

OBS Business
School

E-Learning y Transformación Educativa

**Un Análisis Mixto desde la Perspectiva
de Ex-Alumnos Universitarios**

Dr. Luis F. Toro Dupouy

Profesor de OBS Business School

Agosto, 2025

Partners Académicos:



OBSbusiness.school

Autor

➤ **Dr. Luis F. Toro Dupouy**
Profesor de **OBS Business School**.



Director de programas académicos de OBS Business School (*School of Business Administration & Leadership*). Ha desarrollado y dirigido programas máster y de grado en gestión empresarial, dirección de marketing y gestión comercial, investigación de mercados y análisis de clientes, *business intelligence*, *international business*, Executive MBA y Global MBA. Actualmente es profesor del Departamento de Administración de Empresas y del Departamento de Investigación de Mercados y Métodos Cuantitativos de *ESIC University*. También colabora como docente en otras universidades e instituciones entre las que destacan EAE Business School, *Universitat Carlemany*, Fundación Ortega y Gasset Gregorio Marañón y el *Institute for American Universities*. Ha sido director académico de EAE Business School (campus Madrid) y profesor visitante de diversas universidades y *business schools* en Europa y América. Conferenciante internacional que ha realizado seminarios, conferencias y programas de formación *in company* en diversos países de Europa y Latinoamérica. Experto en e-learning y business simulation. Autor de diversas publicaciones en estrategia empresarial, gestión de la diversidad, gestión intercultural, marketing, e-learning y tecnología educativa.

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Granada (España). Master of Business Administration (MBA) por The University of Saint Thomas (Houston, Texas). Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por ESIC Business & Marketing School (Madrid, España). Licenciado en Psicología por la Universidad Central de Venezuela (Caracas, Venezuela).



Índice

Resumen ejecutivo	5
Capítulo 1 Introducción	7
1.1. Objetivos de la Investigación	8
1.2. Metodología: Enfoque mixto cuantitativo-cualitativo	8
1.3. Ficha técnica	8
1.4. Participantes en la encuesta	9
Capítulo 2 La experiencia del aprendizaje en línea	10
2.1. Toma de decisiones de los estudiantes	11
2.2. Impuestos en la venta	13
2.3. Consejos de los exalumnos en relación a los programas en línea	14
2.4. Participación de los exalumnos en línea	15
2.5. Satisfacción de los exalumnos en línea	16
Capítulo 3 Percepción de la adopción de tecnologías de inteligencia artificial y la educación en línea	17
3.1. Autopercepción de la innovación por parte de los exalumnos	21
3.2. Otras tecnologías aplicadas a la educación	23
Capítulo 4 Resultados cualitativos: entrevistas en profundidad	24
4.1. Codificación temática	25
4.2. Modelado de Temas (NMF)	26
4.3. Análisis de Sentimientos	26
4.4. Conclusiones de los resultados cualitativos	26
Capítulo 5 Conclusiones	27
Capítulo 6 Reconocimientos y Notas sobre los datos	28
Referencias bibliográficas	29
Anexos	32

Resumen ejecutivo

Esta décima edición del informe anual sobre las tendencias en *e-learning* de OBS Business School forma parte de un compromiso a largo plazo de monitorear las tendencias en el aprendizaje en línea. La edición del año pasado (Toro, 2024) constituyó la segunda de una serie de investigaciones primarias, cuyo objetivo es identificar las perspectivas que tienen los diferentes grupos de interés sobre la educación en línea y la adopción de tecnologías educativas, especialmente tecnologías de inteligencia artificial (IA).

El estudio de este año aborda la percepción de los exalumnos. La investigación contó con la participación de 80 exalumnos de 10 universidades y escuelas de negocio de España, México, Chile, Ecuador y Colombia. Los encuestados incluyen exalumnos de grado, licenciatura, másteres especializados, máster en administración de empresas, certificación profesional y educación continua, en formatos presenciales, *online*, a distancia e híbridos. La muestra representa principalmente universidades y escuelas de negocios españolas, aunque con alumnos de diversas nacionalidades.

Como parte cualitativa del estudio, se realizaron además cinco entrevistas en profundidad a los presidentes de los clubes de alumni de OBS en Chile, Perú, Colombia, México y Costa Rica, con el fin de enriquecer el análisis con sus perspectivas y experiencias sobre la evolución del *e-learning* y su impacto en la comunidad de antiguos alumnos.

Principales hallazgos

Alta aceptación del e-learning entre exalumnos:

- El 95% lo recomendaría a otras personas.
- La mayoría lo valora por su flexibilidad y por ser compatible con compromisos laborales y/o familiares.

Preferencia por la modalidad híbrida:

- Aunque muchos estudiaron 100% *online*, la modalidad híbrida es percibida como ideal.
- El 50% estaría dispuesto a participar en programas que incluyan sesiones presenciales.

Influencia de la reputación institucional:

- El 63% eligió su programa *online* basándose en la reputación de la institución, más allá del coste.

Actitud positiva hacia la inteligencia artificial (IA):

- Se observa alta utilidad percibida, facilidad de uso y disposición a usarla continuamente.
- La IA se considera una ventaja competitiva y se confía en su aporte al rendimiento académico.

Innovación y predisposición tecnológica:

- Los exalumnos se perciben como innovadores, interesados en adoptar nuevas tecnologías.
- Existe interés en herramientas emergentes como VR/AR, *big data* y aprendizaje móvil.

Satisfacción con los programas y deseo de mantener vínculo con la institución:

- Muchos planean seguir conectados como alumni, usar servicios de carrera o seguir formándose.

Críticas al diseño pedagógico e integración de IA:

- En la parte cualitativa, se señala que el uso de la IA sigue siendo puntual y poco integrado.
- Se reclama una mayor adaptación metodológica a las particularidades del entorno digital.





Capítulo 1

Introducción

1.1 Objetivos de la Investigación

El informe sobre la industria del *e-learning* de este año tiene como objetivo identificar las tendencias y percepciones que tienen los exalumnos sobre la educación en línea y la adopción de tecnologías educativas, específicamente tecnologías de inteligencia artificial. En el informe del año pasado (Toro, 2024) nos centramos en una muestra de alumnos y en el del año anterior (Toro, 2023) en el papel de las tecnologías educativas para facilitar la educación *online*, considerando la perspectiva de profesores y administradores y este año nos interesaba completar la evaluación de las percepciones considerando el “*journey stage*” de los alumnos. Todo ello, enmarcado en un proyecto amplio de investigación sobre la integración estratégica de tecnología en la educación superior.

1.2 Metodología: Enfoque mixto cuantitativo-cualitativo

Recopilación de datos

Este es un estudio exploratorio basado en encuestas. La encuesta en línea se realizó entre los meses de abril y julio de 2025. Todos los datos son proporcionados directamente por los encuestados.

La encuesta recogió información de 80 alumnos de 10 universidades y escuelas de negocio de España, México, Chile, Ecuador y Colombia. Los encuestados incluyen exalumnos de grado, licenciatura, másteres especializados, máster en administración de empresas, certificación profesional y educación continua, en formatos presenciales, *online*, a distancia e híbridos. La muestra representa principalmente universidades y escuelas de negocios españolas, aunque con alumnos de diversas nacionalidades. Más del 77% de los encuestados son alumnos de OBS *Business School*, cuyos programas son 100% *online* y recibe alumnos de 80 países.

