Garantizar la participación de los estudiantes en el futuro:

Reach by Anthology

Elegir el CRM adecuado para la educación superior.

Anthology presenta
Una guía para compradores de CRM

Contenido

¿Por qué el CRM es fundamental para el futuro de su institución?.....3

¿Qué hace que la educación superior sea única?.....5

Tendencias emergentes que se deben tener en cuenta a la hora de elegir un CRM.....10

Discover Anthology Reach: Facilite el ciclo de vida completo de los estudiantes con un CRM impulsado por la IA**.....16**

¿Por qué el CRM es fundamental para el futuro de su institución?

La educación superior está atravesando un período de grandes cambios. La demografía y los estilos de vida de los estudiantes están cambiando, las inscripciones están disminuyendo en muchos mercados y la economía sigue siendo impredecible. Mientras tanto, los presupuestos y recursos que las instituciones tienen disponibles para abordar estos desafíos también están en constante cambio. Al mirar hacia el futuro, algo está claro: el ritmo del cambio es imparable. Las instituciones necesitan invertir hoy para prepararse para los cambios que se avecinan o corren el riesgo de quedarse atrás.

En Anthology, creemos que una solución de gestión de relaciones con los estudiantes (CRM) adaptada a sus necesidades es una inversión importante para los líderes que buscan preparar su institución para el futuro. A medida que la experiencia de aprendizaje se digitaliza cada vez más, también lo harán las relaciones entre los estudiantes y su institución, y solo un CRM de alta calidad puede garantizar una relación productiva que sea beneficiosa para todas las partes. La popularidad de los cursos en línea e híbridos seguirá aumentando, ya que los estudiantes tratan de compaginar sus estudios con actividades y otros compromisos. Sin embargo, si no se gestionan adecuadamente, se corre el riesgo de que la participación en los cursos se vea afectada y de que no sepan a quién acudir cuando surjan dificultades. En este panorama cambiante, es esencial ofrecer a los estudiantes un servicio de soporte digitalizado que abarque todo el ciclo de vida.

Más allá de los beneficios para los alumnos, un CRM de nivel empresarial también proporciona eficiencia a las instituciones. Este software puede ayudar a consolidar los planes de comunicación, simplificar los procesos internos, aumentar la colaboración entre departamentos y proporcionar una visión completa de los datos para informar la estrategia. Con los cambios demográficos de los estudiantes, todas estas funcionalidades son fundamentales para captar clientes potenciales y proteger los ingresos institucionales. La incorporación de tecnologías con IA ya aporta una mayor eficiencia en estas áreas y tiene un gran potencial para ampliar su impacto en los próximos años.

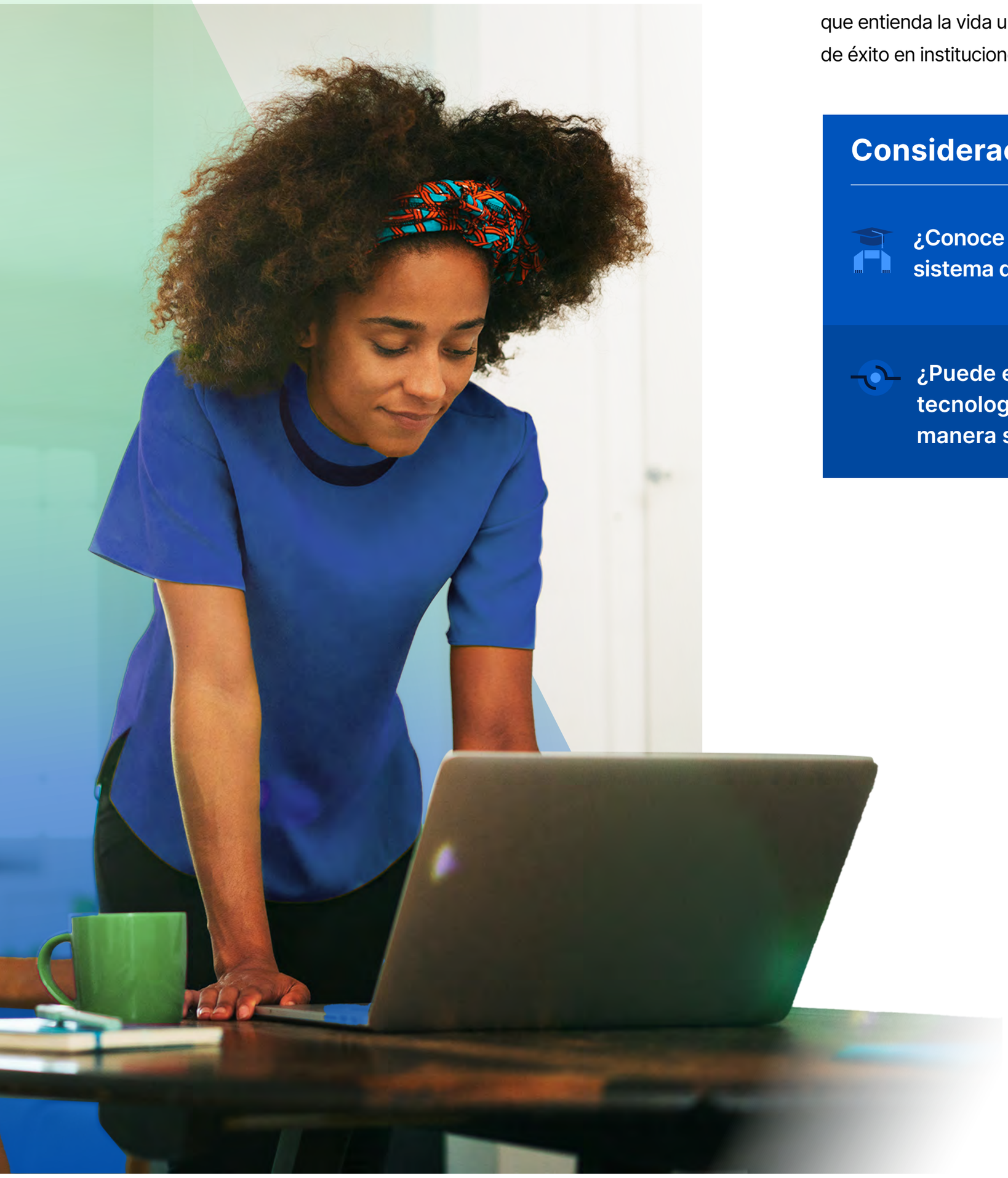
Por último, en la educación superior sigue existiendo una diferencia entre las tecnologías de aprendizaje y las administrativas. En Anthology, creemos que es el momento de eliminar esta brecha. Toda la tecnología en su campus es, en última instancia, tecnología de aprendizaje, y las instituciones deben intentar desarrollar una infraestructura tecnológica optimizada que trabaje con un objetivo único: mejorar los resultados de los estudiantes. El CRM es decisivo para este objetivo y permite un intercambio de información eficaz entre las aulas y las funciones administrativas que puede respaldar un enfoque genuinamente centrado en el estudiante.

