

MODELO NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Mecanismo de Evaluación y Acreditación de Carreras de Grado

**Criterios de calidad para las carreras del área
de Ciencias Comerciales (Marketing,
Ingeniería Comercial, Comercio Internacional
y afines, Hotelería y Turismo y sus
equivalentes)**

[Handwritten signature]

Aprobado por Resolución N° 66 del Consejo Directivo en fecha 23 de abril de 2021



Asunción, Paraguay
2021

CONSEJO DIRECTIVO 2021 - 2024

Por el Ministerio de Educación y Ciencias

Dra. Dina Matiauda Sarubbi
Miembro Titular

Dra. Nancy Benítez Ojeda
Miembro Suplente

Por las Instituciones de Educación Superior Públicas

Dra. Ana de las Nieves Pereira de Vallejos
Miembro Titular

Dr. Alberto Luis Ríos Vargas
Miembro Suplente

Por las Instituciones de Educación Superior Privadas

Dr. Gerardo Gómez Morales
Miembro Titular

Dra. Amalia Luisa Monges de Espínola
Miembro Suplente

Por las Federaciones que conforman las asociaciones del sector productivo,
nominadas por la Federación de la Producción, la Industria y el Comercio -
FEPRINCO

Dr. Ricardo Horacio Felippo Solares
Miembro Titular

Por las Federaciones de Profesionales Universitarios

Abg. Rubén Antonio Galeano Duarte
Miembro Titular

Dr. Silvino Benítez
Miembro Suplente



FICHA TÉCNICA

Dirección Ejecutiva

- **Dr. Raúl Aguilera Méndez**

Dirección General de Evaluación

- **Mg. Zulma Mariuci de Pineda**

Dirección de Acreditación de Carreras de Grado

- **Mg. Gabina Gavilán de Weisensee**

Equipo Técnico colaborador

- **Mg. Miriam Allegretti, Técnico en Evaluación**

Consultor

- **Mag. Katherin Arrúa**

Comisión Consultiva

- **Econ. Gladys Aponte**, Titular de la Universidad Iberoamericana
- **CP. Alicia Duarte**, Alterno de la Universidad Iberoamericana
- **Mag. Jesús Ángel Martín Benito**, Titular de la Universidad Autónoma de Asunción
- **Mag. Luis Javier Cedeño González**, Alterno de la Universidad Autónoma de Asunción
- **Mag. Yan Speranza**, Titular de la Universidad San Ignacio de Loyola
- **Dra. Carmen Jiménez**, Alterno de la Universidad San Ignacio de Loyola
- **Lic. Laura Martínez Sandoval**, Titular de la Universidad Autónoma de Encarnación y de la Asociación Paraguaya de Universidades Privadas
- **Lic. Rossana Andrea Kirichik Leschiñuk**, Alterno de la Universidad Autónoma de Encarnación
- **Mag. Ever Javier Benítez Martínez**, Titular de la Universidad Nacional de Concepción
- **Mag. David Arturo Cuenca Barrios**, Alterno de la Universidad Nacional de Concepción
- **Mg. Pedro Regalado Romero Aguirre**, Titular de la Universidad Nacional del Este
- **Mag. Mario Alejandro Rojas Coppari**, Alterno de la Universidad Nacional del Este
- **Mag. Juana Melgarejo Cantero**, Titular de la Universidad de la Integración de las Américas
- **Master Heber David López Colmán**, Alterno de la Universidad de la Integración de las Américas
- **Mag. Rubén Darío José Romero Astete**, Titular de la Universidad del Pacífico Privada
- **Lic. Edgar Gustavo Cuevas Núñez**, Alterno de la Universidad del Pacífico Privada
- **Mag. Liliana Raquel Molinas Montiel**, Titular de la Universidad del Cono Sur de las Américas
- **Mag. Diego José Miño Iglesias**, Alterno de la Universidad del Cono Sur de las Américas
- **PhD. Stijn van der Krogt**, Titular de la Universidad Paraguayo-Alemana
- **Master Anahí Ibáñez**, Alterno de la Universidad Paraguayo-Alemana
- **Dra. Mercedes Carolina Montiel Morel**, Titular de la Universidad San Lorenzo