El cuestionario es una versión modificada y ampliada del instrumento utilizado en el estudio longitudinal de BestColleges.com, incorporando escalas de TAM-TOE para evaluar la adopción de tecnologías educativas (Chatterjee et al., 2021), en particular de inteligencia artificial, y escalas de resiliencia (Parker & Ameen, 2018), intención de uso continuo (Hong et al., 2013) y autopercepción de la innovación (Shalev & Morwitz, 2012). También adaptamos preguntas del informe sobre estudiantes universitarios en línea de Wiley Education Services (Magda et al., 2020). Utilizamos escalas de Likert de 5 puntos para las medidas utilizadas para los constructos con el fin de recopilar datos.

Además de la encuesta cuantitativa, se realizaron cinco entrevistas en profundidad como parte del componente cualitativo del estudio. Estas entrevistas se llevaron a cabo en línea, a través de Microsoft Teams, entre el 28 de mayo y el 6 de junio de 2025. Los participantes fueron los presidentes de los clubes de alumni de OBS *Business School* en Chile, Perú, Colombia, México y Costa Rica. Todas las entrevistas fueron grabadas, transcritas y analizadas con el fin de complementar e interpretar los hallazgos cuantitativos desde una perspectiva más contextual y experiencial.

1.3 Ficha técnica

Población	Estudiantes egresados de universidades y escuelas de negocio
Tamaño de la muestra	80 encuestas + 5 entrevistas en profundidad
Selección de la muestra	No probabilístico (subjetivo por decisión razonada)
Técnica de recogida de información	Cuestionario <i>online</i> (a través de <i>Forms</i> de <i>Microsoft</i>) Entrevistas en profundidad <i>online</i> (a través de <i>Microsoft Teams</i> , grabadas y transcritas)
Lugar	España, México, Chile, Ecuador, Colombia, Perú y Costa Rica
Fecha	Encuestas entre abril y julio de 2025 / Entrevistas entre el 28 de mayo y el 6 de junio de 2025

1.4 Participantes en la encuesta

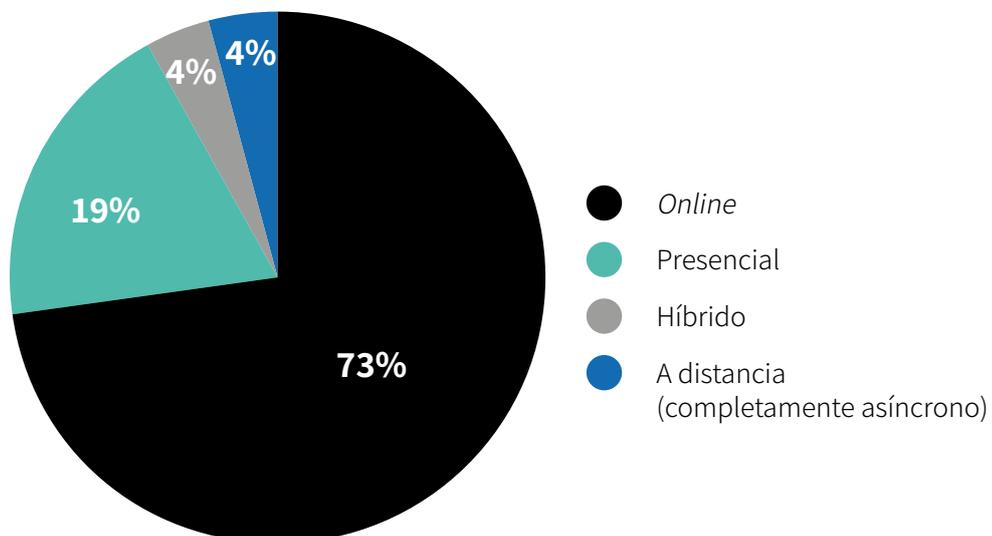
Los participantes respondieron seleccionando voluntariamente la modalidad del programa que cursaron. Este informe representa los hallazgos de quienes seleccionaron alguna de las siguientes opciones:

- *Online*: 74% (n=59)
- Presencial: 19% (n=15)
- Híbrido: 4% (n=3)
- A distancia (completamente asíncrono): 4% (n=3)

Figura 01 →

MODALIDAD DEL PROGRAMA QUE CURSÓ EL ENCUESTADO

Fuente: Elaboración propia



Capítulo 2

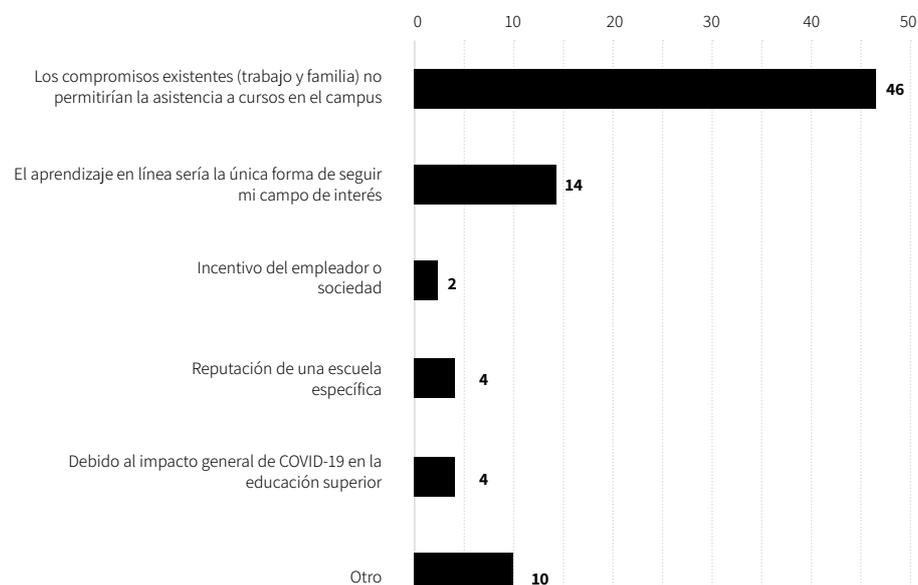
La experiencia del aprendizaje en línea

La comodidad y la flexibilidad han sido reconocidas durante mucho tiempo como beneficios del aprendizaje en línea. La principal razón para optar por esta modalidad es la imposibilidad de asistir a clases presenciales debido a compromisos previos, como el trabajo o las responsabilidades familiares (58%), seguida de que sería la única forma de seguir el campo de interés (18%).

