

UCA, formando a los mejores para el mundo

Para diferenciarse
diseña programas de
calidad, que potencian
las capacidades,
actitudes y valores de la
gente

Alejada de los estereotipos que usan algunos centros de formación superior para atraer estudiantes y posicionarse en el mercado, la Universidad Centroamericana (UCA Nicaragua) ha apostado por centrarse en lo realmente importante: las personas, quienes son su razón de ser.

De esta forma, ha enfocado la estrategia de comunicación en demostrar su esencia y hacer público su compromiso con la sociedad nicaragüense de formar a los mejores para el mundo. Para lograrlo, se han apoyado en un modelo curricular único en Nicaragua que incluye el servicio social, prácticas profesionales y pasantías para todas las carreras de pregrado; así como en una oferta de posgrado y formación continua con estándares internacionales. También, en la creación de un ecosistema de innovación y en la construcción de un entorno atractivo y saludable para estudiantes, docentes, personal administrativo, investigadores nacionales e internacionales, instituciones públicas, empresa privada y organizaciones de distinta naturaleza.

“Esto nos ha permitido crecer desde la diferenciación, posicionándonos entre los estudiantes potenciales y colaboradores externos con el diseño de iniciativas y programas de calidad que garantizan la formación integral, priorizando el fortalecimiento de capacidades, actitudes y valores humanos para enfrentar las transformaciones que Nicaragua y la región requieren”, detalla Leslie Ruiz Baldelomar, directora de Comunicación Institucional y Mercadeo. Apelan a los valores compartidos y a la capacidad de innovar y transformar que cada persona tiene y que



UCA
UNIVERSIDAD
CENTROAMERICANA

INNOVAR

Clave del liderazgo

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA

(UCA NICARAGUA) es la marca número 2 en el Top of Mind de la categoría Universidades en Nicaragua, y líder entre las universidades privadas.

Para mantenerse en el TOM, cuentan con diversas estrategias, como: trabajar con el modelo de Comunicación Integrada de Marketing (comunicación, mercadeo y ventas); innovar y renovarse a la luz de los nuevos tiempos (renovaron identidad visual); y ser multicanal, no 'todocanal' (selección de medios y formatos, para transmitir lo que desean).

puede potenciar con el apoyo de la UCA.

Para la UCA, la internacionalización trasciende el tema de la movilidad estudiantil. Representa más bien una estrategia sólida y eficaz para contribuir a la educación superior de calidad, a través de la investigación conjunta con universidades de prestigio como Seattle University y Fairfield University; la transferencia de programas como la Maestría en Diseño Estratégico e Innovación y la Especialización en Obesidad y Comorbilidades con la Universidad Iberoamericana (IBERO, sede Ciudad de México) y el emprendimiento de proyectos, siendo el más reciente el Centro de Innovación Abierta, creado con la asesoría de ITESO (México).

Su liderazgo como una *Top of Mind* ha sido posible porque ha alineado la esencia de su marca con la oferta real. En sus campañas cuida el enfoque de género, la protección de la niñez y adolescencia. Realiza eventos de *networking*, reflexión e intercambio con enfoques innovadores.