En esta guía resumida, se describen los temas, las tendencias y las funciones que debe tener en cuenta actualmente en su CRM para prosperar en el futuro. Comenzaremos analizando en qué se diferencia la educación superior de otros sectores, y por qué es necesario un CRM diseñado específicamente para su uso en este ámbito. A continuación, profundizaremos en las tendencias emergentes que repercutirán en el sector en los próximos años. Recibirá información y consejos valiosos que le ayudarán a evaluar el mercado de CRM y a encontrar el software adecuado para su institución.

¿Qué hace que la educación superior sea única?

1

La educación no es producto de consumo



Los estudiantes obtienen muchos más beneficios de su paso por la institución que el título y el certificado que consiguen al finalizar sus estudios.

Además de lo que se aprende en el aula, una universidad promueve el desarrollo personal, la expansión de las redes de contactos, las actividades extracurriculares y mucho más, que se combinan para que la educación superior sea una etapa de la vida del estudiante y no simplemente un producto que adquiere.

Debería pensar en el CRM desde este punto de vista. No se trata de una simple herramienta para que los estudiantes se matriculen, sino más bien de un repositorio de sus experiencias e interacciones que debería ofrecer información sobre la mejor manera de contribuir a su éxito. Conviene trabajar con un socio que entienda la vida universitaria y tenga un historial comprobado de éxito en instituciones como la suya.

Consideraciones de la RFP

- ¿Conoce realmente el proveedor el sistema de educación superior?
- ¿Puede el CRM integrarse con la tecnología de aprendizaje de una manera significativa?

2

Un estudiante es mucho más que un cliente

Además de lo expuesto, en los últimos años muchos han abogado para que la educación superior conceptualice a un estudiante como un cliente.

Se trata de un enfoque importante, ya que anima a las instituciones a adoptar las mejores prácticas de servicio al cliente digitalizado de otros sectores, pero también deja de lado una gran cantidad de cosas.

La elección de una institución de educación superior no se reduce únicamente a una decisión de compra, sino que es una inversión del estudiante para su propio futuro y un compromiso de varios años de la institución para respaldar sus progresos. Debe dar prioridad a los proveedores de CRM que puedan ayudarlo a comprender realmente a sus estudiantes y mantener su compromiso a lo largo del proceso de aprendizaje para demostrar el valor de su inversión.

Consideraciones de la RFP

- ¿El CRM es compatible con todo el ciclo de vida del alumno?
- ¿Dispone de funciones adaptadas a los comportamientos de los estudiantes en momentos decisivos de su proceso de formación?

3

Falta de recursos y presupuesto

Muchas instituciones sufrieron recortes significativos de recursos durante la pandemia de COVID-19, que aún no han sido reemplazados.

Aunque la educación superior no es en absoluto el único sector que ha atravesado dificultades en los últimos años, parece que tiene más problemas que otros para contratar y mantener a los mejores talentos. En un **estudio realizado en 2022 por The Chronicle of Higher Education y Huron**, se reveló que el 84 % de los directivos de instituciones consideran que la contratación de personal ha sido más difícil en el último año, por lo que el número de puestos vacantes es cada vez mayor.

Esto se traduce en un aumento del trabajo y el estrés de los empleados, así como en dificultades para sustituir a los expertos cuando los buenos profesionales deciden marcharse. Su CRM debe ayudar a aliviar, no exacerbar, estos problemas. Busque soluciones que sean fáciles de adoptar para las diversas partes interesadas y evalúe el capital humano necesario para respaldar el software antes de elegir su socio preferido. Con resepecto a esto, los datos son fundamentales: una solución eficaz no solo debe recopilar datos, sino también presentarlos a los usuarios en un formato que sea fácil de procesar.

Consideraciones de la RFP

- **¿Requiere el CRM un equipo numeroso para su implementación y soporte?**
- **¿Es complejo y con requisitos de capacitación continua?**
- **¿Requiere mucha personalización y conocimientos técnicos? En caso afirmativo, ¿su equipo los tiene?**
- **¿Está disponible en español en su versión nativa?**

4

Las instituciones son multifacéticas

Otra característica que define a las instituciones de educación superior es que suelen tener un gran número de departamentos.

Si se enfrenta a una situación en la que diferentes partes de su institución persiguen sus propias necesidades tecnológicas y ahora necesita consolidarlas, tenga la seguridad de que no es el único.

Esto influye en la búsqueda de un nuevo CRM. Deberá comprender los requisitos de sus respectivos departamentos para encontrar una solución para cada uno y, como se mencionó en el punto anterior, querrá priorizar soluciones que puedan ser fácilmente escalables y adoptadas por usuarios de diferentes partes de la institución.

Una consideración importante que hay que tener en cuenta son los diversos requisitos normativos que debe cumplir el sector de la educación superior. Como parte del proceso de determinación del alcance, querrá conocerlos para cada departamento, de modo que pueda evaluar al proveedor adecuado para proporcionar un sistema centralizado y eficaz para la institución.

Consideraciones de la RFP

- ¿Actualmente está equilibrando múltiples CRM?
- ¿Qué departamentos desea alinear con un CRM centralizado?
- ¿Tiene a todas las partes interesadas adecuadas involucradas en el proceso de revisión?
- ¿Existen requisitos reglamentarios que deban tenerse en cuenta?