- **Dr. Ricardo Verón Romero**, Alterno de la Universidad San Lorenzo
- **Mg. Antonio Mario Molinas Velázquez**, Titular de la Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción”
- **Dr. Ángel Devaca Pavón**, Alterno de la Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción”
- **Lic. Diego José Miño Iglesias**, Alterno de la Asociación Paraguaya de Universidades Privadas
- **Mg. Janaina Salles Nigro Magalhaes**, Titular de la Universidad Americana
- **Mg. César Cáceres**, Alterno de la Universidad Americana
- **Master Clara Noelia Domínguez Miltos**, Titular de la Universidad Autónoma del Sur
- **Lic. Carlos René Acuña Méndez**, Alterno de la Universidad Autónoma del Sur
- **Lic. Alcira Fernanda Velázquez Flores**, Alterno de la Universidad Autónoma del Sur
- **Lic. Verónica Denis de Zárate**, Titular de la Universidad del Nordeste del Paraguay
- **Ing. Agr. Julio Paniagua**, Alterno de la Universidad del Nordeste del Paraguay
- **Lic. Manuel Evelio Samudio Cáceres**, Titular de la Universidad Nihon Gakko
- **Econ. Valeria Meza Cabañas**, Alterno de la Universidad Nihon Gakko
- **Lic. Isaac Habraan Mendoza Cardozo**, Titular de la Universidad Nacional de Caaguazú
- **Lic. Blanca Carolina Sanabria Rojas**, Alterno de la Universidad Nacional de Caaguazú

Coordinación General

- **Mg. Zulma Mariuci de Pineda**

Con apoyo del:

Fondo para la Excelencia de la Educación y la Investigación (FEEI)



Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (ANEAES)
Willian Richardson N° 546 entre Incas y Aztecas
Asunción, Paraguay
www.aneaes.gov.py
Edición y diagramación: **Adriana Pesoa Nardi**
Publicación © abril 2021

ÍNDICE

FICHA TÉCNICA.....	3
ÍNDICE.....	5
1. Antecedentes metodológicos	6
2. Definición del profesional de la carrera	7
3. Perfil de egreso.....	7
4. Estructura del plan de estudios	8
4.1. Conocimiento básico-científico.....	8
4.2. Conocimientos profesionales.....	9
4.2.1. Generales	9
4.2.2. Específicos	9
4.3. Conocimientos complementarios.....	10
4.4. Conocimientos Optativos.....	10
4.5. Extensión universitaria y Servicio de Responsabilidad Social.....	10
4.6. Pasantía	11
4.7. Investigación y Trabajo final de grado	11
5. Contenidos mínimos	12
6. Infraestructura para prácticas, equipamientos e insumos básicos	17





1. Antecedentes metodológicos

Los criterios de calidad para las carreras del área de Ciencias Comerciales, que comprende Marketing, Ingeniería Comercial, Comercio Internacional, Hotelería y Turismo y afines, se elaboraron conforme al Mecanismo de Evaluación y Acreditación para carreras de grado, de la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (ANEAES), con el fin de contar con un instrumento cuya aplicación dé fe pública de la calidad de la enseñanza y promueva la búsqueda continua de la mejora de la educación en el nivel de la educación superior.

Para llevar a cabo este propósito la ANEAES previó la contratación de un experto nacional en una consultoría individual que tuvo a su cargo la elaboración de una propuesta de criterios de calidad para las carreras del área de Ciencias Comerciales: Marketing, Ingeniería Comercial, Comercio Internacional, Hotelería y Turismo y afines. Este documento fue validado por una Comisión Consultiva conformada según Resolución N° 368/17 de la ANEAES y por miembros de la comunidad académica en la modalidad virtual, a fin de ampliar la cobertura de participación para la definición de los criterios de calidad para la evaluación y acreditación de la carrera desarrolladas en las Instituciones de Educación Superior (IES) en fiel cumplimiento al Programa de Evaluación de la Calidad de la Educación Superior del Paraguay.

