SEMINARIO EVALUACIÓN DE LA FUNCIÓN DE VCM · BLOQUE TÉCNICO-PROFESIONAL

¿Cómo evalúa CFT ENAC el aporte de la VcM a la formación y a los territorios?

Mesa de diálogo · AEQUALIS – VERTEBRAL · 11 de noviembre de 2026

Pablo Barra · Director de Vinculación con el Medio e Innovación

Trayectoria D VcM

Portal vcm.enac.cl

Acreditación 6 años (2022)

2024 Política VcM

2026 Diseño M. longitudinal

ENAC FORMACIÓN TÉCNICA Caritas

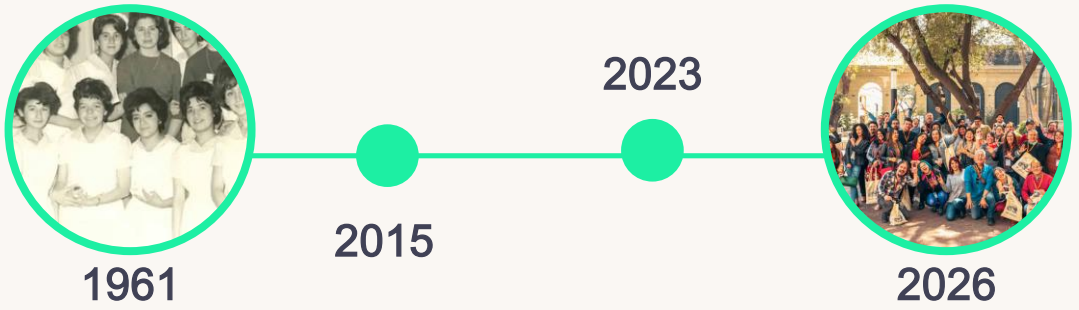
VCM VINCULACIÓN CON EL MEDIO INNOVACIÓN

Qué buscamos con la VcM y con quiénes

La VcM en ENAC

Es expresión de nuestro compromiso con el desarrollo humano e inclusión social.

Desde 1961, la VcM se consolida como pilar estratégico institucional, alineado con valores de responsabilidad social y pertinencia territorial.



Este compromiso se expresa hoy a través del Modelo Educativo ENAC IN, que considera a la VcM como uno de sus tres procesos misionales esenciales, junto a la formación y la innovación.



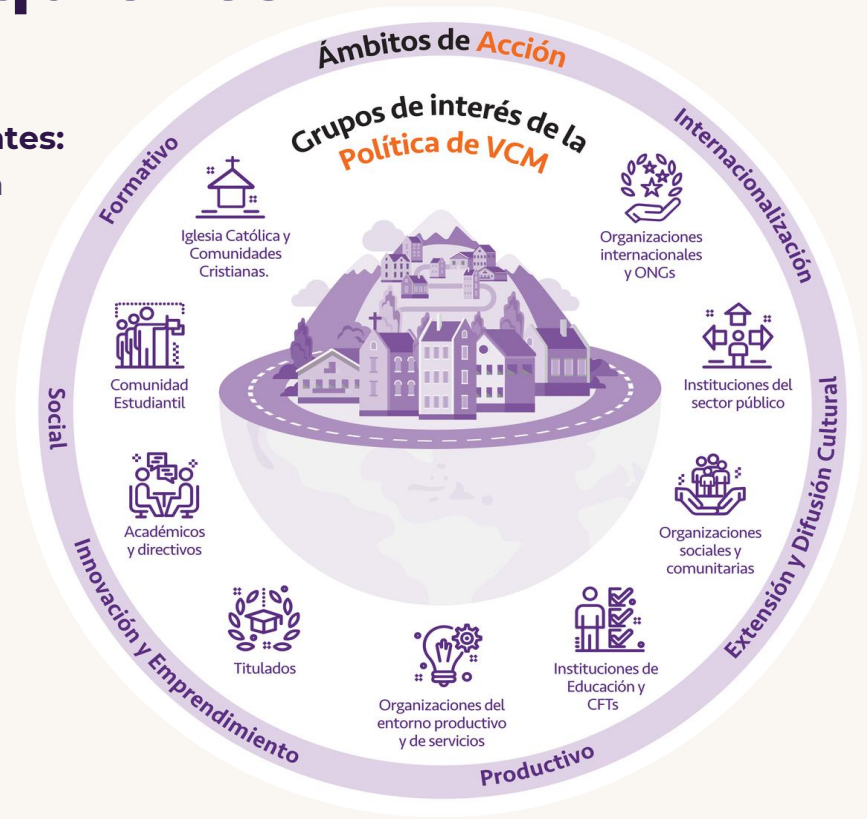
Qué buscamos con la VcM y con quiénes

Propósito (Política VcM 2024)

Vínculos **bidireccionales, inclusivos y sostenibles** que aporten al proceso formativo y al bienestar de los entornos relevantes, desde el sello identitario.