Tendencias emergentes a tener en cuenta a la hora de elegir un CRM

Simplificación y optimización del ecosistema tecnológico en las instituciones

Hasta la fecha, gran parte de la transformación digital en el campus ha implicado encontrar software para reemplazar los procesos que anteriormente eran manuales. Como consecuencia, muchas instituciones tienen actualmente un conjunto de plataformas que no pueden gestionar y una conectividad deficiente entre ellas. Además, el funcionamiento y la asignación de recursos a tantos sistemas diferentes resulta muy costoso.

"Seguimos pensando en cómo simplificar los sistemas y procesos", explicó Sarah Visser, vicepresidenta ejecutiva de estrategia y experiencia estudiantil de la Universidad Calvin, según se cita en **EDUCAUSE**. "Entonces, en lugar de tener 128 aplicaciones diferentes, estamos tratando de avanzar hacia un enfoque empresarial de todo el sistema".

El CRM puede desempeñar un papel clave para ayudar a las instituciones a simplificar su tecnología. En primer lugar, muchas instituciones utilizan actualmente varios CRM para diferentes tareas, por ejemplo, tienen un sistema para la admisión y otro para la retención de estudiantes a lo largo de su carrera. Un verdadero CRM de nivel empresarial debe poder satisfacer todas las necesidades de sus diferentes departamentos y partes interesadas.

En segundo lugar, el CRM debe integrarse a la perfección con otro software clave y, por lo tanto, contribuir a su estrategia tecnológica de simplificación más amplia. Las instituciones deben priorizar la facilidad con la que cada opción de CRM conecta la infraestructura tecnológica actual como parte del proceso de revisión.

- **#2: Administrative Simplification** es el n.º 2 en el **Top 10 de EDUCAUSE 2025**.
- **USD $120.000:** Se ha demostrado que Microsoft Dynamics 365 genera ahorros de hasta USD $120.000 anuales al retirar sistemas heredados.[1]

Consideraciones de la RFP

¿El CRM se integra con otras tecnologías importantes del campus?

¿Está respaldado por un proveedor de tecnología establecido con el que los usuarios están muy familiarizados?

Sabía que...

Anthology® Reach es un CRM personalizado para la educación superior basado en Microsoft Dynamics 365. Esto facilita su integración con una infraestructura tecnológica más amplia y la familiaridad con los usuarios para promover una rápida adopción.

[1] **Forrester.** *The Total Economic Impact™ of Microsoft Dynamics 365 Customer Insights*. A pedido de Microsoft. Página 6.

Los datos abren oportunidades para mejorar los resultados de los estudiantes

Como extensión de la tendencia anterior, una infraestructura tecnológica optimizada tiene el potencial de fusionar los datos. Las instituciones deben buscar alternativas de CRM que puedan eliminar los silos de datos en el campus, obtener datos de diversas fuentes y hacerlos accesibles para el personal cuando sea necesario.

Para ello, es crucial la integración entre los datos de aprendizaje y el soporte a los estudiantes. A través de una profunda integración con el sistema de gestión del aprendizaje (LMS), el CRM puede proporcionar a los asesores una visión detallada del progreso de los estudiantes, lo que les permite intervenir cuando corresponda. Por el contrario, la información sobre la participación de un CRM también puede ser útil para los profesionales de la enseñanza y el aprendizaje.

Sin embargo, hay muchos otros aspectos de un estudiante además de su rendimiento académico, y su CRM debería aprovechar también otras fuentes de datos. La integración con su sistema de información estudiantil (SIS), por ejemplo, puede proporcionar información valiosa sobre las cuentas y el estado de la ayuda financiera de un estudiante, mientras que también puede tratar de registrar la participación con las actividades extracurriculares para crear un perfil integral de cada estudiante.

- **N.º 1: The Data Empowered Institution** ocupa el **n.º 1 en el Top 10 de EDUCAUSE de 2025.**
- El **80 %** de las instituciones de educación superior cree que los datos integrados son esenciales, pero solo el 20 % lo ha logrado.[2]

Consideraciones de la RFP

¿Puede el CRM integrarse con diversas fuentes de datos?

¿Los usuarios pueden acceder con facilidad a la información para mejorar el soporte a los estudiantes?

¿Es posible una integración exhaustiva con su LMS?

Sabía que...

Anthology Reach se conecta a la perfección con el LMS de Anthology® Blackboard y ofrece información académica detallada para impulsar las comunicaciones de los asesores con los estudiantes.

[2] **Tyton Partners.** 2023 *Time for Class: Bridging Student and Faculty Perspectives on Digital Learning*

Diversificación demográfica de los estudiantes

En los últimos años, se han producido cambios fundamentales en el perfil del estudiantado. Aunque se preste mucha atención a la disminución del número total de estudiantes, también se observan cambios en los grupos demográficos que se inscriben en centros de educación superior, y sigue habiendo una necesidad vital de que el acceso a ellos sea equitativo.

En América Latina, persisten grandes brechas en el acceso a la educación superior. Según datos de la **UNESCO, UNICEF y la CEPAL**, los hombres siguen estando por detrás de las mujeres a la hora de cursar estudios universitarios, con una tasa actual de 128 mujeres inscritas por cada 100 hombres. La diferencia es aún más marcada entre las clases socioeconómicas, ya que menos del 25 % de todos los ciudadanos del quintil de ingresos más bajos de la región se inscriben en cursos de educación superior, mientras que también hay una discrepancia significativa entre los alumnos de las zonas metropolitanas y los de las rurales. En los próximos años, el éxito del sector dependerá de que las instituciones encuentren la manera de captar estudiantes de grupos demográficos desatendidos.

Para ello es necesario tener en cuenta una serie de consideraciones fundamentales para un CRM. Necesitará un sistema que pueda aplicar fácilmente estrategias de comunicación únicas a diferentes cohortes. Además, deberá apoyar rutas de aprendizaje variadas para garantizar la retención, no solo tener una estrategia para reclutar nuevos estudiantes.

- Aumento de más del **37 %** de la tasa de inscripción femenina en la enseñanza en LAC desde 2000, frente a solo un 26 % para los hombres.[3]
- **Menos del 25 %** de los estudiantes del quintil de ingresos más bajo se inscriben actualmente en la universidad.

