevan la inclusión y la equidad en el acceso	2	2	2		100%			
Modernizar la gestión administrativa y financiera	1	4	3	50%			50%	
Ampliar las áreas del conocimiento cubiertas por la universidad, más allá de humanidades, ciencias sociales y educación	4	6	5				50%	
Fortalecer los vínculos internacionales	8	3	6			50%		
Aumentar el número de programas de postgrado	5	7	6					50%
Ampliar el alcance territorial a otras regiones del país	9	5	7					50%
Consolidar la sustentabilidad financiera	6	9	8					
Ampliar el alcance territorial en la Región Metropolitana	7	11	9					
Aumentar la presencia en medios de comunicación	11	8	10					
Desarrollar programas o carreras en modalidad a distancia o semipresencial	12	10	11					
Aumentar el número de carreras de pregrado	10	12	11					
Aumentar la matrícula de pre y postgrado en la oferta académica actual	13	13	13					

Plan UAH 2027

El presente del futuro — tradición - excelencia - nuevos desafíos

5. NUBE DE PALABRAS OTROS EJES DE DESARROLLO ESTUDIANTES DE PREGRADO

5.1 Primera mención estudiantes de Pregrado

OTROS EJES PRIMERA MENCIÓN	Porc
infraestructura y equipamiento	26%
virtualización	4%
beneficios becas	3%
movilidad internacional nacional	2%
extensión artística cultural	2%
capacitación docente en pedagogía	2%
salud mental estudiantil	2%
virtualización TICs	2%
apoyo psicológico acompañamiento emoción	2%
investigación y publicaciones	2%



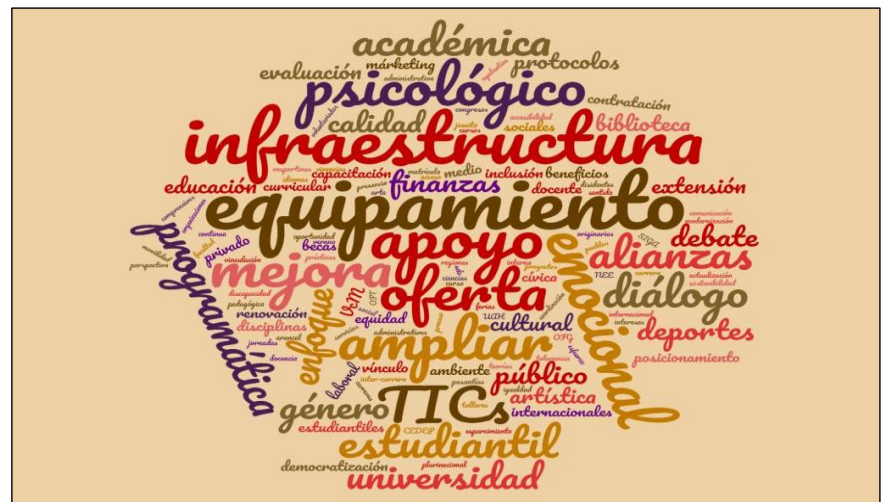
5.2 Segunda mención estudiantes de Pregrado

OTROS EJES SEGUNDA MENCIÓN	Porc
infraestructura y equipamiento	18%
beneficios becas	5%
apoyo psicológico acompañamiento emocional	3%
virtualización	3%
TICs	3%
inclusión	2%
apoyo estudiantil	2%
prácticas	2%
biblioteca	2%
enfoque de género	2%



5.3 Tercera mención estudiantes de Pregrado

OTROS EJES TERCERA MENCIÓN	Porc
infraestructura y equipamiento	13%
apoyo psicológico acompañamiento emocional	5%
TICs	4%
ampliar oferta programática	4%
investigación estudiantil	3%
diálogo universidad estudiantes	3%
enfoque de género	3%
virtualización	3%
deportes	3%
mejora de protocolos	2%



Plan UAH 2027

El presente del futuro — tradición - excelencia - nuevos desafíos

5. NUBE DE PALABRAS OTROS EJES DE DESARROLLO ESTUDIANTES DE POSTGRADO

5.1 Primera mención estudiantes de Postgrado

OTROS EJES PRIMERA MENCIÓN	Porc
investigación publicaciones	12%
VcM	7%
presencia regiones	5%
infraestructura equipamiento	5%
virtualización	5%
ampliar áreas conocimiento	3%
movilidad	3%
TICs	3%
diversidad inclusión	3%
enfoque género	3%



5.2 Segunda mención estudiantes de Postgrado

OTROS EJES SEGUNDA MENCIÓN	Porc
investigación impacto social	8%
investigación y publicaciones	5%
beneficios becas	5%
acreditación	3%
red Jesuita	3%
temáticas interés público	3%
cursos estadística	3%
articulación EdContinúa	3%
internacionalización	3%
digitalización virtualización	3%