El presente trabajo detalla los documentos analizados tanto nacionales como internacionales, entre los que cabe mencionar:

- Constitución Nacional de 1992.
- Ley General de Educación N° 1264/98.
- La Ley N° 2072/03, "De creación de la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (ANEAES)".
- Ley N° 4251/2010 "De Lenguas".
- Ley N° 5136 /2013 "De Educación Inclusiva".
- Ley N° 4995 /13 "De Educación Superior".
- La Guía de Autoevaluación del Modelo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior que define el Mecanismo de Evaluación y Acreditación de las Carreras de Grado. Resolución N° 213, 19 de julio del 2018.
- Resolución CONES N° 166/2015 "Que reglamenta la Ley n° 4599/2013 - De Educación Superior".
- Resolución ANEAES N° 213/2018 "Por la cual se aprueban los documentos actualizados del Modelo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior para carreras de grado y autoriza su publicación".
- Resolución CONES N° 515/2020 "Que aprueba la guía para los procesos de creación de IES (Instituciones de Educación Superior), y aprobación de carreras de pregrado, grado y programas de posgrado (Capacitación, Especialización, Maestría y Doctorado)".



2. Definición del profesional de la carrera

El profesional del área de Ciencias Comerciales, Marketing, Ingeniería Comercial, Comercio Internacional, Hotelería y Turismo y afines, como también otras carreras que en un futuro puedan integrarse al área, es un experto capaz de desempeñarse de forma eficaz y eficiente en la gestión de organizaciones públicas o privadas, liderando con visión emprendedora y ética en su área de competencia, aplicando las nuevas tecnologías de información y comunicación, con conocimiento del marco de gestión de negocios en el ámbito de la globalización y desarrollando las capacidades necesarias para enfrentar los desafíos que acompaña esta nueva era.

3. Perfil de egreso

El perfil de egreso es el conjunto de habilidades, capacidades y actitudes que debe tener un profesional egresado. Los componentes definidos en este perfil constituyen requisitos generales y mínimos que pueden ser complementados con otros que deriven del proyecto académico de cada institución.

El egresado de las carreras de Ciencias Comerciales, que incluye las carreras de Marketing, Ingeniería Comercial, Comercio Internacional, Hotelería y Turismo y afines, como también otras carreras que en un futuro puedan integrarse dentro al área, tiene capacidades generales para actuar y desenvolverse en el área de Ciencias Comerciales, mediante la aplicación técnica y práctica en el ámbito de gestión de negocios y las capacidades específicas acordes con el perfil que determine cada proyecto académico.

Como capacidades mínimas y generales se menciona que debe ser capaz de:

- Comunicarse correctamente a través de la expresión oral y escrita.
- Poseer habilidad de comunicación en un segundo idioma.
- Manejar las tecnologías de información y comunicación.
- Aprender y actualizarse permanentemente en el área profesional.
- Gestionar el conocimiento, con pensamiento crítico, lógico y reflexivo.
- Liderar y trabajar en equipo, motivar y conducir hacia metas comunes.
- Comprometerse con la preservación del medio ambiente, para la sostenibilidad con calidad y ética.
- Analizar, procesar y sintetizar información, como indicador de gestión para la toma de decisiones.
- Desempeñar actividades profesionales con responsabilidad y compromiso social.
- Aplicar estrategias de acuerdo a las necesidades de la organización o características del producto y/o servicio, de acuerdo con las teorías científicas del área de formación.
- Administrar y gestionar los recursos disponibles y/o asignados de forma eficiente y efectiva.