Consideraciones de la RFP

¿Puede el CRM soportar rutas y estrategias de comunicación complejas sin ser demasiado complejo para el personal?

¿Amplía datos y análisis sólidos para la participación de diferentes grupos demográficos, lo que permite identificar brechas en el servicio y el soporte?

¿El CRM está diseñado para ofrecer soporte a los estudiantes a lo largo de todo el ciclo de vida?

Sabía que...

Anthology Reach aprovecha el "Journey Builder" de Microsoft Copilot para ofrecer un alcance multicanal impulsado por la IA, optimizado para las preferencias de comunicación de cada estudiante.

[3] **UNESCO, UNICEF y CEPAL:** *Education in Latin America and the Caribbean at a crossroads.*

La IA como potenciadora, no sustituta, del talento humano

Gran parte de la conversación actual en torno a la IA en la educación se relaciona con la eficiencia. Las tecnologías de IA ya han demostrado un gran potencial para acelerar las tareas administrativas en diferentes partes de la institución, y esto se expandirá a otras áreas en los próximos años. Es comprensible que esto haya suscitado en algunos sectores el temor a que la IA sustituya al personal de los campus.

En Anthology, no lo vemos de esta manera. De hecho, todo lo contrario: vemos la IA como una gran oportunidad para mejorar el trabajo de su equipo. En el caso de su CRM, puede ayudar a automatizar tareas que llevan mucho tiempo en el proceso de creación de comunicaciones con los estudiantes, lo que permite a su personal disponer de más tiempo para analizar datos y elaborar la estrategia más eficaz para la institución.

También existen importantes consideraciones éticas para las instituciones a medida que se expande el uso de la IA en la educación superior. Esto cobra mayor importancia en la gestión de su CRM, un sistema que almacena una gran cantidad de datos y que influye directamente en el proceso de aprendizaje de los estudiantes. Debe buscar proveedores que no solo tengan un plan para incluir la IA en sus tecnologías, sino también una visión clara de lo que significa su uso responsable en este sector.

- El **65 %** del personal de la administración de la educación superior se siente entusiasmado con el uso de la IA en las **admisiones y contrataciones.** También hay una opinión optimista sobre los **servicios de soporte a los estudiantes** y los **datos, informes y análisis.**[4]

Consideraciones de la RFP

¿El proveedor incorpora tecnología impulsada por IA en su solución y en su hoja de ruta para el futuro?

¿Tienen un historial comprobado de implementación de IA en sus soluciones?

¿Han abordado las consideraciones éticas de la IA? ¿Qué salvaguardas existen para su institución?

Sabía que...

- **Como parte de nuestra asociación integral con Microsoft, Anthology Reach incorpora Copilot sin costo adicional para ahorrar tiempo en tareas administrativas. De este modo, su equipo puede invertir su tiempo y energía en ayudar a los estudiantes a alcanzar el éxito.**
- **El Enfoque de Uso Responsable de la IA de Anthology, en consonancia con el compromiso de Microsoft con la IA responsable, detalla nuestra posición con respecto a la inteligencia artificial y ya ha sido fuente de inspiración de varias innovaciones líderes en el mercado, como el Asistente de Diseño con IA de Blackboard LMS, que, según el 96 % de los profesores, les ahorra tiempo en la creación de cursos y evaluaciones.**

[4] **Anthology.** *AI Usage in Higher Education Administration: Where Do We Need It?*

El crecimiento de la cultura del aprendizaje permanente: una tendencia en estudiantes e instituciones

En los últimos años, cada vez más estudiantes han adoptado el concepto de aprendizaje permanente. Dado que las aptitudes que buscan los empresarios cambian con regularidad en función de los cambios de la economía, los estudiantes son cada vez más conscientes de que la educación es ahora un esfuerzo continuo, que implica la adquisición de aptitudes a lo largo del tiempo y una menor delimitación entre los estudios y la vida laboral. Esta tendencia parece que va a continuar.

Esto tiene grandes implicaciones para las instituciones. A medida que el flujo tradicional de inscripción de graduados de la escuela secundaria continúa disminuyendo, el crecimiento dependerá de atraer a los estudiantes en diferentes momentos a lo largo de sus carreras. Esto puede incluir la adopción de diferentes modalidades de aprendizaje (como cursos cortos y microcredenciales) y el ajuste del calendario académico para que coincida. Necesitará un CRM que pueda responder a estos cambios y ofrecer comunicaciones y soporte específicos. En este caso también, disponer de una visión sólida y global de los datos es esencial para segmentar y captar con éxito a las cohortes pertinentes.

- Según el **Foro Económico Mundial**: *The Future of Jobs Report 2025:*
  - **Se prevé que el 39 %** de las aptitudes básicas de los trabajadores de todo el mundo dejarán de serlo en 2030.
  - Entre las aptitudes que se prevé que aumenten en la próxima media década figuran la **IA y los macrodatos, las redes y la seguridad cibernética, la alfabetización tecnológica y el pensamiento creativo.**

Consideraciones de la RFP

¿Puede el CRM facilitar la participación híbrida y brindar soporte a los estudiantes a través de diversas trayectorias profesionales y académicas?

Sabía que...

Anthology Reach no solo cubre el ciclo de vida completo, sino que utiliza un enfoque modular que puede satisfacer sus necesidades específicas y evolucionar a medida que su institución crece. Puede comenzar con las admisiones e incorporar elementos de gestión de la retención cuando llegue el momento, o viceversa.

Descubra Anthology Reach:
Potencie el ciclo de vida completo de los estudiantes con un CRM impulsado por la IA

Funciones integrales en todas las etapas

Mejore la tasa de inscripción de estudiantes, fomente una mayor participación y acelere el crecimiento institucional gracias a los conocimientos de IA y las estrategias basadas en datos. Anthology Reach ofrece un resultado cuantificable a lo largo de todo el proceso de aprendizaje de los estudiantes, desde el mercadeo y las comunicaciones hasta la administración de las admisiones, la gestión de la retención y las iniciativas relacionadas con los antiguos estudiantes y la promoción.

