

Política Institucional de Internacionalización



1. Definiciones y lineamientos generales

1.1 Tendencias globales

Aunque la internacionalización implica un cruce de naciones por definición, el alcance del concepto varía ampliamente a través de los distintos países y sus instituciones. La definición más aceptada habla de integrar una dimensión global, internacional o intercultural a la educación post secundaria y en ese sentido los esfuerzos responden a las realidades culturales propias de cada entidad, sus distintos contextos nacionales y sus necesidades.

Es importante entender que el concepto de internacionalización es tan dinámico como su naturaleza misma. En ese sentido, una redefinición reciente enfatiza que es además un proceso intencional e inevitable en esta era globalizada, para mejorar la calidad y excelencia de la educación superior.

La última encuesta global de la IAU (International Association of Universities) realizada en 907 instituciones de educación superior, en 126 países, destaca en su resumen ejecutivo, entre otras cosas, que el 90% de las instituciones menciona la internacionalización dentro de su misión institucional o plan estratégico. Esto, por medio de iniciativas que contemplan principalmente la movilidad de los y las estudiantes, créditos y grados, seguido de alianzas estratégicas y de colaboración internacional.

La encuesta señala, además, “actividades que desarrollen las perspectivas internacionales de los y las estudiantes” como la principal vía de internacionalización del currículum, seguido del desarrollo profesional de docentes y administrativos, el que facilita la integración de las dimensiones internacionales e interculturales a la enseñanza.

Por último, se concluye que, en términos generales, las instituciones de educación superior le dan a la internacionalización un alto nivel de importancia, pero concuerdan que este rol se da de manera progresiva. Asimismo, se ven como potenciales amenazas el que las iniciativas de internacionalización son a veces percibidas como solo accesibles a individuos con los medios suficientes o con competencias idiomáticas específicas, y la existencia de trabas administrativas, como la validación de títulos o créditos.

Para el éxito en la internacionalización institucional, siguiendo las mejores prácticas de universidades europeas, necesitamos y proponemos en este documento (a) un claro liderazgo para el cambio, (b) una fuerte cultura institucional para la internacionalización, (c) una inclusión estratégica y (d) prácticas administrativas y políticas claves.



La extensión del equipo de liderazgo. El liderazgo es necesario desde lo alto (Directorio, Rectoría y Vicerrectorías); desde el centro (directores y jefes de carrera); y desde la base (profesorado influyente, personal administrativo y estudiantes). La Alta Dirección establece el carácter institucional, reafirma los valores institucionales y coordina las prioridades generales, pero el trabajo y la creatividad de la internacionalización depende del profesorado, de los funcionarios y funcionarias claves y de las unidades académicas y de apoyo.

El desarrollo de una cultura institucional de apoyo. La cultura institucional del IP Culinary define los valores y prioridades esenciales para ser llevados a la práctica. La internacionalización integral y estratégica se frena si no existe una cultura generalizada que la sostenga. El desarrollo de dicha cultura depende, en parte, del diálogo de toda la institución para educar y convocar con el fin de integrar las dimensiones internacionales en todas las misiones fundamentales, creando mayor comprensión sobre lo que esto significa, su importancia y cómo fortalecer la Institución y su núcleo intelectual en el siglo XXI.

La participación en la inclusión estratégica. La inclusión estratégica incorpora la internacionalización en procesos institucionales clave y en las decisiones relacionadas con misiones y valores (como se verá más adelante), políticas y planificación de presupuesto, marca institucional y administración de recursos humanos, y contribuye a momentos cruciales de cambio institucional durante las revisiones de calidad, los ajustes curriculares y la planificación estratégica.

Las políticas y prácticas del IP en esta materia incluyen:

- a) **Definición de metas, éxito y resultados esperados.** Un claro sentido de metas y resultados valiosos esperados entrega la base para dirigir a las personas a través de la acción y definición del éxito. La clave está en identificar los motivadores del éxito y realizar las evaluaciones para demostrar los resultados en este sentido.
- b) **Retribución del éxito.** Aquello que se cuenta y retribuye es lo que vale y motiva a la acción. Los y las estudiantes buscan lo que cuenta en sus programas de estudio y en lo que favorecerá a su aprendizaje y carreras para un mejor desempeño en el mundo laboral y de emprendimiento. El profesorado quiere avanzar en sus carreras, fortalecer su reputación intelectual y mejorar el acceso a las oportunidades académicas. La Institución quiere reforzar su categoría, prestigio, reputación y obtener respaldo académico y financiero.
- c) **Integración de la internacionalización en misiones vigentes.** Entendemos la internacionalización como un elemento esencial para fortalecer la Misión existente y no como un esfuerzo aislado o añadido, ya que ésta ha sido siempre prioridad del IP Culinary.