Figura 02 →

RAZONES POR LAS QUE ELIGIÓ LAS OPCIONES DE APRENDIZAJE EN LÍNEA EN LUGAR DE LAS PRESENCIALES

Fuente: Elaboración propia



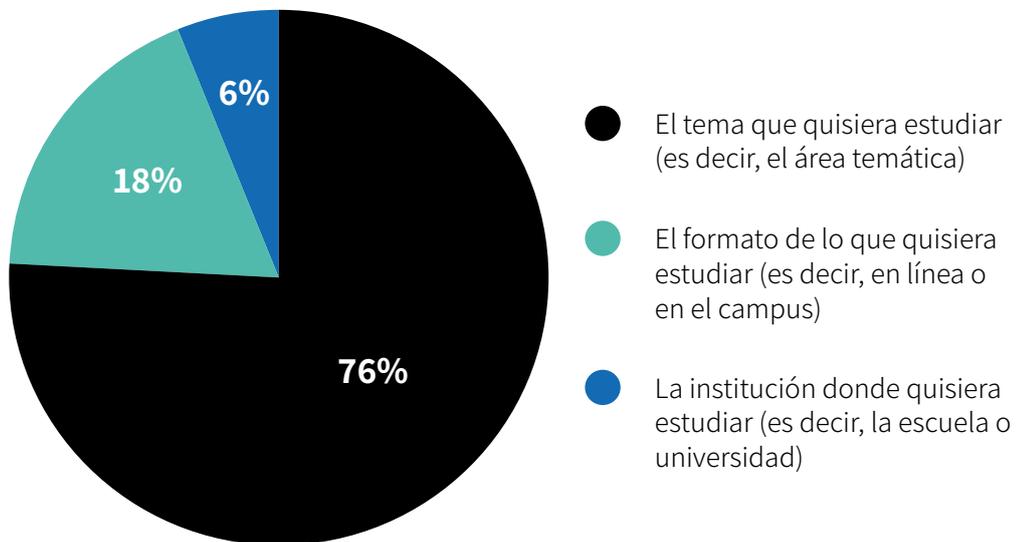
2.1 Toma de decisiones de los estudiantes

En relación con la motivación para volver a estudiar, preguntamos a los encuestados cuáles fueron los factores más importantes para volver a la universidad. El tema que quería estudiar (es decir, el área temática) fue el más señalado (76%), seguido por el formato de lo que quería estudiar (es decir, en línea o en el campus) con un 18% y la institución donde quería estudiar (es decir, la escuela o universidad) con un 6%.

Figura 03 →

MOTIVACIÓN PARA VOLVER A ESTUDIAR

Fuente: Elaboración propia



Cuando les preguntamos qué hubiesen hecho si el programa en el que deseaban inscribirse no hubiese estado disponible en un formato en línea, la gran mayoría (81%) dijo que hubiese encontrado el programa en línea en otra universidad, mientras que el 13% dijo que se hubiese inscrito en un programa diferente en línea en la misma universidad. Sólo un 6% manifestó que se hubiese inscrito en el programa en el campus en la misma universidad.

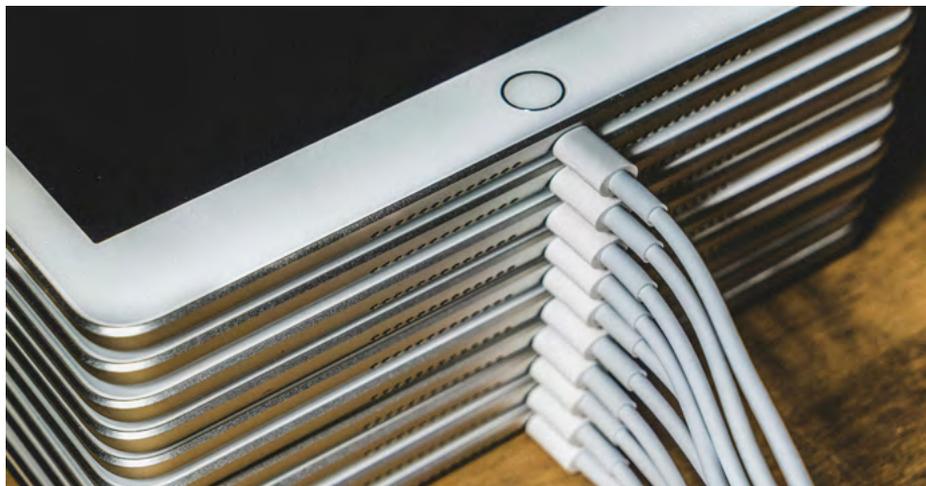
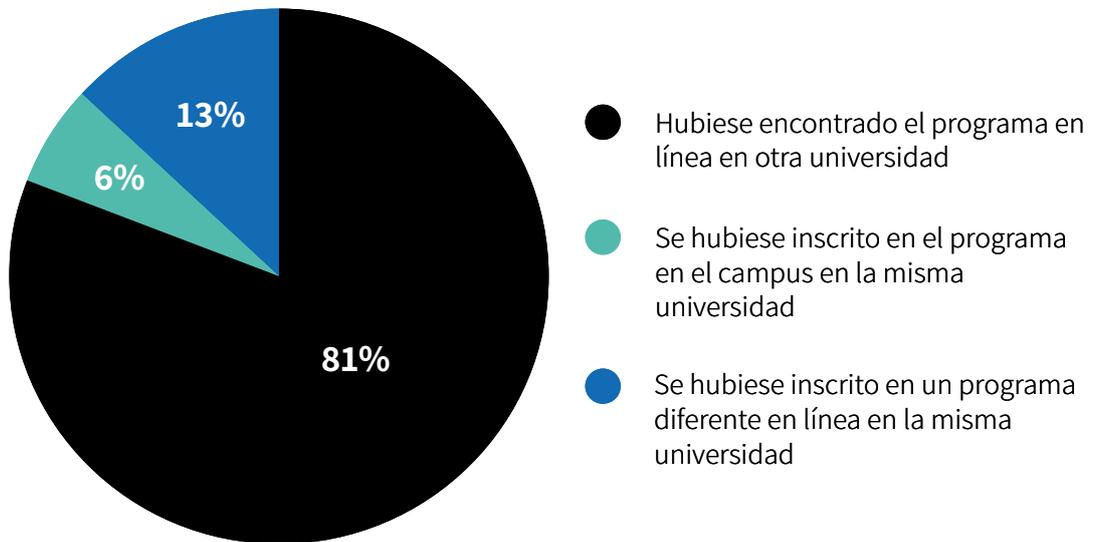


Figura 04 →

DECISIÓN EN RELACIÓN A LA IMPOSIBILIDAD DE CURSAR EL PROGRAMA EN LÍNEA

Fuente: Elaboración propia

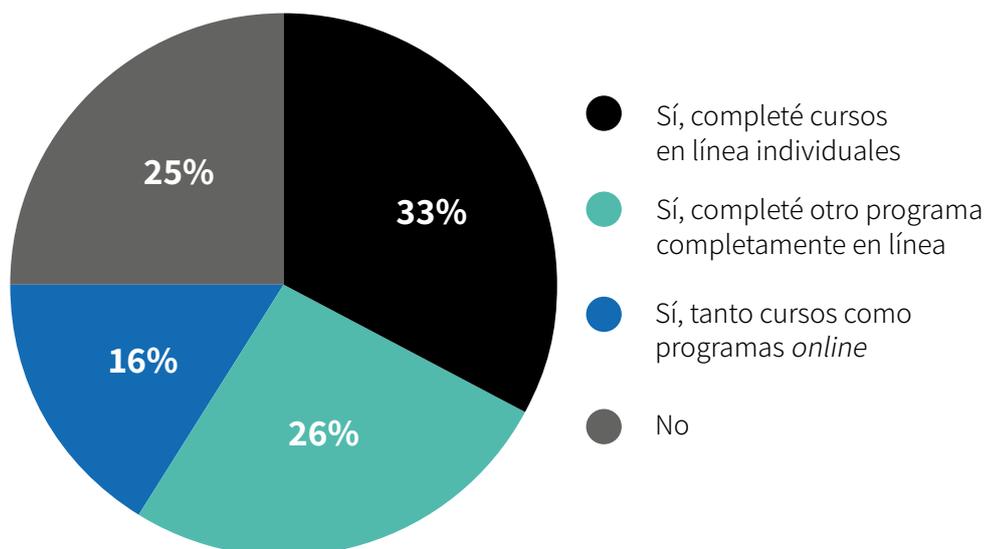


Con relación a las experiencias previas con el aprendizaje en línea, un tercio de la muestra (33%) dijo haber completado cursos o programas en línea anteriormente. Aún así, un 25% de los encuestados señaló que no tenía ninguna experiencia previa.