Microsoft | Reach

Mercadeo y comunicaciones

- Comunicaciones bidireccionales por SMS.
- Marketing por correo electrónico.
- Trayectoria del cliente.
- Análisis de participación.
- Contenido multimedia personalizado,
- Comunicaciones multicanal.
- Gestión de eventos y viajes.

Gestión de la retención

- Redes de éxito.
- Planes de éxito/tareas pendientes.
- Encuestas del campus.
- Encuestas ad hoc.
- Notas privadas.
- Reconocimientos positivos.
- Grupos estudiantiles.
- Verificación del calendario externo y del personal.
- Integración con Google Calendar.
- Información de Blackboard LMS.
- Puntuación de participación de los estudiantes.

Gestión de admisiones

- Gestión del ciclo de vida de estudiantes potenciales.
- Puntuación de estudiantes potenciales.
- Administración de solicitudes.
- Gestión del ciclo de vida de estudiantes potenciales.
- Gestión de citas/viajes.
- Asignación de territorio.
- Contactos cercanos.
- Gestión de puntuación de exámenes.
- Marco para mensajes SMS.
- Antelación del tipo de dirección.
- Integración de la gestión de documentos.
- Generación de documentos/plantillas.

Basado en la potente plataforma de Microsoft para una integración y un rendimiento perfectos.

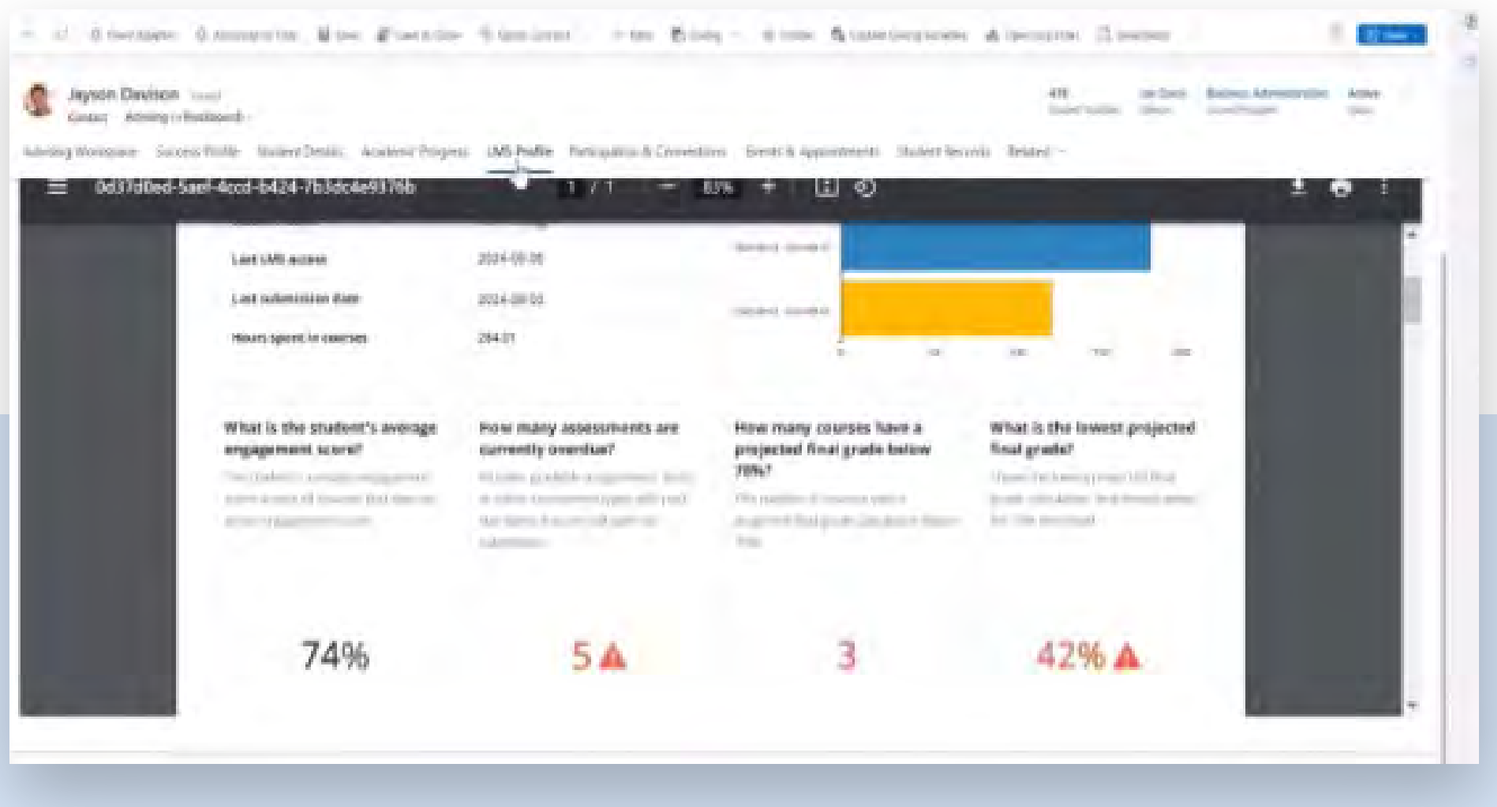
Microsoft Teams · Outlook · Microsoft 365 · Microsoft Copilot · Dynamics 365 · Power BI · Power Automate · PowerApps · Azure

El único CRM con información de participación académica impulsada por la IA de Blackboard