- Emplear herramientas de gestión para pronosticar, proyectar y analizar datos o información relativos al área de competencia.
- Aplicar las diferentes herramientas metodológicas en los proyectos de investigación, de acuerdo con cada área específica.
- Aplicar el marco normativo y legal para desenvolverse con ética profesional.
- Diseñar proyectos y estudios de mercado para el posicionamiento de productos y/o servicios a nivel nacional e internacional.
- Aplicar los conocimientos de su profesión, con creatividad y dinamismo para generar nuevos emprendimientos.

Las capacidades específicas para la licenciatura son:

- El perfil del licenciado en el área de Ciencias Comerciales se enfoca en los temas específicos del área, con énfasis en la gestión comercial, financiera, de recursos materiales o humanos.

Las capacidades específicas para la ingeniería son:

- El perfil del ingeniero en el área de Ciencias Comerciales se enfoca en el análisis de la información mediante la aplicación de cálculos matemáticos, estadísticos, modelos de proyecciones y progresiones para la solución de problemas sociales y organizacionales, con énfasis en la gestión estratégica.

4. Estructura del plan de estudios

El plan de estudios se organiza por áreas de conocimiento que integran diversos tipos de saberes necesarios para el ejercicio de la profesión.

El plan de estudio debe estructurarse de la siguiente manera:

4.1. Conocimiento básico-científico

El área de conocimiento básico está constituida de acuerdo al perfil de cada carrera y considerando el proyecto académico.

En el área de Ciencias Comerciales el conocimiento básico comprende el conjunto de teorías, principios, técnicas, normas y conceptos que debe conocer y comprender el profesional del área para el desempeño de su profesión.

Ellos contemplan, entre otros:

- Comunicación eficaz y eficiente, tanto oral como escrita, en los idiomas oficiales del país (español y guaraní).
- Manejo de otra lengua extranjera que permita el desenvolvimiento en el mundo global actual.



- Pensamiento lógico y resolutivo mediante la aplicación de la teoría, el principio y la técnica de la matemática y la estadística.
- Comprensión de los métodos y técnicas de investigación y/o aprendizaje, para su aplicación en el ámbito científico.
- Utilización de la tecnología de la información y la comunicación.

4.2. Conocimientos profesionales

El área de conocimientos profesionales comprende las disciplinas específicas y generales, relacionadas directamente con el ejercicio de la profesión y acorde con el perfil de egreso de cada carrera.

4.2.1. Generales

Los conocimientos profesionales generales para las carreras del área de Ciencias Comerciales comprenden, entre otros:

- Conocimiento y manejo de la técnica contable en general.
- Manejo de los fundamentos básicos de la administración.
- Principios éticos en el ejercicio de la profesión.
- Conocimiento de la teoría y conceptos económicos.
- Comprensión de las técnicas y métodos básicos de introducción en el ámbito de la comercialización y/o al marketing.
- Resolución de las operaciones financieras mediante la aplicación de la matemática financiera específicamente.

4.2.2. Específicos

Los conocimientos profesionales específicos para las carreras del área de Ciencias Comerciales, deben considerar los conocimientos técnicos particulares de acuerdo con el perfil definido de cada carrera.

En el área de Ciencias Comerciales, las sub-áreas específicas comprenden: el marketing, las finanzas, la investigación de mercados y la operación, manejo del capital humano y su desarrollo en la organización, dirección operativa y estratégica, preparación y evaluación de proyectos de inversión, el comercio nacional e internacional, administración específica y gestión de diferentes tipos de organizaciones, entre las que se consideran las organizaciones hoteleras y las dedicadas específicamente al sector turístico, entre otros.



4.3. Conocimientos complementarios

El área de conocimientos complementarios comprende el conjunto de las disciplinas de formación integral.

Estas capacidades y destrezas le permiten al egresado de Ciencias Comerciales desenvolverse en el contexto económico-social en el cual se encuentra ejerciendo su profesión.