Figura 05 →

EXPERIENCIA PREVIA CON EL APRENDIZAJE EN LÍNEA

Fuente: Elaboración propia

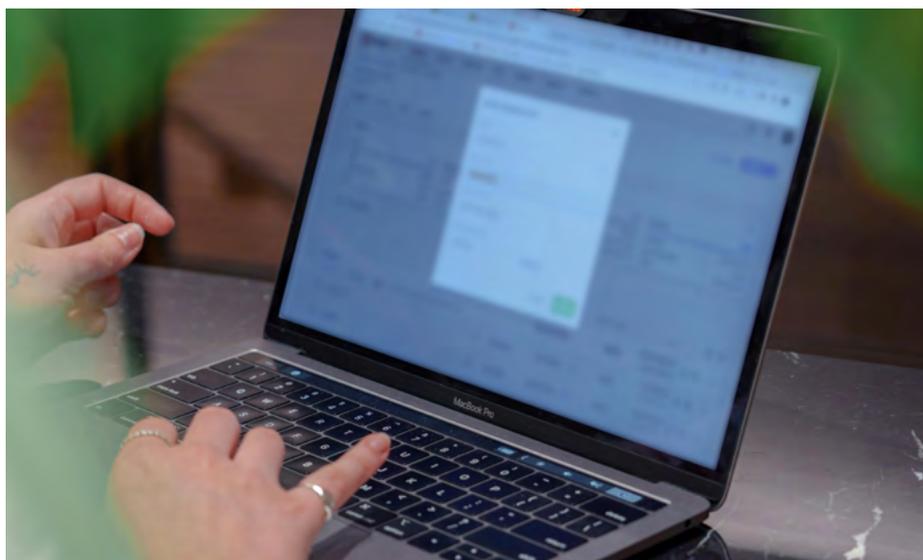
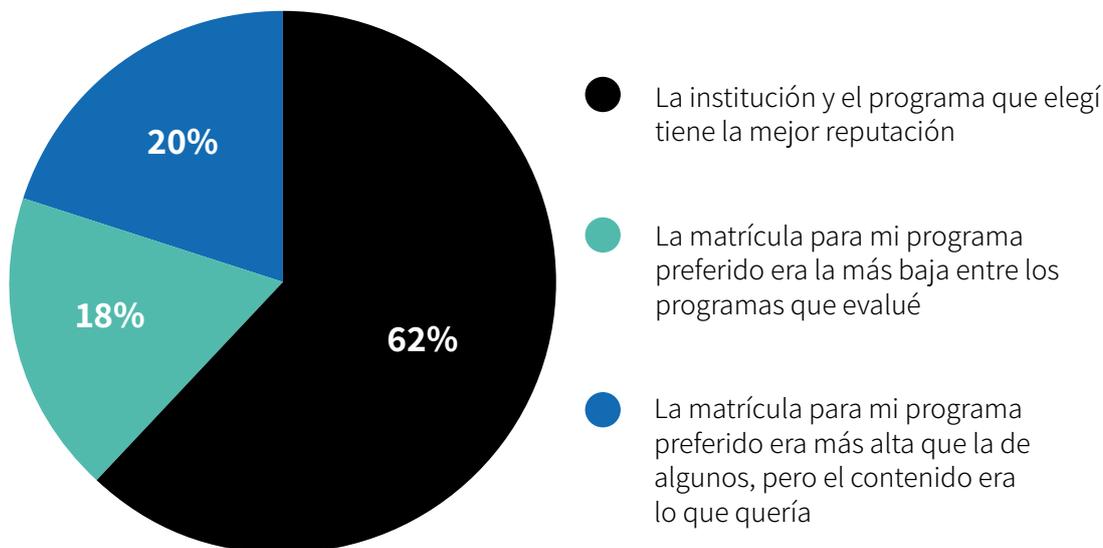


Con respecto a la decisión de inscripción en un programa en línea, el 63% de los encuestados señaló “la reputación” como el factor más importante para su elección. El contenido del programa también se apunta como un elemento relevante, inclusive si la matrícula es más alta que la de otros programas.

Figura 06 →

DECISIONES SOBRE LA MATRÍCULA

Fuente: Elaboración propia



2.2 Percepción sobre la educación en línea

En nuestra primera investigación primaria realizada hace dos años con docentes y administradores sobre las tendencias en educación en línea, nos enfocamos especialmente en analizar cómo perciben la relación entre las distintas modalidades educativas: en línea, presencial e híbrida. Aunque la mayoría expresó respaldo hacia la formación *online*, el mayor grado de acuerdo se dio con las siguientes afirmaciones: “la modalidad presencial es mejor que la *online*” y “la modalidad híbrida es mejor”, ambas con un 49,6% de aceptación. En la investigación del año pasado hecha con alumnos en activo, este apoyo a la formación presencial no fue tan mayoritario (37,9%), aunque la mitad opinó también que “*híbrido es mejor*” y un tercio de los encuestados dijo que “*online es mejor que presencial*”. Para los exalumnos encuestados este año, la opinión mayoritaria es que la mejor opción es híbrida (63,8%).

Figura 07 →

PERCEPCIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE LAS DIFERENTES MODALIDADES DE EDUCACIÓN

Fuente: Elaboración propia

Online es mejor que presencial



Online es igual que presencial



Presencial es mejor que online



Híbrido es mejor



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

El respaldo a la modalidad híbrida se refleja claramente en el hecho de que el 50% de los encuestados indicó que hubiese estado dispuesto a inscribirse en un programa de su interés, incluso si este incluyese un periodo presencial. Aún así, un 16,3% de los estudiantes manifestó un rechazo total a esta idea.



Figura 08 →

APOYO A LA MODALIDAD HÍBRIDA

Fuente: Elaboración propia

Si el programa que me interesa requiere un período residencial, aún consideraría inscribirme en él



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

2.3 Consejos de los exalumnos en relación a los programas en línea

Al analizar las respuestas a la pregunta sobre qué harían diferente si pudieran elegir nuevamente su programa en línea, se observa una diversidad de enfoques. Por ejemplo, el 16% de los graduados indicó que no cambiaría nada, lo que sugiere un nivel general de satisfacción. Sin embargo, muchos expresaron aspectos que mejorarían en el proceso de decisión: el 14% compararía otros programas, el 13% hablaría con estudiantes actuales o egresados, y el 11% investigaría más sobre la experiencia y credenciales del profesorado. Asimismo, un 10% mencionó que intentaría comprender mejor el tiempo requerido para completar el programa, y otro 10% consultaría con profesionales o empleadores del sector. Otros aspectos mencionados incluyeron investigar sobre el coste y la ayuda financiera (9%), verificar la posibilidad de transferir créditos (8%) y contar con mejores recursos tecnológicos (6%). Solo un 4% optó por la categoría “otro”, lo que indica que la mayoría de las inquietudes están bien representadas en las opciones ofrecidas.