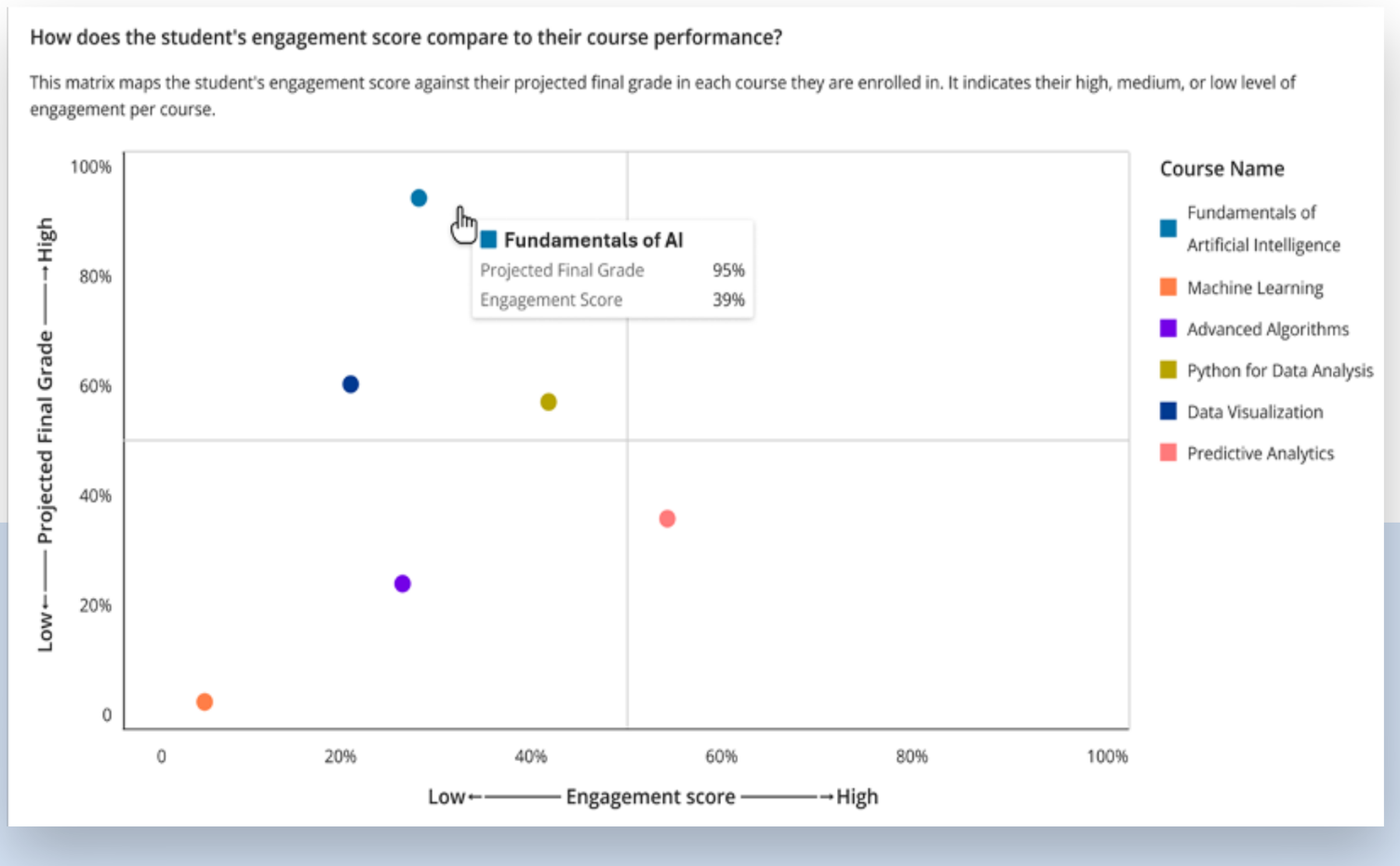
Aumente el soporte a los estudiantes con información sobre su participación y rendimiento académicos.

Detecte a tiempo a los estudiantes en situación de riesgo académico para poder intervenir con eficacia.

Impulse el rendimiento de los estudiantes de manera anticipada con indicadores avanzados e IA predictiva.



Reporte de tendencias del LMS



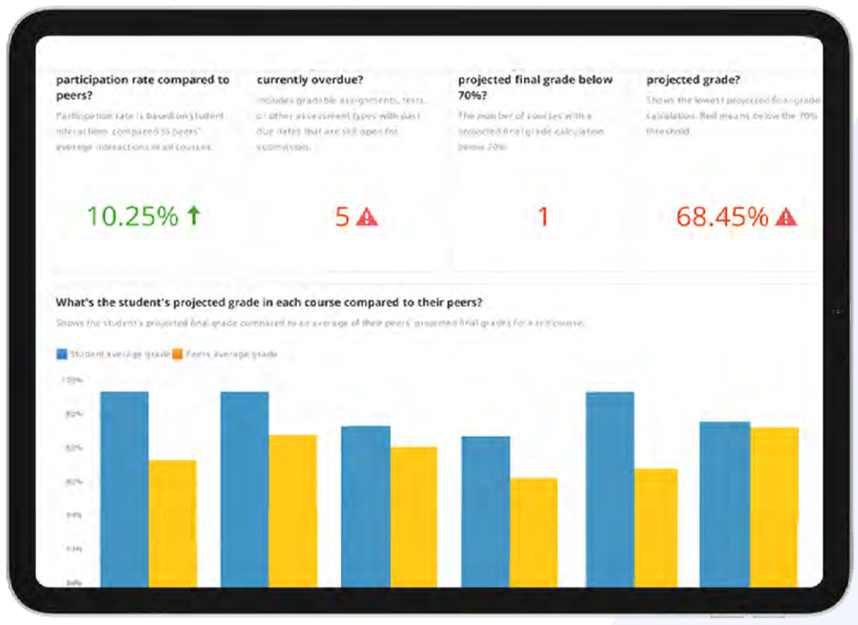
Puntuación predictiva de participación de los estudiantes

Un enfoque holístico del asesoramiento y el éxito de los estudiantes.

Anthology Reach es el único CRM que se integra con Anthology Blackboard y Anthology® Student, para ofrecer información práctica sobre la participación y el rendimiento académicos, el asesoramiento y los logros de los estudiantes. Además, se integra directamente con estas soluciones sin costo adicional.

