# Guía estratégica de matrículas hacia 2027

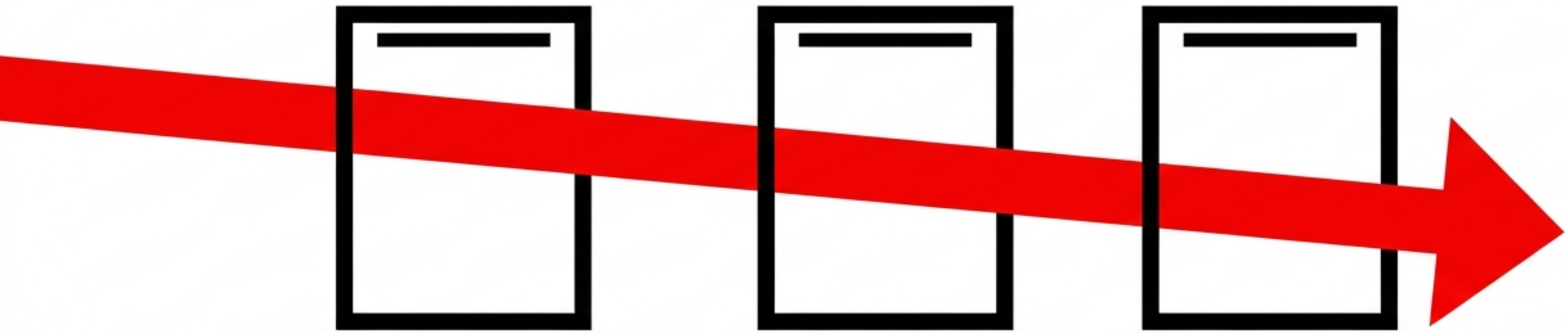
Cómo transformar la adquisición de estudiantes a través de ecosistemas digitales, integración de equipos e inteligencia artificial

# 2027

**Paula Botero · Fabio Araujo · Angélica Torres**

Gemini Notebook

# Por qué las fórmulas tradicionales ya no funcionan



**Virtualidad acelerada:** En los últimos 5 años, la modalidad virtual creció 12.5%, mientras la presencialidad se estancó en 0.3%.

**Crisis demográfica:** Reducción del 4% en demografía sumada a políticas públicas de gratuidad que asfixian al sector privado.

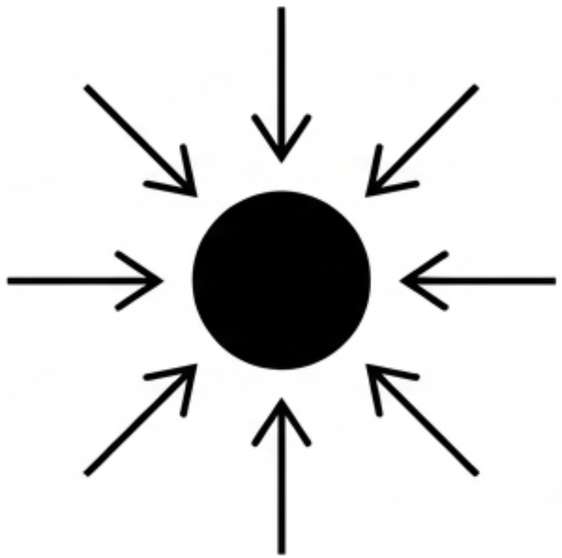
**Economía del creador:** Nuevas generaciones cuestionan la necesidad de estudiar 5 años, priorizando habilidades cortas e ingresos rápidos.

> **“Las estrategias que se pensaban para atraer estudiantes en lo público no eran un ejercicio tan retador como lo es ahora... es otro universo y otro cantar.” – Paula Botero**

Gemini Notebook

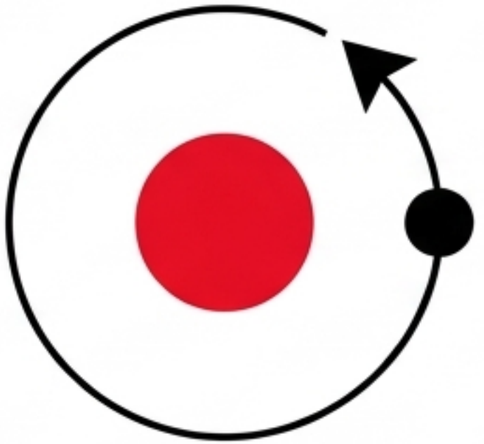
# De ser elegidos a tener que salir a buscar

## Lado A (El Pasado - 2010s)



El aspirante investigaba, compraba el PIN y rogaba por entrar. Era un honor y un privilegio ser admitido.

## Lado B (Hacia 2027)



El aspirante tiene 1,000 ofertas en la mesa, cuestiona el valor del título y la institución debe perseguirlo, enamorarlo y convencerlo.

