

PLAN ESTRATEGICO 2019-2025

Los objetivos, estrategias y planes de acción presentadas en el Plan Estratégico de la UCAL se basan en la siguiente visión, misión y valores institucionales:



10

El modelo de negocio de UCAL está basado en la **diferenciación**; dirigiéndonos como principal segmento al **NSE A, B1, B2, C**; segmento en el que UCAL se está comenzando a consolidar. Como referencia, hace 2 años la población de UCAL de este segmento era de **11%**. **Hoy es del 31%**, demostrando una tendencia creciente que seguirá incrementando ya que la principal competencia ha optado por un modelo masivo, estandarizado y de penetración por precio.

El plan se centra en **2 principales estrategias**:

1. **Consolidar participación de mercado** en las carreras actuales
2. **Diversificar portafolio** para incursionar en **carreras mainstream** de negocios

1. CONSOLIDAR PARTICIPACIÓN DE MERCADO:

la propuesta de la UCAL se centra en 4 pilares estratégicos que aportarán a reforzar el prestigio deseado por los postulantes; y un gran servicio para así alcanzar los resultados deseados:



Los años 2019 y 2020 son años clave para consolidar los atributos del plan y hacerlos visibles al mercado, para asegurar el crecimiento de la UCAL; especialmente en las carreras de negocio, estimado a través de dos estudios de mercado.

a) IMPACTO ACADÉMICO:

Ya que la mayoría de universidades con las que UCAL compite han optado por un modelo más masivo, UCAL seguirá buscando la diferenciación. En lo referente al Impacto Académico, nos enfocaremos en la calidad de nuestros docentes, quienes no solamente deberán cumplir con los requisitos legales según la NLU y contar con las credenciales académicas apropiadas, sino que deben destacar en su campo profesional como referentes y líderes de opinión. Por otro lado, al ser una universidad “no masiva” la metodología de enseñanza cobra un lugar especial en la calidad de la enseñanza buscando que el docente diseñe sus clases con las metodologías propuestas por UCAL que son impartidas a los docentes por Calidad Académica buscando maximizar el aprendizaje y el gusto por aprender. A continuación, se detallan las principales acciones para generar el impacto académico deseado:

ENFOCÁNDONOS EN NUESTROS DOCENTES, METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA, “ESTATURA” E INFRAESTRUCTURA LOGRAREMOS EL IMPACTO ACADÉMICO QUE NECESITAMOS



	Meta
1 Contamos con profesores líderes en su campo profesional.	Docentes top 50% al 2025
2 Fortalecemos nuestro método de enseñanza disruptivo	Cátedra UCAL: Docentes emblemáticos 8 al 2025
3 Generamos confianza porque estamos acreditados y respaldados por personalidades e instituciones de prestigio	Proceso Creativo versión 3.0 Introducción 2018
4 Contamos con autoridades académicas líderes de opinión	Método U.C.A.L. Introducción 2019
5 Somos líderes de opinión en Innovación	Startup Thinking Introducción 2020
6 Formamos agentes responsables de cambio	Consejo de Expertos UCAL lanzamiento 2019
7 Tenemos un campus e infraestructura de vanguardia que potencia el aprendizaje	Acreditación internacional (AACSB, WASC, Cindra u otra) Acreditada al 2022
	Ranking América Economía / Times of Higher Ed. u otro 2021
	Fondo Editorial + Journal propio Fondo: 4 libros al año Journal: 2020
	Publicaciones académicas en journals 2019 - 3 / 2020 - 6 / 2021 - 10 / 2022 - 15
	Participación en congresos 3 min. Por autoridad
	Presencia fija en medios 4
	UCAL-TALKS Lanzamiento 2019
	Hub de Innovación Lanzamiento 2019
	Evento emblemático Lanzamiento 2019
	Proyectos de innovación social Mín. 2 al año
	Campus innovador y tecnología de vanguardia "-----"

b) EMPLEABILIDAD

La mayoría de universidades ofrecen servicios de empleabilidad. Sin embargo, su función se centra principalmente en administrar una bolsa de trabajo de las solicitudes que reciben. UCAL ha decidido tener una gestión proactiva de la empleabilidad buscando generar oportunidades para nuestros alumnos y egresados. En las acciones, no solo participan los ejecutivos del área de empleabilidad, quienes se centran a generar oferta con los gerentes de recursos humanos de las empresas, sino que los directores de carrera también participan activamente en reuniones especializadas en sus campos para dar a conocer el modelo educativo de UCAL y el perfil de los egresados. Por otro lado, esta cercanía con el entorno laboral permite obtener retroalimentación permanente del desempeño de nuestros estudiantes y egresados, así como la identificación de tendencias en el campo profesional. A continuación, las principales estrategias:

ACERCÁNDONOS AL MERCADO LABORAL ASEGURAREMOS LA **EMPLEABILIDAD** DE TODOS NUESTROS EGRESADOS



	Meta
1 Tenemos cercanía con los empleadores	Reuniones de feedback con empresas Min. 8 reuniones por carrera + Min. 20 VRSU
2 Colocamos nuestros practicantes y egresados en empresas TOP	Charlas UCAL para colaboradores de empresas clave (Creatividad, Felicidad, SERVE, etc.) 2019 - 4 charlas 2020 - 12 charlas 2021 - 15 charlas
3 Queremos que el 10% de nuestros egresados estén entre los mejores pagados	Alumnos trabajando en empresas Top 100 75%
4 Potenciamos atributos profesionales	Eventos con gerentes de RRHH Min. 2
5 Acompañamos a nuestros alumnos durante su vida profesional	Programa High Potentials / Plan Potrillos Lanzamiento 2019
	On the job followup & training Lanzamiento 2020
	Certificaciones de competencias: SERVE Leadership Model / Pro.Seso Creativo / Start-up Thinking, etc. 4
	Red de alumni / Actividades de networking Min. 4
	Programa de beneficios 1
	Seguimiento permanente a su desempeño 80% de egresados
	Visibilizar portafolios en la web 2019

13

c) INTERNACIONALIZACIÓN

UCAL ha tomado la decisión de no llenarse de convenios internacionales ya que resultan difícil de administrar tanto para el alumno como para el estudiante. Lo que buscamos es contar con convenios top en cada rama de nuestras carreras y generar experiencias internacionales como intercambios, misiones académicas, pero también trayendo la experiencia internacional al campus con profesores visitantes, conferencistas, etc.

TRABAJANDO EN ALIANZAS Y UNA MIRADA ENFOCADA EN EL EXTERIOR LOGRAREMOS LA **INTERNACIONALIZACIÓN** QUE SE REQUIERE



	Meta al 2025
1 Contamos con docentes internacionales reconocidos mundialmente	Docentes internacionales 20%
2 Tenemos la mejor red de alianzas internacionales	Alianzas y membresías top 20 25
	Alianza con Top 10 en Negocios 1
	Menciones internacionales 27
	Programa de doble grado 1
3 Organizamos eventos internacionales de primera calidad	Evento emblemático Lanzamiento 2019
	Al menos 1 evento internacional por facultad Lanzamiento 2019
4 Realizamos misiones académicas para enriquecer la formación	Misiones académicas Min. 3

14

d) ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN

Conocer las necesidades de los colegios nos permitirá satisfacer mejor sus necesidades y garantizar mejor presencia de UCAL en los mismos.

CONOCIENDO MEJOR LAS NECESIDADES DE LOS COLEGIOS TOP MEJORAREMOS NUESTRA ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN EN COLEGIOS PREMIUM, ALTA, MEDIA (PAM)



	Meta al 2025
1 Proponemos programas a la medida de los colegios PAM	Desayunos de relacionamiento y levantamiento de info. Min. 2 al año (PAM) Min. 2 al año (IB/ADECOPA)
	Diplomado sobre metodologías de aprendizaje disruptivo y liderazgo Lanzamiento 2019
	Charlas adhoc al currículo nacional Min. 2 charlas preparadas para dictarse en min. 10 colegios
	Charlas para padres e hijos Min. 4
2 Asesoramos a los colegios PAM	Articulación con programa IB Inicio 2019
	Asesoramiento en D&T / FabLab y Otros Min. 2 consultorías
	Conferencia internacional Compartir best practices 1 Inicio 2020
3 Organizamos eventos valorados por los psicopedagogos	
4 Retroalimentamos sobre el desempeño de sus estudiantes	Herramienta de retroalimentación en competencias 2020
	Sesiones de retroalimentación por colegios 2020 - Premium 2021 - Alta