4.4. Conocimientos Optativos

El área de conocimientos optativos o electivos, comprende las disciplinas que introducen las actualizaciones y tendencias de cada carrera.

Para las carreras de Ciencias Comerciales, es importante que la malla curricular sea flexible y dinámica, para introducir y direccionar la formación hacia la tendencia del contexto nacional e internacional y de acuerdo con cada proyecto académico, para el desempeño óptimo del profesional.

4.5. Extensión universitaria y Servicio de Responsabilidad Social

Las actividades de extensión universitaria y servicio de responsabilidad social, permiten la vinculación del estudiante con la sociedad, aplicando sus conocimientos y experiencia de forma práctica con los sectores directamente relacionados a su área disciplinar, las actividades de extensión y responsabilidad social deben ejecutarse de forma transversal y coherente con el plan de estudios.

La extensión universitaria apunta a la formación del estudiante, debiendo las actividades de extensión ser desarrolladas intra muro tales como, talleres, seminarios, charlas, salidas de campo, visita a organizaciones a nivel tanto nacional o internacional, que le permiten al estudiante vivenciar y ampliar su experiencia uniendo lo teórico con lo práctico, y por otro lado, ser desarrolladas extra muro, donde el estudiante aporta a la sociedad mediante la aplicación práctica de sus conocimientos, todas estas actividades son desarrolladas mediante la guía y acompañamiento de un docente tutor.

La responsabilidad social es un compromiso a nivel institucional, en donde la academia debe impactar de forma positiva tanto de manera interna o externa, por lo que los estudiantes del área de Ciencias Comerciales deben involucrarse de forma integral y responsable con áreas vulnerables o susceptibles, aportando con sus conocimientos y apoyo desde la mirada del área disciplinar.



4.6. Pasantía

La pasantía o práctica pre-profesional supervisada, está conformada por actividades realizadas por los estudiantes a organizaciones o entidades o talleres de simulación, específicamente en el área de cada carrera.

Esto le permite aplicar sus conocimientos y fortalecer el proceso de aprendizaje mediante la experiencia profesional, las pasantías son programadas de acuerdo con el avance del plan de estudio de cada carrera y requieren del seguimiento y acompañamiento de un docente tutor.

4.7. Investigación y Trabajo final de grado

Para las carreras del área de Ciencias Comerciales, las actividades de investigación se realizan a lo largo del plan de estudios y de forma transversal, en las asignaturas de las diferentes áreas, especialmente, de las profesionales y complementarias, en concordancia con las líneas de investigación definidas por cada carrera.

También el trabajo final de grado es un trabajo de investigación, este puede consistir en la elaboración de una tesina, un proyecto de creación de una nueva empresa u organización (Plan de negocios), un proyecto de desarrollo de una empresa u organización existente o una evaluación final integradora.

Los trabajos como tesina, proyecto de creación de una nueva empresa u organización (Plan de negocios) y proyecto de desarrollo de una empresa u organización, se realizan mediante el acompañamiento y seguimiento de un docente tutor con formación y experiencia en el área¹, con una instancia de evaluación al término, ante un tribunal designado para tal efecto.

En el caso de la evaluación final integradora, es una exigencia académica que puede cumplir el estudiante para optar a su título de grado, en donde las horas del trabajo final establecidas en el plan de estudios están conformadas por clases de aplicación práctica con estudio e investigación de casos multidisciplinarios, pudiendo incluir ejercicios de simulación empresarial u organizacional, de las áreas de conocimiento profesional, que dé cuenta del nivel alcanzado durante el cursado de la carrera, como parte de la construcción del conocimiento en un proceso continuo de carácter procesual, reflexivo y formativo. En esta instancia se evalúa la capacidad para la resolución de problemas mediante el análisis de situaciones específicas y la aplicación de los conocimientos técnicos particulares de cada carrera.