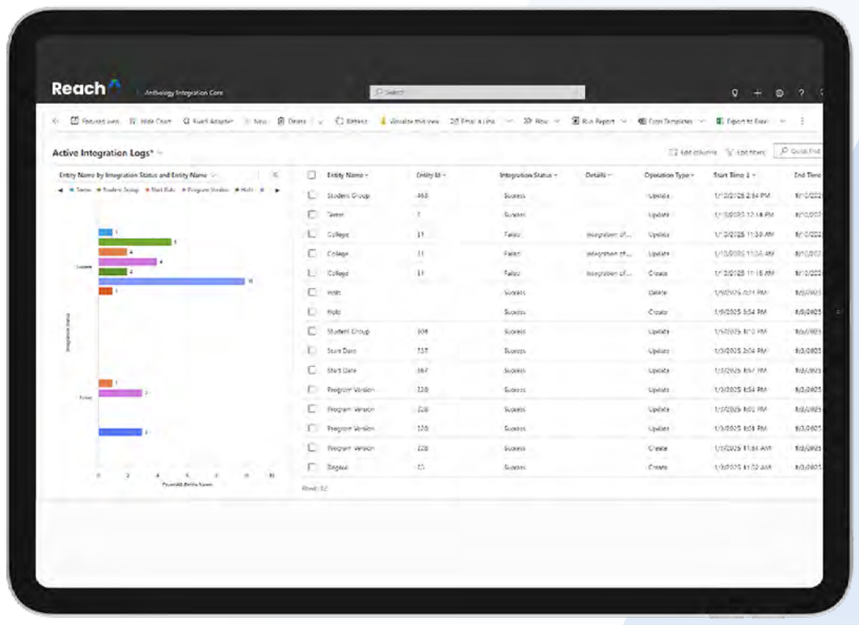
Blackboard | Reach

Una solución de asesoramiento líder en el sector con datos de LMS en tiempo real y análisis predictivos



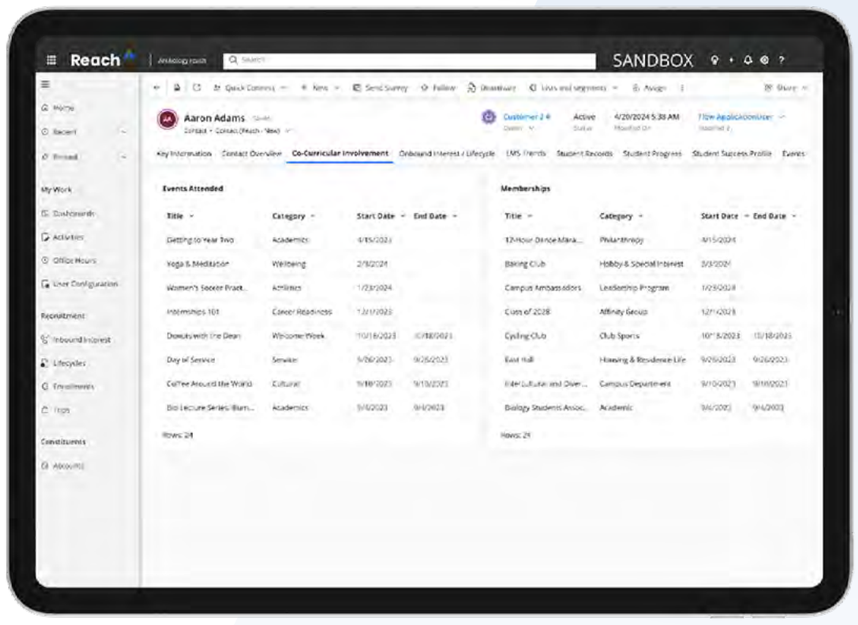
Student | Reach

Una solución de SIS y CRM completa diseñada para la educación superior e impulsada por Dynamics 365.