Figura 09 →

CONSEJOS DE LOS EXALUMNOS EN RELACIÓN A LOS PROGRAMAS EN LÍNEA

Fuente: Elaboración propia

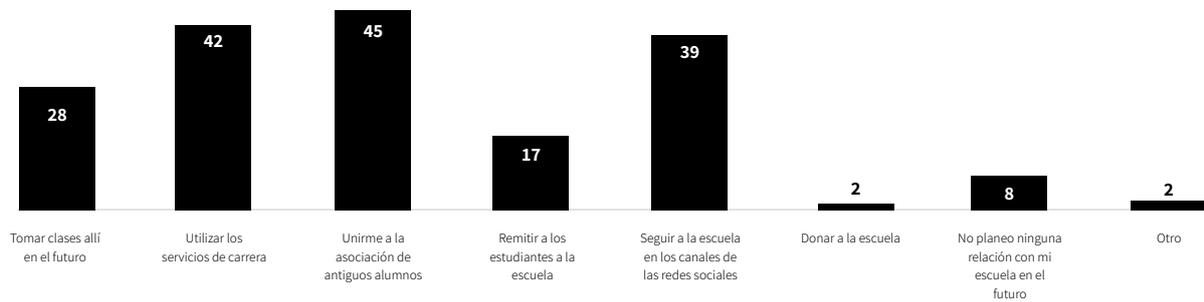


2.4 Participación de los exalumnos en línea

Los resultados de la encuesta muestran que la mayoría de los graduados de programas en línea planean mantener algún tipo de vínculo con su institución después de finalizar sus estudios. Un 25% expresó su intención de unirse a la asociación de antiguos alumnos, mientras que el 23% planea utilizar los servicios de carrera, y el 21% seguirá conectado a través de las redes sociales de la escuela. Además, el 15% indicó que consideraría tomar más clases en el futuro, y un 9% afirmó que referiría a nuevos estudiantes a la institución. Solo un pequeño porcentaje mencionó que no mantendría ninguna relación futura con su escuela (4%), y aún menos planean hacer donaciones (1%) o eligieron la opción “otro” (1%), lo que indica un interés generalizado por seguir involucrados con la institución en distintos niveles.

Figura 10 →**PARTICIPACIÓN DE LOS ALUMNOS EN LÍNEA**

Fuente: Elaboración propia



2.5 Satisfacción de los exalumnos en línea

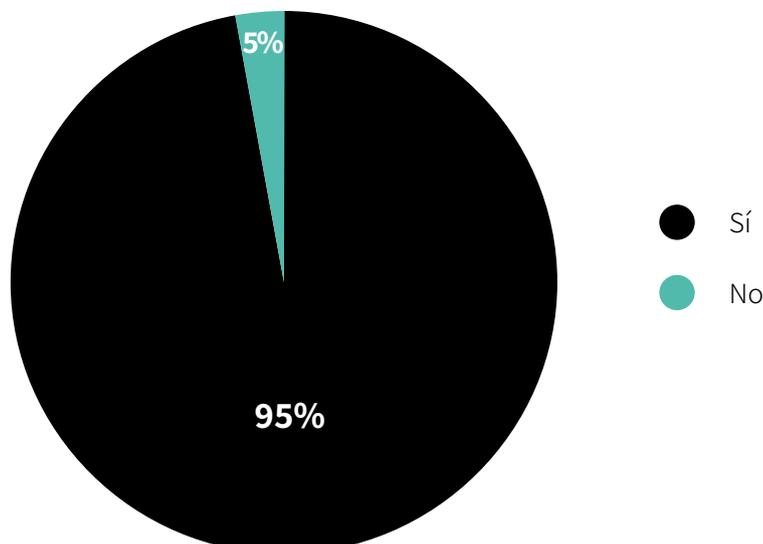
La satisfacción del estudiante se considera un indicador clave de la calidad de su experiencia educativa. Para evaluarla, se les consultó desde dos enfoques: por un lado, su disposición a recomendar la educación en línea a otras personas, y por otro, su percepción sobre cómo esta modalidad influye en la eficacia del aprendizaje, su capacidad para mejorar el rendimiento académico y su potencial para incentivar la motivación del estudiante.

Recomendar la educación en línea a otros

Los resultados muestran un respaldo abrumador a la educación en línea: el 95% de los encuestados la recomendaría a otras personas, reflejando altos niveles de satisfacción y confianza en esta modalidad. Solo un 5% no la recomendaría, lo que indica que el descontento es claramente minoritario. En conjunto, los datos sugieren que la experiencia de la gran mayoría ha sido suficientemente positiva como para aconsejarla a terceros.

Figura 11 →**RECOMENDANDO LA EDUCACIÓN EN LÍNEA A OTROS**

Fuente: Elaboración propia



Capítulo 3

Percepción de la adopción de tecnologías de inteligencia artificial y la educación en línea

La inteligencia artificial (IA) está revolucionando la educación en línea, transformando la forma de aprender, enseñar y gestionar instituciones. Las percepciones estudiantiles sobre su adopción giran en torno a múltiples dimensiones interrelacionadas.

Una de ellas es la preparación organizacional, que refleja la disposición institucional para implementar tecnologías de IA, basada en infraestructura, liderazgo y participación activa (Al-Emran, Mezhuyev & Kamaludin, 2018). La ventaja competitiva se percibe en la medida en que la IA mejora resultados, habilidades y oportunidades, posicionando a las instituciones como innovadoras (Huang & Russell, 2022; Renz, 2023).

La utilidad percibida —qué tanto mejora la IA la experiencia educativa— es un fuerte predictor de adopción (Davis, 1989), mientras que la facilidad de uso percibida depende de interfaces intuitivas y apoyo formativo (Venkatesh & Davis, 2000; Teo, 2010). La *intención institucional de adoptar la IA* se ve reforzada por estrategias visibles y comunicación transparente (Rogers et al., 2014; Alharbi & Drew, 2014).

El *valor percibido* surge del equilibrio entre beneficios y costes, y determina la aceptación y lealtad del estudiante (Zeithaml, 1988; Davis, 1989). Por su parte, la intención de uso continuo refleja el compromiso sostenido del estudiante con herramientas de IA, motivado por experiencias exitosas y refuerzo social (Bhattacharjee, 2001; Venkatesh et al., 2012). Finalmente, la resiliencia organizacional —capacidad para adaptarse y evolucionar frente a desafíos— influye directamente en la confianza estudiantil (Sutcliffe & Vogus, 2003; Lengnick-Hall et al., 2011).

Este análisis conjunto de factores, visualizado mediante escalas de color condicional en Excel, permitirá identificar patrones, relaciones y áreas clave para la implementación eficaz de la IA en la educación en línea.