- **Ética y responsabilidad social con sentido**
- **Bidireccionalidad**
- **Desarrollo sostenible (ODS 4 y 17)**
- **Aporte al proceso formativo**

Entornos relevantes:
6 ámbitos de acción



CONTRIBUCIÓN INTERNA
¿Aporta al perfil de egreso y a los 4 sellos ENAC?

CONTRIBUCIÓN EXTERNA
¿Mejora la condición-problema del socio y del territorio?

Arquitectura Modelo de Medición

El modelo de medición de ENAC se estructura en torno a tres ejes: **qué se mide** (dimensiones), a quién se mide (actores) y cuándo se mide (diferenciación por tipo de iniciativa).

Nivel	Qué se evalúa	Con qué
Iniciativas (actividad regular o emergente)	Resultados, satisfacción y contribución interna y externa	Pauta VcM, encuestas de satisfacción y de contribución
Programa (s) Permanente (S) (25 en 2025)	**Ciclo completo:** diagnóstico, contribución, formación integral, retroalimentación y socialización	Línea base, set de 4 encuestas e informe final
Institucional	Indicadores de contribución del PDE 2026–2030 (OE9 Vinculación e Innovación con Impacto)	OKR/KPI y compromisos de los objetivos y proyectos asociados.

Actores evaluados: Estudiantes · Docentes · Socios comunitarios · Socios estratégicos

Ciclo de un Programa Permanente



1 · Inicio: diagnóstico
Línea base; docente líder con apoyo de la Dirección de VCM e Innovación.

2 · Cierre: encuestas
Set de contribución a los 4 actores

3 · Análisis: informe
Fortalezas y brechas por programa

4 · Socialización
Comités, carreras y socios estratégicos: para la mejora continua

Cuatro miradas sobre un mismo programa

Estudiantes
Proceso formativo, 4 sellos y relación con socios

Likert 1–5 · global

Docentes
Desempeño estudiantil, perfil de egreso e impacto en la comunidad

Likert 1–5 · global

Socios comunitarios
Desempeño de estudiantes y docentes, calidad de resultados

Versión programa / actividad

Socios estratégicos
Impacto y efectividad, bidireccionalidad y continuidad

Likert 1–5 · global

6 dimensiones: Satisfacción · Contribución formativa · Sellos institucionales · Desempeño de actores · Impacto y efectividad · Retroalimentación

Indicadores clave

- % de satisfacción por dimensión
- Brecha entre actores: triangulación
- Experiencia cliente e interés del socio en continuar

Nuevo 2026: impacto longitudinal

Enfoque de capacidades: línea base → cierre → ex post a 3–6 meses.

Hub Gastronómico:

03 · EVIDENCIA EN USO

De los resultados a las decisiones: Asesorías Integrales

Programa Permanente A+S · 6 carreras de Tecnología y Administración · emprendedores de 15 comunas RM / n = 86 estudiantes, 10 docentes, 18 socios comunitarios, +4 socios estratégicos.

95 % / 85,5 %

aporte al perfil de egreso: docentes / estudiantes

> 80 %

favorable en los 4 sellos, ambos actores

+81,1

Experiencia Cliente

83,3 %

de socios quiere seguir colaborando

LA TRIANGULACIÓN REVELÓ	DECISIÓN TOMADA
14 % de estudiantes muy insatisfechos con la comunicación de los emprendedores	**Protocolo de selección de socios: filtro previo, entrevista y acuerdo de participación**
Socios: motivación docente 72,2 % y ~25 % neutral en comunicación	**Encuentros semestrales con socios y mesas de trabajo por programa**
Resultados: 100 % según docentes, 77,8 % según socios	**Acordar resultados esperados con el socio desde el diagnóstico (ajustar expectativas)**

La evidencia más útil está en la brecha entre las miradas de estudiantes, docentes y socios estratégicos.

Lo que se debe Mejorar

- Tasas de respuestas (mayor representatividad).
- Medir solo al cierre: percepción declarada, no cambio real.
- La calidad del socio condiciona la experiencia formativa.
- Heterogeneidad de iniciativas / programas

Desafíos 2026+

01 Estandarizar escalas entre los 4 instrumentos

02 Línea base pre-post, espejo de la encuesta de cierre

03 Dashboards automáticos por programa, carrera y sede

04 Escalar la medición longitudinal a los Programas Permanentes más maduros