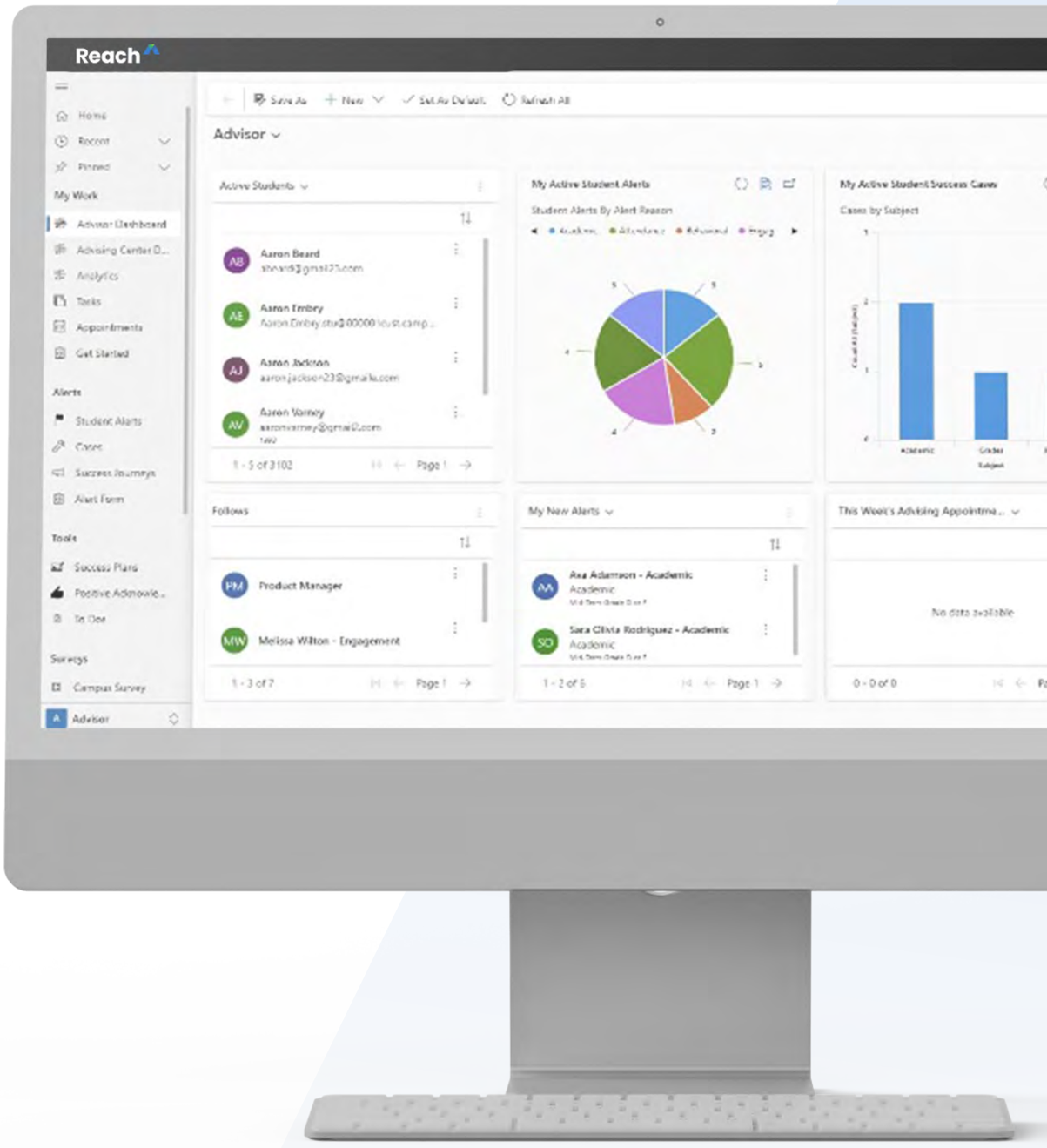
Anthology Engage | Reach

Una imagen más integral del estudiante con información sobre los logros y el progreso.



Análisis de la participación de los estudiantes durante el ciclo de vida

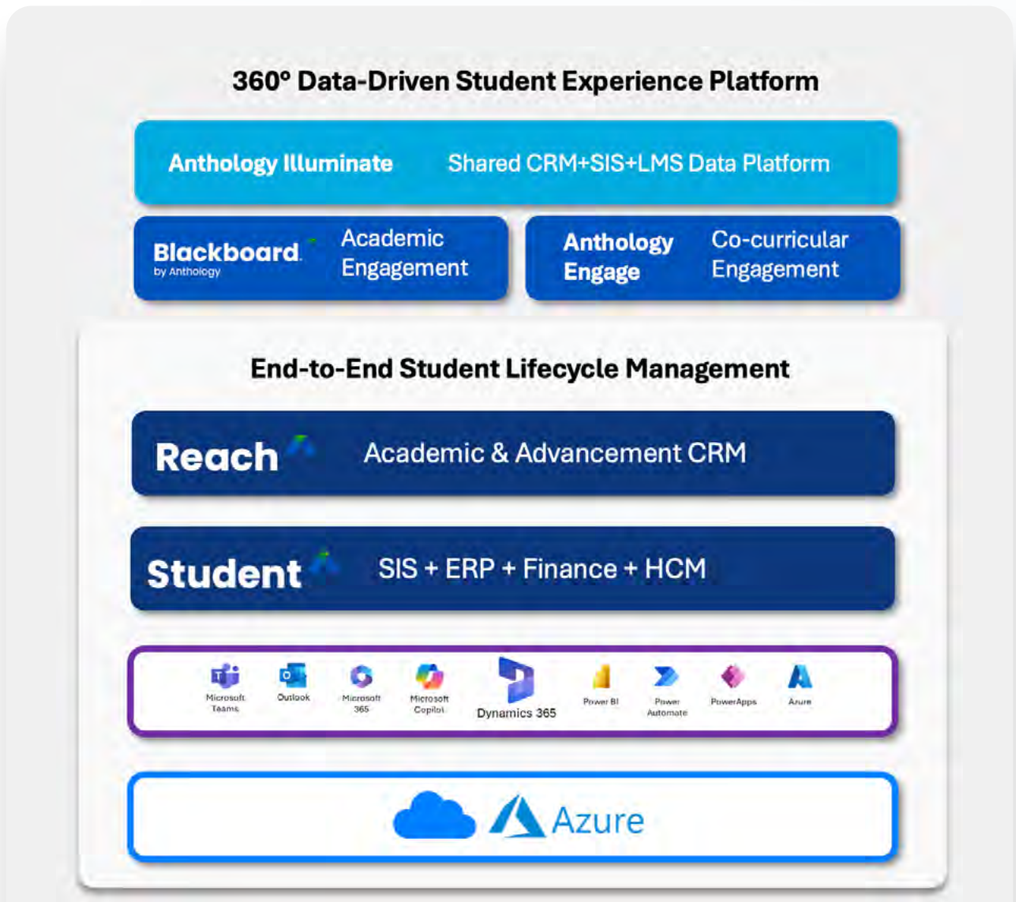
Cree una estrategia de inscripción, retención y progreso más sólida con **información y perspectivas prácticas y centralizadas** que aproveche la visualización y el análisis de datos en Power BI.



Optimización de la trayectoria académica del estudiante con un ecosistema integrado y basado en datos.

Ecosistema para lograr la excelencia de los estudiantes.

- ☑ IA en el flujo de trabajo para el asesoramiento académico.
- ☑ Datos compartidos, API, interoperabilidad.
- ☑ Integraciones 3P.
- ☑ Carga de archivos, transcripciones, plantillas.
- ☑ Servicios profesionales.



Anthology Reach

Ganador del premio Inner Circle 2024/2025 a las aplicaciones empresariales de Microsoft

Estamos muy contentos con nuestra colaboración con Anthology para desarrollar soluciones de IA innovadoras para la educación con un compromiso compartido de uso responsable. Es un socio que siempre ha demostrado su capacidad de innovación y está alineado con nuestra misión de potenciar la educación a través de la tecnología.

—Serena Sacks-Mandel
Directora global de tecnología de Microsoft Education

Explore todo lo que Anthology Reach tiene para ofrecer en **anthology.com/reach**

Sobre Anthology

Anthology ofrece soluciones educativas y tecnológicas para que los estudiantes puedan alcanzar su máximo potencial y que las instituciones de aprendizaje prosperen. Millones de estudiantes de todo el mundo reciben apoyo a lo largo de su trayectoria educativa a través del ecosistema de soluciones SaaS y servicios de apoyo emblemáticos de Anthology, que incluyen los galardonados Blackboard® (LMS), Anthology® Student (SIS/ERP) y Anthology® Reach (CRM). A través de The Power of Together, inspiramos de manera única a educadores e instituciones con innovación significativa, simple e inteligente para ayudar a los clientes a redefinir lo que es posible y crear oportunidades que cambien la vida de las personas en todas partes. **anthology.com**

©2025 Anthology Inc. y sus empresas asociadas. Todos los derechos reservados.

Anthology