Figura 12 →

RECOMENDANDO LA EDUCACIÓN EN LÍNEA A OTROS

Fuente: Elaboración propia

EFFECTIVIDAD PERCIBIDA DEL APRENDIZAJE EN LÍNEA

Creo que el aprendizaje en línea puede ayudar a la eficiencia del aprendizaje
 Creo que el aprendizaje en línea puede ayudar al rendimiento del aprendizaje
 Creo que el aprendizaje en línea puede ayudar a motivar el aprendizaje

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
Creo que el aprendizaje en línea puede ayudar a la eficiencia del aprendizaje	0%	3%	8%	50%	40%
Creo que el aprendizaje en línea puede ayudar al rendimiento del aprendizaje	0%	0%	8%	56%	36%
Creo que el aprendizaje en línea puede ayudar a motivar el aprendizaje	0%	3%	10%	51%	36%

PREPARACIÓN ORGANIZACIONAL

El procedimiento de tecnología de enseñanza y aprendizaje basado en Inteligencia Artificial (IA) es fácilmente comprensible
 Tengo todos los recursos de preparación para aprender el sistema basado en IA en mi institución
 Disponemos de diferentes formas (virtuales, presenciales, etc.) de formación en nuestra institución
 Es fácil para mí aprender la tecnología de IA

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
El procedimiento de tecnología de enseñanza y aprendizaje basado en Inteligencia Artificial (IA) es fácilmente comprensible	0%	8%	30%	39%	24%
Tengo todos los recursos de preparación para aprender el sistema basado en IA en mi institución	3%	10%	39%	35%	14%
Disponemos de diferentes formas (virtuales, presenciales, etc.) de formación en nuestra institución	8%	11%	18%	44%	20%
Es fácil para mí aprender la tecnología de IA	0%	5%	23%	46%	26%

VENTAJA COMPETITIVA

Soy consciente de que algunas de las otras instituciones educativas están implementando un sistema de enseñanza y aprendizaje basado en IA
 Entiendo que al usar un sistema de enseñanza y aprendizaje basado en IA, mi institución tendrá una ventaja competitiva
 Creo que un sistema de enseñanza y aprendizaje basado en IA es necesario para sostener el sector educativo
 Soy consciente de que muchas instituciones se están moviendo hacia sistemas de enseñanza y aprendizaje basados en IA

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
Soy consciente de que algunas de las otras instituciones educativas están implementando un sistema de enseñanza y aprendizaje basado en IA	1%	8%	26%	38%	28%
Entiendo que al usar un sistema de enseñanza y aprendizaje basado en IA, mi institución tendrá una ventaja competitiva	1%	3%	16%	45%	35%
Creo que un sistema de enseñanza y aprendizaje basado en IA es necesario para sostener el sector educativo	1%	8%	23%	41%	28%
Soy consciente de que muchas instituciones se están moviendo hacia sistemas de enseñanza y aprendizaje basados en IA	1%	3%	18%	48%	31%

UTILIDAD PERCIBIDA

El uso de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) hace que mi proceso de aprendizaje sea más eficiente
 Creo que el uso de herramientas basadas en IA aumenta mi productividad en el aprendizaje
 Puedo lograr cosas más rápido usando herramientas basadas en IA

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
El uso de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) hace que mi proceso de aprendizaje sea más eficiente	3%	6%	25%	36%	30%
Creo que el uso de herramientas basadas en IA aumenta mi productividad en el aprendizaje	3%	0%	24%	43%	31%
Puedo lograr cosas más rápido usando herramientas basadas en IA	1%	3%	11%	48%	38%

FACILIDAD DE USO PERCIBIDA

El proceso de usar herramientas basadas en Inteligencia Artificial (IA) es fácilmente comprensible para mí
 Es fácil para mí operar con herramientas basadas en IA
 Podré usar herramientas basadas en IA en nuestra universidad
 Todos los estudiantes pueden aprender rápidamente sobre el uso de la tecnología basada en IA

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
El proceso de usar herramientas basadas en Inteligencia Artificial (IA) es fácilmente comprensible para mí	0%	5%	19%	45%	31%
Es fácil para mí operar con herramientas basadas en IA	0%	5%	15%	46%	34%
Podré usar herramientas basadas en IA en nuestra universidad	0%	3%	16%	46%	35%
Todos los estudiantes pueden aprender rápidamente sobre el uso de la tecnología basada en IA	1%	5%	20%	44%	30%

INTENCIÓN DE ADOPTAR

Creo que el sistema de enseñanza y aprendizaje basado en Inteligencia Artificial (IA) es ventajoso para nuestra institución
 Estoy a favor del uso de herramientas basadas en IA
 Me gustaría utilizar la tecnología basada en IA en todo su potencial
 En general, creo que el uso de tecnología basada en IA mejorará la productividad docente de nuestra institución (universidad)

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
Creo que el sistema de enseñanza y aprendizaje basado en Inteligencia Artificial (IA) es ventajoso para nuestra institución	0%	1%	23%	46%	30%
Estoy a favor del uso de herramientas basadas en IA	0%	3%	14%	48%	36%
Me gustaría utilizar la tecnología basada en IA en todo su potencial	0%	3%	15%	36%	46%
En general, creo que el uso de tecnología basada en IA mejorará la productividad docente de nuestra institución (universidad)	1%	3%	19%	41%	36%

VALOR PERCIBIDO

En comparación con la tarifa que debo pagar, el uso de la tecnología de Inteligencia Artificial (IA) en la universidad ofrece
 En comparación con el esfuerzo que debo hacer, el uso de la tecnología de IA en la universidad es beneficioso para mí
 En comparación con el tiempo que necesito dedicar, el uso de la tecnología de IA en la universidad me vale la pena
 En general, el uso de la tecnología de IA en la universidad me ofrece un buen valor

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
En comparación con la tarifa que debo pagar, el uso de la tecnología de Inteligencia Artificial (IA) en la universidad ofrece	3%	5%	49%	26%	18%
En comparación con el esfuerzo que debo hacer, el uso de la tecnología de IA en la universidad es beneficioso para mí	0%	1%	34%	43%	23%
En comparación con el tiempo que necesito dedicar, el uso de la tecnología de IA en la universidad me vale la pena	0%	3%	30%	40%	28%
En general, el uso de la tecnología de IA en la universidad me ofrece un buen valor	0%	1%	35%	36%	28%

INTENCIÓN DE USO CONTINUO

Tengo la intención de seguir utilizando el sistema de enseñanza y aprendizaje basado en IA en el futuro
 Dado que tengo en mi computadora acceso a aplicaciones de enseñanza y aprendizaje basadas en IA, predigo que las usaré
 Si tengo que usar temporalmente una computadora sin acceso a sistemas de enseñanza y aprendizaje basados en IA, tengo la intención de descargar e instalar aplicaciones de IA para mi uso continuo
 Espero que el uso de sistemas de enseñanza y aprendizaje basados en IA (tecnología basada en IA) continúe en el futuro

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
Tengo la intención de seguir utilizando el sistema de enseñanza y aprendizaje basado en IA en el futuro	0%	5%	16%	49%	30%
Dado que tengo en mi computadora acceso a aplicaciones de enseñanza y aprendizaje basadas en IA, predigo que las usaré	0%	4%	16%	44%	36%
Si tengo que usar temporalmente una computadora sin acceso a sistemas de enseñanza y aprendizaje basados en IA, tengo la intención de descargar e instalar aplicaciones de IA para mi uso continuo	1%	10%	16%	40%	33%
Espero que el uso de sistemas de enseñanza y aprendizaje basados en IA (tecnología basada en IA) continúe en el futuro	0%	3%	14%	41%	43%

RESILIENCIA

Mi institución es capaz de hacer frente a los cambios provocados por las interrupciones en el entorno empresarial
 Mi institución es capaz de adaptar fácilmente sus operaciones a las interrupciones en el entorno empresarial
 Mi institución es capaz de proporcionar una respuesta rápida a los efectos negativos de las interrupciones en el entorno empresarial
 Mi institución se mantiene al tanto de los cambios en el entorno universitario en todo momento

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
Mi institución es capaz de hacer frente a los cambios provocados por las interrupciones en el entorno empresarial	0%	1%	11%	61%	26%
Mi institución es capaz de adaptar fácilmente sus operaciones a las interrupciones en el entorno empresarial	0%	1%	14%	59%	26%
Mi institución es capaz de proporcionar una respuesta rápida a los efectos negativos de las interrupciones en el entorno empresarial	0%	3%	16%	56%	25%
Mi institución se mantiene al tanto de los cambios en el entorno universitario en todo momento	1%	3%	14%	51%	31%

Como queda reflejado en la Figura 12, los exalumnos muestran en general una alta aceptación y valoración positiva de la IA. Esta tendencia se evidencia por la predominancia de las respuestas en las categorías “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, que en muchos ítems superan el 90% de las respuestas acumuladas.