¹ Especialización en metodología de la investigación, formación en el área específica o disciplinar.
Experiencia acorde a la línea de investigación o proyecto de negocio.



5. Contenidos mínimos

Los contenidos mínimos no pretenden definir un perfil de egreso único para las carreras del área de Ciencias Comerciales, sino indicar los conocimientos requeridos para el desarrollo en el campo profesional, respetando el proyecto académico de cada institución. Los contenidos mínimos no necesariamente representan la denominación de materias o asignaturas, las mismas pueden estar contenidas dentro de unidades, capítulos, módulos y otros; del proyecto académico de cada carrera.

Contenidos mínimos (indicativo)	Carga horaria mínima (referencial)			
	Total	%	Total	%
Área de conocimiento básico	Licenciatura		Ingeniería	
Comunicación (lenguas oficiales) Manejo otro idioma extranjero Matemática, Estadística Lógica Metodología de la investigación/aprendizaje Tecnología de la información y comunicación	600	22%	800	24%
Área de conocimiento profesional				
General				
Contabilidad General Administración General Ética Teoría económica Introducción a la comercialización y/o al marketing Matemática Financiera				
Marketing				
Específico	1290	45%	1470	44%
Marketing operativo y estratégico Marketing institucional e identidad corporativa Marketing específico o internacional / Marketing digital Plan de marketing Diseño gráfico, color y composición Relaciones públicas Auditoría de Marketing Community manager				

Handwritten signature



Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior
REPUBLICA DEL PARAGUAY
ANEAES



Legislación comercial exterior				
Logística internacional				
Planificación estratégica y Negociaciones comerciales				
Operación de importación				
Práctica aduanera				
Promoción de exportaciones				
Seguros internacionales				
Hotelería y Turismo				
Específico				
Introducción al Turismo y/o la Hotelería				
Administración y gestión con énfasis en hotelería				
Agencia de viajes y operadores turísticos				
Alimentos y bebidas				
Contabilidad aplicada al turismo y la hotelería				
Geografía del Paraguay y universal				
Gobernanza y mantenimiento				
Legislación turística				
Diseño y Planificación hotelera y/o turística				
Planificación y organización de eventos				
Presupuesto/Costo aplicado al turismo y la hotelería				
Recepción y reservas				
Recursos turísticos / Recreación, Animación, Ecoturismo				
Circuitos nacionales e internacionales				
Protocolo y relaciones públicas				
Regencia y seguridad hotelera				
Sistemas de transporte				
Sistemas informáticos del turismo				
Sociología y Psicología organizacional				
Área de conocimiento complementario				
Marketing				
Comportamiento organizacional				
Administración y Gestión Financiera				
Gestión del Talento Humano/ Administración Recursos Humanos	280	10%	380	11%
Legislación civil, comercial y laboral				
Macroeconomía				

Handwritten signature





Microeconomía Planificación estratégica /Negociaciones				
<u>Ingeniería Comercial</u>				
Legislación civil, comercial y laboral				
Legislación tributaria				
Macroeconomía				
Microeconomía				
Negociaciones				
Economía Internacional				
<u>Comercio Internacional</u>				
Administración y Gestión Financiera				
Comportamiento organizacional				
Legislación comercial y laboral				
Legislación tributaria				
Microeconomía				
Macroeconomía				
Marketing operativo				
Finanzas operativas				
<u>Hotelería y Turismo</u>				
Comportamiento organizacional				
Finanza aplicada al turismo y la hotelería				
Historia y patrimonio universal y/o paraguayo				
Investigación de mercado				
Marketing turístico y hotelero				
Área de conocimiento optativo				
<u>Marketing</u>				
Sociología				
Campaña de comunicación				
Administración de Costos				
Desarrollo sustentable y globalización/ Innovación sustentable				
Desarrollo y Gestión de Pymes	280	10%	320	10%
Emprendedurismo				
Negociaciones internacionales				
Dirección estratégica /Política de precios o de empresas u org.				
Preparación y evaluación de proyectos				
Business Intelligence/ Big Data				