**“Hoy es un honor para las instituciones tener un estudiante. Ya no podemos preguntar cuántos leads generamos, sino qué está pasando con ese lead cuando ingresa.” – Angélica Torres**

Gemini Notebook

# El aspirante decide antes de que te des cuenta




**“Ese man ya tiene la decisión clara. El punto es usted, señor de admisiones o comercial: ¿qué tan preparado está para cerrarlo? ¿Lo atendió o no a tiempo?” – Fabio Araujo**

Gemini Notebook

# Mucho ruido, pocas matrículas

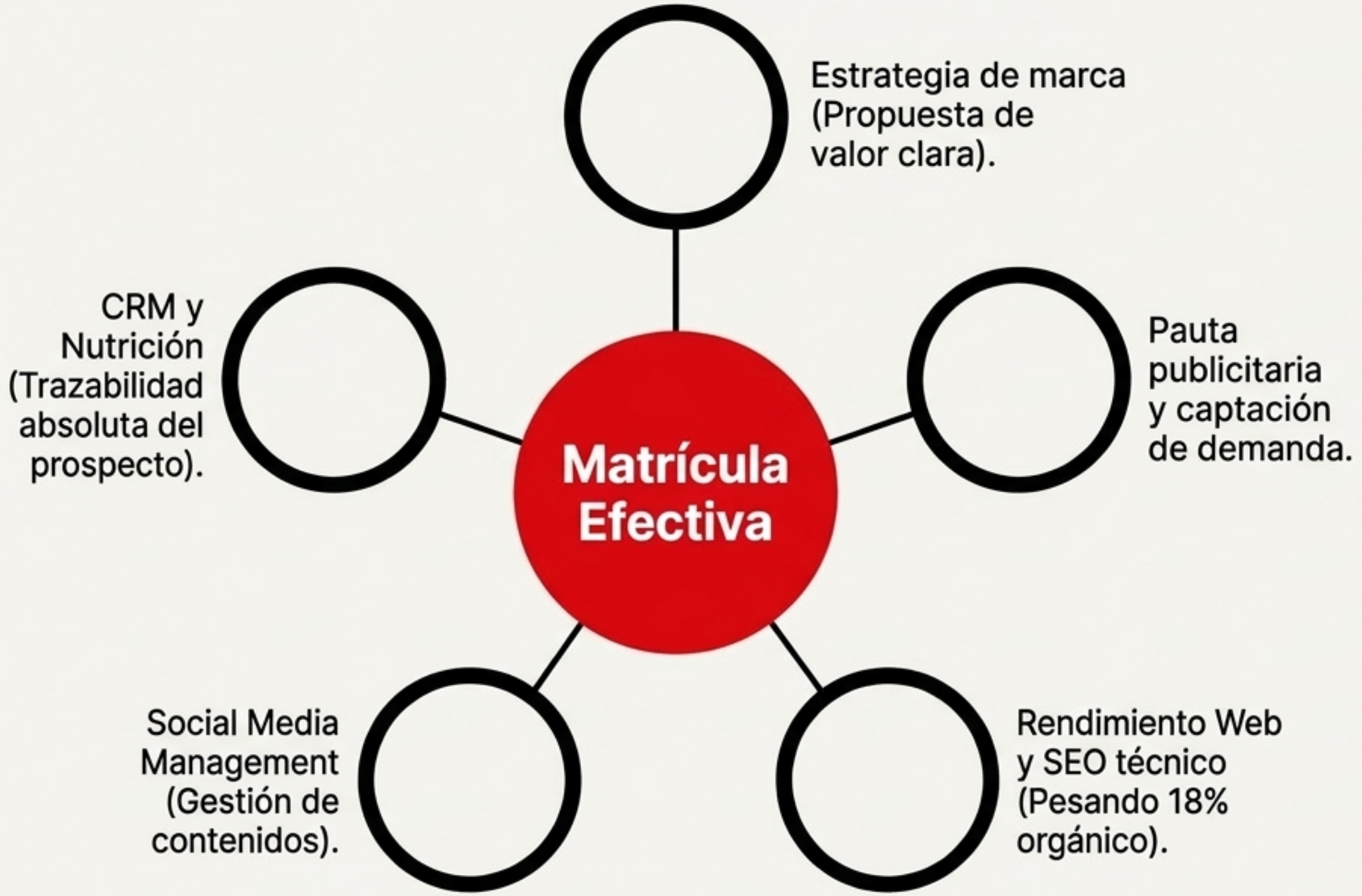



**El aspirante percibe a la universidad como un solo ente.**
**Las divisiones internas rompen su experiencia.**

***"No es que estén haciendo poco, al contrario, están haciendo mucho, pero de manera desarticulada." – Angélica Torres***

Gemini Notebook

# Unir las piezas del ecosistema




**“Hay que separar y mirar el foco de las ventas. Así suene complicado en academia, son términos incómodos pero que se tienen que hablar.”**
**– Paula Botero**

Gemini Notebook

# Pocas manos, mucha tecnología




## El Error Común

Sobrecargar a un rol generalista (“la niña de redes”) con tareas que exigen especialización técnica, generando disonancia cognitiva y resistencia al cambio.