Análisis por dimensiones:

- **Utilidad percibida de la IA**
- Las afirmaciones sobre cómo la IA puede mejorar el aprendizaje o apoyar en la resolución de problemas reciben un fuerte respaldo por parte de los exalumnos.
- Las proporciones de “De acuerdo” más “Totalmente de acuerdo” suelen situarse en el rango de 0,8 a 0,9, lo que indica una convicción sólida respecto a la relevancia práctica de la IA.

Facilidad de uso

- Las respuestas reflejan una familiaridad creciente con la tecnología: muy pocos exalumnos marcan desacuerdo o neutralidad en ítems relacionados con la facilidad de interacción con herramientas de IA.
- La categoría “Ni de acuerdo, ni en desacuerdo” es menor al 10% en la mayoría de estos ítems, lo que sugiere poca incertidumbre.

Apoyo institucional / preparación organizacional

- Aunque algo más moderada que la utilidad percibida, la percepción del apoyo de la institución o del entorno organizacional es mayoritariamente positiva.
- Esto puede deberse a que muchos exalumnos ya se han insertado en ambientes laborales donde la IA es parte de la infraestructura habitual, lo cual refuerza su visión favorable.

Actitudes y confianza hacia la IA

- Hay un alto nivel de confianza y predisposición a incorporar la IA como complemento al juicio humano.
- No se percibe una sensación de amenaza o reemplazo, sino más bien una visión integradora y colaborativa de la IA en los procesos profesionales y educativos.

Como conclusión, la percepción de los exalumnos hacia la IA es marcadamente positiva, caracterizada por:

- Alta utilidad percibida.
- Confianza en la tecnología.
- Adaptación exitosa al uso de la IA.
- Reconocimiento del valor añadido que ofrece en contextos reales.

Esto sugiere que la experiencia profesional y la madurez académica consolidan la aceptación de la IA, y que los programas formativos que introducen gradualmente herramientas de IA están bien alineados con la evolución natural

de sus egresados. Además, estos resultados se alinean con hallazgos previos de investigaciones sobre la adopción de la IA en contextos universitarios, que destacan que factores como la complejidad organizativa, la preparación institucional y la ventaja competitiva son condiciones necesarias para su adopción efectiva (Erdmann y Toro-Dupouy, 2025).



3.1 Autopercepción de la innovación por parte de los exalumnos

La autopercepción de innovación entre los exalumnos refleja cómo valoran retrospectivamente su capacidad y disposición para adoptar y utilizar tecnologías emergentes, especialmente la IA, durante su formación en línea. Los resultados indican que esta percepción estuvo influida por su experiencia previa con herramientas digitales, su apertura al cambio y la confianza en sus propias competencias tecnológicas.

Tal como plantean Shalev y Morwitz (2012), la autoinnovación influye significativamente en la probabilidad de adoptar nuevas tecnologías. En línea con este planteamiento, los exalumnos que se percibieron a sí mismos como innovadores durante sus estudios manifestaron un mayor compromiso con las herramientas de IA, así como una experiencia de aprendizaje más activa y enriquecedora.

Además, estos exalumnos señalaron que su actitud innovadora no solo favoreció su rendimiento académico, sino que también influyó positivamente en sus entornos colaborativos, alentando a sus compañeros a explorar nuevas soluciones tecnológicas. Asimismo, valoraron positivamente las iniciativas institucionales que promovieron la experimentación, ofrecieron formación

técnica y reconocieron el uso creativo de la tecnología.

En conjunto, los hallazgos sugieren que fortalecer la autopercepción de innovación durante los estudios puede tener efectos sostenidos en la adopción de tecnologías educativas y en el desarrollo de competencias digitales más allá de la etapa académica.

Los resultados reflejan una percepción positiva hacia la innovación tecnológica entre los exalumnos. La mayoría mostró un alto nivel de acuerdo con las afirmaciones planteadas. Por ejemplo, el 66,3 % manifestó que los productos de alta tecnología son importantes para ellos (36,3 % de acuerdo y 30,0 % totalmente de acuerdo). Asimismo, el 58,8 % indicó que se interesarían especialmente en utilizar un nuevo producto tecnológico apenas esté disponible. En cuanto a estar entre los primeros en enterarse o adoptar estas innovaciones, el 58,8 % y el 52,5 %, respectivamente, mostraron estar de acuerdo o totalmente de acuerdo. Estos datos sugieren una actitud favorable hacia la innovación, con una tendencia destacada a mantenerse actualizados y adoptar tempranamente nuevas tecnologías.

Figura 13 → AUTOPERCEPCIÓN DE LA INNOVACIÓN

Fuente: Elaboración propia

Los productos de alta tecnología son una categoría de productos/servicios muy importante para mí.



Normalmente soy una de las primeras personas en enterarse de nuevos productos o servicios de alta tecnología.



Si me enterara de que hay un nuevo producto de alta tecnología disponible en el mercado, me interesaría utilizarlo especialmente.



En general, soy de los primeros en mi círculo de amigos en utilizar un nuevo producto de alta tecnología cuando está disponible.

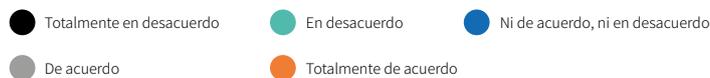
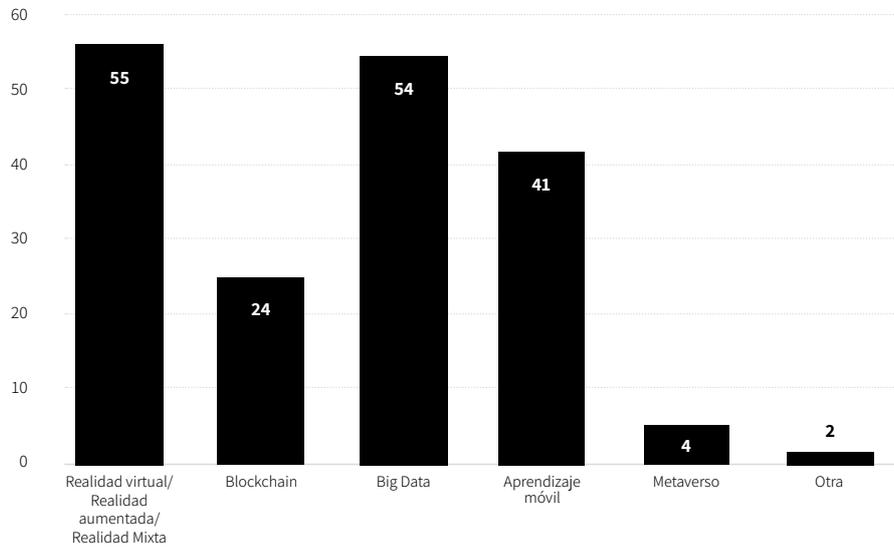