Handwritten signature





Ingeniería Comercial			
Mercado de Valores			
Ciencia de datos / Business Intelligence / Big Data			
Comercio exterior			
Desarrollo sustentable y globalización			
Desarrollo y Gestión de Pymes y/o Empresas Familiares			
Econometría / Estadística avanzada			
Comercio electrónico (e-commerce)			
Gestión de cadena de abastecimiento y logística			
Presupuesto			
Retail Marketing			
Comercio Internacional			
Finanzas operativas y estratégicas			
Administración de costos			
Desarrollo sustentable y globalización / Innovación sustentable			
Finanzas internacionales			
Preparación y evaluación de proyectos			
Emprendedurismo			
Business Intelligence / Big Data			
Hotelería y Turismo			
Turismo Cultural			
Dirección estratégica			
Legislación comercial y laboral			
Marketing estratégico			
Preparación y evaluación de proyectos			
Técnicas de guiado turístico			
Turismo naturaleza y desarrollo sustentable			
Emprendedurismo			
Business Intelligence / Big Data			
Extensión universitaria y Servicio de Responsabilidad Social			
Extensión y servicio responsabilidad social	-	-	-
Práctica profesional supervisada y trabajo final de grado			
Práctica profesional supervisada	200	7%	200 6%

Handwritten signature



Trabajo final de grado	150	5%	150	5%
Total	2800 (horas reloj)	100%	3350 (horas reloj)	100%

6. Infraestructura para prácticas, equipamientos e insumos básicos

Los requerimientos mínimos generales para las carreras del área de Ciencias Comerciales contemplan: espacios de aula adecuados, con iluminación y aireación correspondiente, mobiliario para las aulas, equipos de proyección y sonido. Así también, se debe considerar los espacios destinados a la administración de la carrera, para el área de gestión académica de las carreras, salas de profesores, sanitarios inclusivos y diferenciados, biblioteca con volúmenes físicos y digitales, espacio para recreación y esparcimiento, área de comedor o cantina con servicio de calidad y debidamente habilitado de acuerdo a las normativas que rigen para el sector, acceso general a internet, sistema de prevención contra incendio, salidas de emergencia debidamente señalizadas, equipamiento y atención adecuada para primeros auxilios o emergencias, área exclusiva para consultorios o asesorías en el área de extensión.

Es indispensable que la infraestructura, mobiliario y equipamiento sean de carácter inclusivo (rampas o ascensores, accesos, señaléticas, muebles, equipos, etc.), atendiendo las normativas vigentes para el ámbito educativo.

Los espacios exclusivos para fortalecer el proceso de aprendizaje que se desarrollan en las asignaturas prácticas y de forma transversal, vinculando la teoría con la práctica profesional, deben contar con talleres y laboratorios permanentes, seguros e inclusivos, debidamente equipados, para lo cual las carreras mínimamente deberán contar con:

- Presupuesto anual para adquisición, renovación, adecuación y mantenimiento de equipamientos técnicos e informáticos, estructura física, acordes al perfil de cada carrera.
- Espacios físicos acorde a la cantidad de estudiantes y preferentemente exclusivo para la carrera, para el desarrollo de las asignaturas teóricas y prácticas que establece el proyecto académico.

Entre los espacios y equipos requeridos conforme a los objetivos específicos propuestos en el proyecto académico de cada carrera, se pueden citar:

- Espacios edilicios, seguros e inclusivos, debidamente habilitados por el organismo de control de acuerdo a las normativas y disposiciones legales.
- Laboratorios de práctica de informática u otros, con equipos, sistemas adecuados y actualizados para cada carrera, simuladores de negocios.
- Laboratorios para hotelería y/o turismo: recepción y reservas, gobernancia y mantenimiento, alimentos y bebidas, eventos, agencia de viajes, con sistemas específicos para el área.