- d) **Desafío al statu quo y fomento de una administración adaptable.** Para alcanzar una internacionalización estratégica e integral se requiere un cambio organizacional ya que cambian los programas de estudio, focos de investigación y las inclinaciones hacia el establecimiento de convenios en el extranjero. Los convenios con instituciones en otros países y culturas requerirán adaptabilidad y disposición para reconocer que “nuestra forma” no es la única de hacer las cosas.
- e) **Desarrollo de recursos humanos para la internacionalización.** La internacionalización es impulsada y entregada por el profesorado, personal y estudiantes quienes deberán estar interesados y capacitados para la participación internacional.

1.2 Contexto nacional

Tal como se plantea en el punto anterior, los programas de estudios en el extranjero se han convertido en una importante herramienta de competencia global. Institutos y universidades en todo mundo están desarrollando políticas de internacionalización ya que ésta se ha convertido en una responsabilidad fundamental de instituciones que quieren preparar e incentivar a su comunidad a experimentar otras culturas.

En concreto, el contexto nacional nos muestra que tanto universidades como institutos profesionales han apostado fuertemente por el desarrollo de la internacionalización institucional, esto en plena concordancia con el crecimiento económico y cultural que nuestro país ha evidenciado en los últimos años.

Según cifras entregadas por el Banco Central, hasta agosto de 2019, la inversión extranjera en nuestro país aumentó en un 110% en comparación al mismo periodo del año 2018. El flujo de chilenos y chilenas que se han radicado en el extranjero a su vez, ha aumentado en un 21% en relación a un estudio realizado por INE en el año 2005, con lo que queda en evidencia que Chile está inmerso plenamente en un contexto de internacionalización y de globalización.

El Ministerio de Educación, por su parte, contabiliza que son alrededor de 28 mil alumnas y alumnos extranjeros que se encuentran estudiando en Chile y alrededor de 9 mil chilenas y chilenos de intercambio en el extranjero.

En la actualidad existen universidades e institutos profesionales que cuentan con programas regulares de internacionalización y convenios con instituciones en el extranjero. No solamente intercambios de tipo académico, sino también en torno a experiencias de inmersión. A nivel de IP, el desarrollo de políticas de internacionalización se torna fundamental para un desarrollo curricular y personal con mayores competencias o transformador.

2. Fundamentos Internos

Desde la obtención de nuestra autonomía en 2017 y posterior acreditación en 2019, se han realizado variados esfuerzos que apuntan naturalmente hacia la internacionalización de nuestro instituto. El ser parte del Consejo de Institutos Profesionales y Centros de Formación Técnica acreditados, *Vertebral*, nos ha empujado aún más hacia ese objetivo ya que nos ha permitido darnos cuenta de que contamos con importantes ventajas competitivas con respecto a nuestros pares. Siguiendo las tendencias globales, se incorporará también la internacionalización dentro de nuestra misión institucional y se están realizando importantes esfuerzos para conseguir financiamiento externo.

Concretamente contamos con:

- **Eje transversal de Internacionalización:** Grupo de ocho asignaturas de las mallas curriculares de Administración de Artes Culinarias y Servicios, Administración de Empresas Hoteleras y Servicios y Dirección y Producción de Eventos. Como se menciona en el Plan General de Desarrollo, la influencia ineludible de la globalización es un desafío permanente que exige respuestas inmediatas de las entidades responsables de la educación superior, por lo que nuestro compromiso con la comunidad estudiantil es entendido como la entrega de herramientas idiomáticas sistemáticas para enfrentar un mundo globalizado. Asimismo, nos esforzamos por entregar a las y los estudiantes un sello distintivo, a través de las prácticas nacionales e internacionales que pretenden lograr un acercamiento temprano a la industria. Por otra parte, se pretende que las y los estudiantes, a través de las prácticas, complementen su aproximación teórica con las diferentes culturas, para ser capaces de responder a las necesidades de sus clientes sea cual sea el contexto. De esta forma, la vinculación con experiencias nacionales e internacionales se convierte en un espacio de formación profesional que, complementada con la visión cultural y las competencias idiomáticas, enriquece su dominio en cada área de especialidad convirtiéndolo en una ventaja competitiva laboral.
- **Coordinación de eje Internacionalización:** Coordina a todos las y los profesores asociados a los ramos del eje de Internacionalización en aspectos académicos, propone y valida metodologías y busca instancias de actividades que promuevan la integración entre sedes.
- **Prácticas internacionales:** Las prácticas internacionales han sido por años una ventaja competitiva de nuestro instituto. Nuestros alumnos y alumnas han tenido experiencias en los mejores restaurantes, hoteles y centros de eventos y estas oportunidades se han transformado en nuestro sello.