5.3 Tercera mención estudiantes de Postgrado

OTROS EJES TERCERA MENCIÓN	Porc
beneficios becas	11%
pasantías movilidad internacional	7%
vida universitaria	4%
subdisciplina	4%
proyectos estudiantil	4%
biología	4%
redes egresados sector público	4%
calidad programas postgrado	4%
sustentabilidad financiera	4%
certificación interna	4%

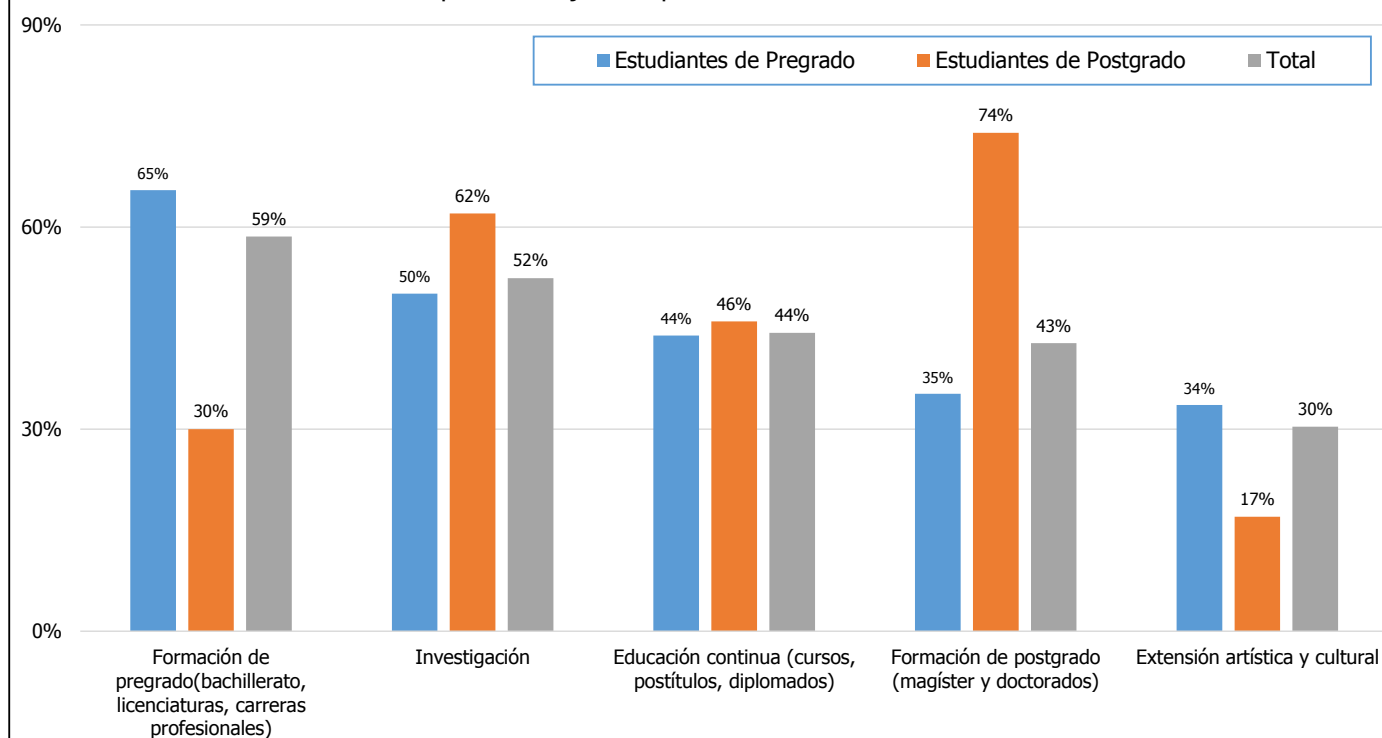


Plan UAH 2027

El presente del futuro — tradición - excelencia - nuevos desafíos

6. VENTAJAS COMPETITIVAS CON OTRAS UNIVERSIDADES DEL PAÍS	NÚMERO DE RESPUESTAS			PORCENTAJE		
	Pregrado	Postgrado	Total	Pregrado	Postgrado	Total
Formación de pregrado(bachillerato, licenciaturas, carreras profesionales)	273	30	303	65%	30%	59%
Investigación	209	62	271	50%	62%	52%
Educación continua (cursos, postítulos, diplomados)	183	46	229	44%	46%	44%
Formación de postgrado (magíster y doctorados)	147	74	221	35%	74%	43%
Extensión artística y cultural	140	17	157	34%	17%	30%
Vinculación con actores de la sociedad civil	121	34	155	29%	34%	30%
Actividades de consultoría y prestación de servicios	76	8	84	18%	8%	16%
Vinculación con gobierno y sector público	53	24	77	13%	24%	15%
Vinculación con empleadores y sectores productivos	49	5	54	12%	5%	10%