## La Solución

Transferencia real de capacidades, entrenamiento continuo y externalización estratégica de procesos complejos.

**“El problema que tenemos absolutamente todos (...) es que somos nosotros como humanos el gran punto de fricción.” – Fabio Araujo**

Gemini Notebook

# El tiempo mata todas las conversiones



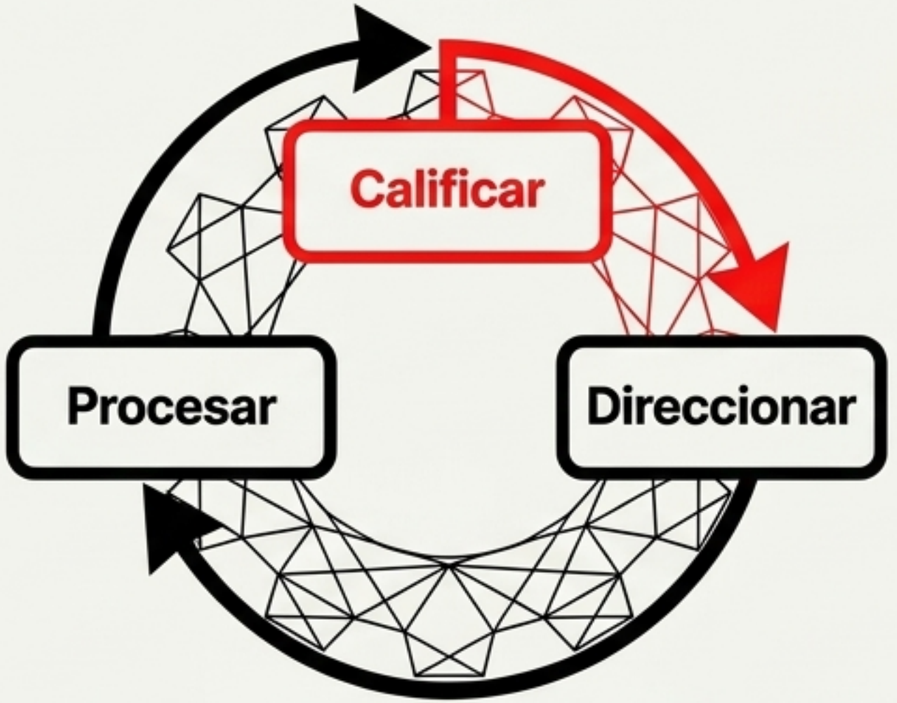

## Tiempos de respuesta de 1, 2 o 3 horas ya no son aceptables.

- Si hay demora, el prospecto (que tiene 1,000 ofertas en la mesa) será capturado por una institución más rápida y automatizada.
- La inmediatez no debe sacrificar la especificidad: el mensaje debe mantener el contexto del prospecto (ej. programa de interés, ubicación).

*"¿Cuál es el tiempo de respuesta óptimo? Inmediato. En 3 horas ese lead ya lo convenció otra universidad." – Angélica Torres*

Gemini Notebook

# La inteligencia artificial como aliada comercial, no como amenaza




### Filtro 1 - Respuesta

Bots de IA bien entrenados para garantizar atención inmediata 24/7.

### Filtro 2 - Lead Scoring

Precalificación automática para que los equipos humanos (limitados) se enfoquen solo en cierres de alto valor.

### Filtro 3 - Automatización

Evolucionar del uso de IA para hacer textos hacia su uso como motor central del flujo de trabajo estratégico.

***"A Colombia la están matando los bots de inteligencia artificial mal entrenados. La IA no está reemplazando el trabajo, se lo está haciendo más fácil." – Angélica Torres***

Gemini Notebook

# Tres pasos para alinear su institución hoy

## 1. Ingeniería inversa

Entienda qué canales le traen flujo de caja real (el SEO pesa 18%) y priorícelos frente a métricas de vanidad.

**"La estrategia está por encima de la tecnología." – Fabio Araujo**

## 2. Activos ocultos

Servicios que se venden solos o egresados exitosos son sus embajadores más potentes. No todo es pauta fría.

**"Qué mejor que convencer a otro con el ejemplo. Hay que volver a pensar en lo bueno que uno tiene." – Paula Botero**

## 3. Conectar antes de crear

No sature a su equipo con herramientas nuevas sin antes articular las áreas de Marketing, Admisiones y Tecnología.

**"No necesitan hacer mil cosas nuevas. Lo único que necesitan entender con claridad es cómo se van a conectar." – Angélica Torres**

Gemini Notebook