- **Convenios de colaboración:** Actualmente existe un convenio individual entre el Instituto, el centro de práctica y el estudiante, que se concreta en el momento de aceptación de la práctica profesional. Recientemente se creó además un convenio nuevo que apunta a colaboraciones a nivel de institutos y tenemos, en distintos niveles de avance, convenios de prácticas profesionales con Prestige, en España; Cenac, en Brasil y Radisson Hotels. Estamos también en conversaciones para potenciales oportunidades, tanto de prácticas como de intercambios estudiantiles, con The International Hotel Management and Gastronomy School -que gestiona prácticas de hotelería y gastronomía entre Europa y Latinoamérica en más de 300 centros-, la Escuela Argentina de Sommeliers, y HRC international, que ofrece prácticas y cursos de especialización en Estados Unidos y Europa.
- **Beca de prácticas internacionales:** Por primera vez, en 2019, se entregó el beneficio a 20 estudiantes de una beca económica para prácticas profesionales internacionales, lo que sienta un precedente y nos abre puertas para postular a nuevas vías de financiamiento.

Considerando el crecimiento en materia de internacionalización que nuestro Instituto está experimentando, se hace necesario canalizar y hacer prosperar estos esfuerzos a través de un proyecto institucional concreto que nos ayudará a expandir aún más las redes, oportunidades y competencias de nuestros y nuestras estudiantes, docentes y colaboradores.

3. Modelo propuesto

OFICINA DE EDUCACIÓN INTERNACIONAL

El plan estratégico propuesto para hacernos cargo de la necesidad de incorporar y canalizar todos los factores anteriormente mencionados comprende la creación de una oficina o centro de educación internacional que funcionará como un ente facilitador de cualquier información relativa a oportunidades educativas internacionales. Aparte del manejo de las variables ya existentes, se sumará la gestión de mayores oportunidades de intercambio de estudiantes, docentes y administrativos a través de la cooperación interdisciplinaria, poniendo diversas alternativas al servicio de nuestra comunidad y explorando distintas plataformas.



3.1 Misión y Visión

Misión: Que nuestra comunidad genere, gestione y experimente oportunidades de intercambio cultural para estudiantes, docentes y colaboradores, que permitan mejorar la calidad de la educación y ayudar en la obtención y desarrollo de competencias globales.

Visión: Es nuestra meta que todos los actores involucrados en nuestro proceso educativo no sólo reciban, sino que también retroalimentan las valiosas experiencias culturales propias de la internacionalización generando un círculo virtuoso que nos permita posicionarnos como referente para nuestros pares.

3.2 Roles y responsabilidades

1. *Oficina de Educación Internacional*

Reporta directamente a Rectoría y realiza las gestiones propias de la internacionalización. Deberá también coordinar la capacitación, supervisión y evaluación de alumnos y alumnas, docentes, colaboradores y personal internacional en nuestras sedes, así como dar el seguimiento debido a aquellos extranjeros que opten por nuestra institución, dando especial interés al cumplimiento de compromisos internacionales.

Facilita también la internacionalización dentro de nuestra comunidad a través de variadas instancias de intercambio cultural. Coordina y participa de las actividades propias del eje transversal de internacionalización. Supervisa la coordinación y seguimiento a las prácticas internacionales.

2. *Jefaturas de carrera*

Dado el constante flujo de información asociado al cargo, las jefaturas de carrera reciben y generan potenciales oportunidades de intercambio internacional, ya sea para estudios, prácticas o pasantías. Por otra parte, representan un factor determinante de las necesidades que la industria de los servicios requiere de sus profesionales y alumnos. Es importante entonces, que los jefes de carrera levanten esa información debidamente y participen activamente en la revisión de cuáles de ellos son los candidatos y las candidatas ideales para los programas y beneficios ofrecidos, trabajando en conjunto con todos los actores involucrados.

Asimismo, será fundamental su participación en el desarrollo de nuestra propia oferta internacional.

3. Dirección de Marketing y Comunicaciones

El filtro y difusión de las comunicaciones internas y externas hacia nuestra comunidad es uno de los roles principales de esta Dirección. Con una política de internacionalización en marcha, se debe trabajar estrechamente para no perder ninguna oportunidad y extender esas comunicaciones hacia un potencial mercado internacional. Bajo ese mismo concepto, el otro gran rol de dicha Dirección cobra protagonismo ya que, al internacionalizar nuestra oferta formativa, se deben establecer nuevas formas de promoción y difusión.

4. Dirección de Aseguramiento de la Calidad y Vinculación con el Medio

Tanto las relaciones y conexiones a nivel local, regional e internacional que maneja esta Dirección, como las gestiones que surgen de estas relaciones están estrechamente ligadas con la orientación que tomarán los esfuerzos de la Oficina de Internacionalización. Resulta fundamental una comunicación formal y fluida para optimizar las oportunidades e iniciativas. Esto, finalmente, contribuirá a la unificación de esfuerzos de todas las unidades internacionales.

Santiago y Viña del Mar, noviembre 2019.