Principales ventajas competitivas con otras Universidades



Plan UAH 2027

El presente del futuro — tradición - excelencia - nuevos desafíos

7. NUBE DE PALABRAS SUGERENCIAS DE COMO LOGRAR VENTAJAS COMPETITIVAS A CORTO PLAZO - PREGRADO

7.1 Primera mención estudiantes de pregrado

OTROS VENTAJAS PRIMERA MENCIÓN	Porc
infraestructura y equipamiento	9%
investigación y publicaciones	6%
apoyo psicológico	3%
investigación estudiantil	3%
extensión artística y cultural	3%
publicidad	3%
renovación curricular	3%
virtualización	3%
calidad docente	3%
TICs	3%



7.2 Segunda mención estudiantes de pregrado

OTROS VENTAJAS SEGUNDA MENCIÓN	Porc
infraestructura y equipamiento	10%
extensión artística y cultural	6%
TICs	4%
investigación y publicaciones	3%
oferta postgrado	3%
capacitación docente en pedagogía	3%
Beneficios y becas	3%
calidad académica	3%
VcM público gobierno sector público	2%
VcM empleadores	2%



7.3 Tercera mención estudiantes de pregrado

OTROS VENTAJAS TERCERA MENCIÓN	Porc
infraestructura y equipamiento	7%
investigación y publicaciones	6%
prácticas	4%
investigación estudiantil	4%
extensión artística cultural	4%
apoyo psicológico	4%
movilidad internacional	3%
educación continua	3%
TICs	3%
VcM sociedad civil	3%



Plan UAH 2027

El presente del futuro — tradición - excelencia - nuevos desafíos

7. NUBE DE PALABRAS SUGERENCIAS DE COMO LOGRAR VENTAJAS COMPETITIVAS A CORTO PLAZO - POSTGRADO

7.1 Primera mención estudiantes de postgrado

OTROS VENTAJAS PRIMERA MENCIÓN	Porc
investigación publicaciones	15%
virtualización	6%
oferta pregrado postgrado	4%
fondos investigación publicaciones	4%
VcM sociedad chilena	2%
región metropolitana	2%
asesorías servicios	2%
bibliografía	2%
beneficios becas movilidad	2%
calidad académica docente	2%



7.2 Segunda mención estudiantes de postgrado

OTROS VENTAJAS SEGUNDA MENCIÓN	Porc
VcM	6%
VcM sector público	6%
postgrado articulación EdContinua	3%
TV-UAH	3%
proyecto educativo competitiva	3%
beneficios becas virtualización postgrado	3%
acreditación postgrado	3%
capacitación docente en pedagogía	3%
proceso constituyente	3%
cualificación área educación	3%



7.3 Tercera mención estudiantes de postgrado

OTROS VENTAJAS TERCERA MENCIÓN	Porc
oferta seminarios	8%
política	8%
VcM gobierno	4%
líder opinión	4%
alianzas universidades España	4%
consultoría servicios	4%
canales comunicación universidad	4%
empleabilidad	4%
VcM sector público privado	4%
extensión	4%