15

2. DIVERSIFICAR PORTAFOLIO PARA INCURSIONAR EN CARRERAS MAINSTREAM DE NEGOCIOS

A la fecha, UCAL cuenta con 10 carreras implementadas del mundo de la creatividad e innovación; campos en el que UCAL ha logrado ser un referente en el mercado local. Asimismo, el territorio de la creatividad y la innovación están cobrando cada vez mayor relevancia en el mundo empresarial y personal ya que han sido declaradas como competencias clave para el futuro.

Por otro lado, para asegurar un crecimiento importante de la UCAL al 2025, se ha visto necesario aprovechar el know-how y el posicionamiento obtenido en el ámbito de la creatividad e innovación – para ingresar a carreras *mainstream*, de mayor demanda y mercado como lo son las de negocios.

Las empresas, cada vez más necesitan administradores y gestores de negocios locales e internacionales, que no solo dominen el ámbito racional, numérico de dichas áreas, sino también el aspecto creativo y las metodologías ágiles para innovar.

En ese sentido, es una decisión estratégica acelerar la incursión a las carreras de negocios para aprovechar nuestras ventajas competitivas, y; concentrar los esfuerzos para robustecerlas y asegurar demanda.

El plan incluye entonces el lanzamiento de 3 carreras nuevas de negocios que ayudarán también a reforzar el posicionamiento y los resultados de la carrera de Marketing e Innovación que fue lanzada el año 2018.

Para asegurar el éxito de las carreras de negocios, las diferentes áreas académicas, de marketing, de investigación etc. destinarán recursos para asegurar conseguir el impacto académico necesario – tal como se ha descrito en el punto 1.

En ese efecto, se decide posponer hasta nuevo aviso el lanzamiento de los siguientes programas aprobados en el momento del licenciamiento y – para el caso de los programas del pregrado – mantenerlos únicamente como menciones:

DISEÑO INDUSTRIAL Y ACCESORIOS	BACHILLER	BACHILLER EN DISEÑO INDUSTRIAL Y ACCESORIOS
ADMINISTRACIÓN Y DISEÑO DE SERVICIOS	BACHILLER	BACHILLER EN GESTIÓN Y DISEÑO DE SERVICIOS
MAESTRÍA EN DISEÑO	MAESTRO	MAGÍSTER EN DISEÑO
MAESTRÍA EN ARQUITECTURA, CIUDAD Y PAISAJE	MAESTRO	MAGÍSTER EN ARQUITECTURA, CIUDAD Y PAISAJE
MAESTRÍAS EN ESTRATEGIAS DE INTERIORISMO COMERCIAL Y SOLUCIONES INTERDISCIPLINARIAS	MAESTRO	MAGÍSTER EN ESTRATEGIAS DE INTERIORISMO COMERCIAL Y SOLUCIONES INTERDISCIPLINARIAS

En el caso específico de las maestrías, éstas también estarán en situación de *stand by* hasta desarrollar el plan estratégico y el plan de implementación de una Escuela de Postgrado con una estructura humana y financiera *ad hoc* para atender bien los requerimientos académicos, comerciales y de servicios para que la Escuela de Postgrado refuerce a su vez, el posicionamiento y los resultados del pregrado.

Adicionalmente, UCAL revisará la oferta de cursos de educación continua que hoy es bastante extensa e incluye temas muy técnicos que no añaden a la construcción de estatura universitaria que requiere la marca; para enfocarse en aquellos relacionados con las carreras del pregrado existentes y también con las nuevas de negocios que estaremos lanzando en el 2019 para ir generando asociación de la marca en el sector empresarial.

Las autoridades académicas deberán tener una presencia permanente en medios así como en congresos y seminarios en temas relacionados a sus carreras y a las de negocios para contribuir con el posicionamiento de UCAL en temas especializados así como en temas de innovación y negocios y en el qué hacer de la educación.