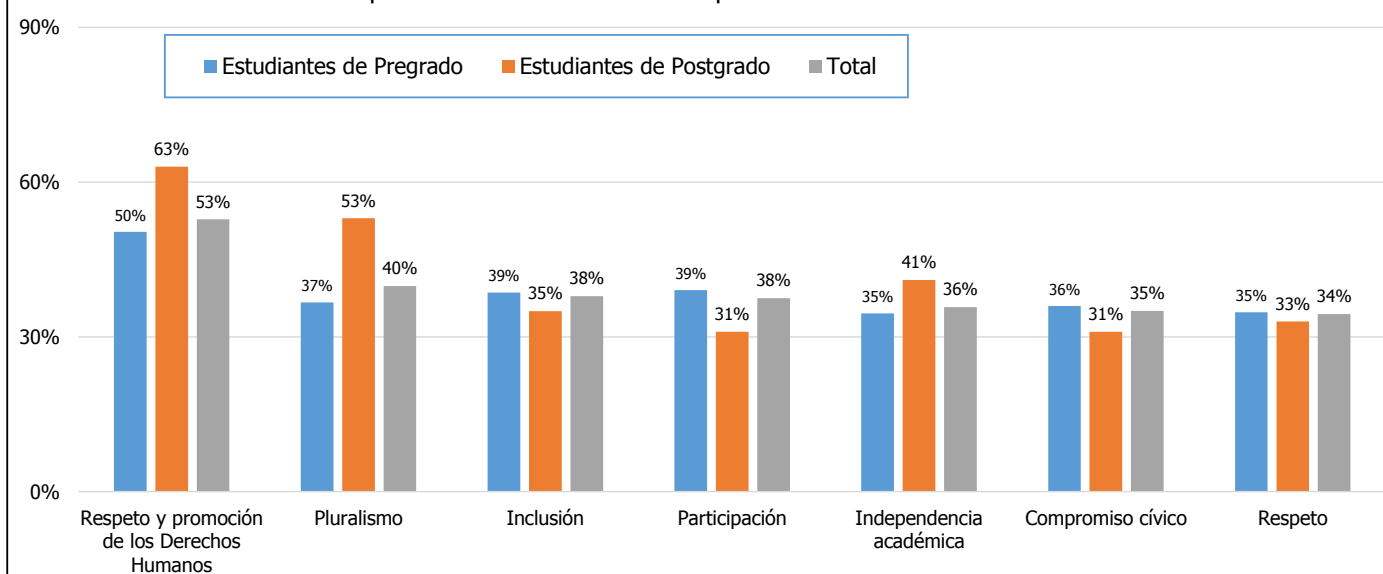


Plan UAH 2027

El presente del futuro — tradición - excelencia - nuevos desafíos

8. ATRIBUTOS O VALORES QUE IDENTIFICAN A LA UAH	NÚMERO DE RESPUESTAS			PORCENTAJE		
	Pregrado	Postgrado	Total	Pregrado	Postgrado	Total
Responsabilidad social	245	58	303	59%	58%	59%
Respeto y promoción de los Derechos Humanos	210	63	273	50%	63%	53%
Pluralismo	153	53	206	37%	53%	40%
Inclusión	161	35	196	39%	35%	38%
Participación	163	31	194	39%	31%	38%
Independencia académica	144	41	185	35%	41%	36%
Compromiso cívico	150	31	181	36%	31%	35%
Respeto	145	33	178	35%	33%	34%
Solidaridad	139	28	167	33%	28%	32%
No discriminación	116	25	141	28%	25%	27%
Tolerancia	95	30	125	23%	30%	24%
Ética	94	29	123	23%	29%	24%
Equidad	82	19	101	20%	19%	20%
Pertinencia	38	11	49	9%	11%	9%
Transparencia	40	8	48	10%	8%	9%

Principales atributos o valores con que la sociedad identifica a la UAH



Plan UAH 2027

El presente del futuro — tradición - excelencia - nuevos desafíos

9. NUBE DE PALABRAS OTROS ATRIBUTOS O VALORES CON QUE LA SOCIEDAD IDENTIFICAN A LA UAH

OTROS ATRIBUTOS ESTUDIANTES DE PREGRADO	Porc
calidad académica	10%
Jesuita	10%
humanismo	7%
quejas estudiantiles	3%
ciencias sociales	3%
antidiscriminación	3%
compromiso	3%
prestigio	3%
compromiso académico	3%
visión crítica	3%
compromiso cívico	3%
exigencia	3%
formación crítica	3%
buen ambiente	3%
pertinencia	3%
comunicación	3%
posicionamiento	3%
diversidad	3%
profesionalismo	3%
educación	3%
territorio universidad abierta	3%
elitismo	3%
enseñanza humanista	3%
ética	3%



OTROS ATRIBUTOS ESTUDIANTES DE POSTGRADO	Porc
VcM sector público	11%
pensamiento crítico	11%
calidad académica	11%
calidad académica fines lucro	11%
solidaridad	11%
calidad académica reflexión	11%
visión	11%
DDHH	11%
enfoque derecho	11%



Plan UAH 2027

El presente del futuro — tradición - excelencia - nuevos desafíos

10. IMAGEN EXTERNA DEL TRABAJO EN LA UAH	RANKING POR TIPO DE ESTUDIANTE			PORCENTAJE 5 PRIMEROS LUGARES				
	Pre-grado	Post-grado	Total	1	2	3	4	5
Calidad de la formación de magíster	2	1	2	50%	50%			
Calidad de la formación de pregrado	1	2	2	50%	50%			
Calidad de la Investigación	3	3	3			100%		
Calidad de la formación de doctorado	5	4	5				50%	50%
Calidad de los programas de Educación continua	4	5	5				50%	50%
Vinculación con gobierno y actores de la sociedad civil	8	6	7					
Relevancia de las actividades de Extensión artística y cultural	6	8	7					
Incidencia en políticas públicas	9	7	8					
Vinculación con el mercado del trabajo	7	9	8					