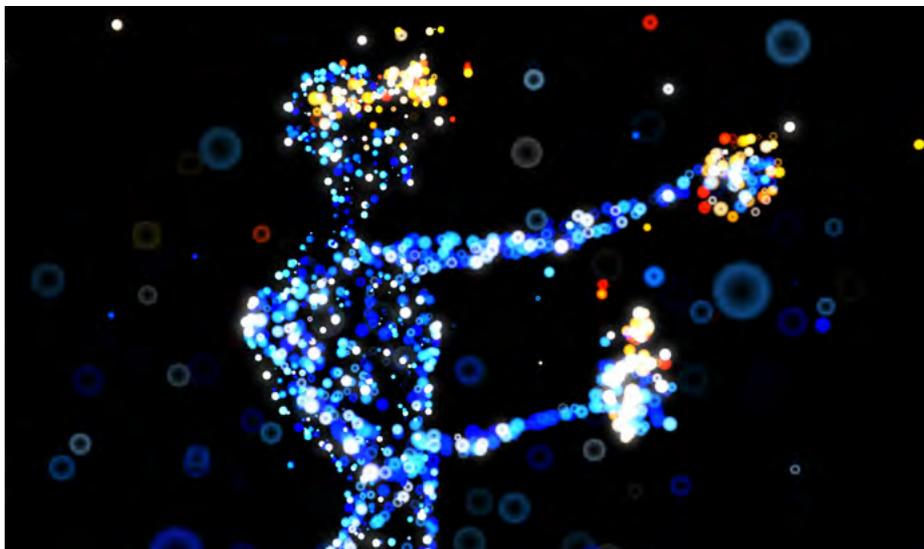
Figura 14 →**TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA EDUCACIÓN QUE MÁS IMPACTO TENDRÁN EN EL FUTURO INMEDIATO**

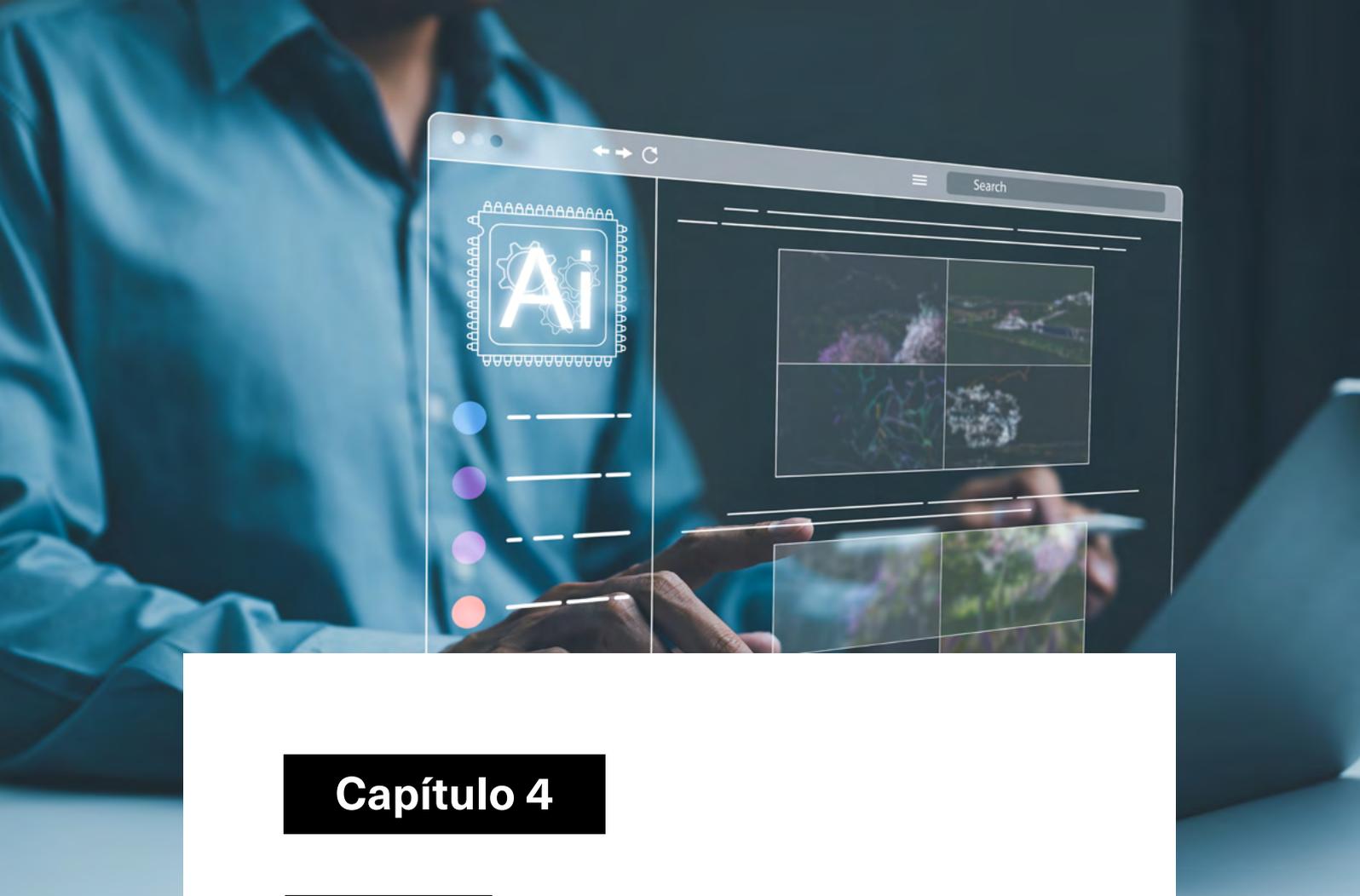
Fuente: Elaboración propia



3.2. Otras tecnologías aplicadas a la educación

Ante la pregunta sobre las tecnologías que tendrán mayor impacto en la educación en el futuro inmediato, los exalumnos señalaron principalmente tres tendencias: la realidad virtual, aumentada o mixta (30,6 %), el Big Data (30,0 %) y el aprendizaje móvil (22,8 %). Estas tecnologías destacan por su potencial para transformar la experiencia educativa a través de la personalización, la accesibilidad y la inmersión. En menor medida, también se mencionaron el *blockchain* (13,3 %) y el metaverso (2,2 %), mientras que un porcentaje muy reducido (1,1 %) optó por otras tecnologías. Estos resultados reflejan una clara orientación hacia herramientas que ya están demostrando aplicaciones prácticas en entornos educativos.





Capítulo 4

Resultados cualitativos: Entrevistas en profundidad

Este apartado presenta los hallazgos de la investigación cualitativa basada en entrevistas en profundidad con cinco exalumnos universitarios de diferentes países latinoamericanos. El objetivo principal fue comprender cómo los estudiantes experimentan la inteligencia artificial (IA) en entornos universitarios, enfocado desde la perspectiva del “*student journey*”. Se aplicaron métodos de codificación temática, modelado de temas y análisis de sentimientos.

Se realizaron entrevistas en profundidad utilizando una guía estructurada por constructos relacionados con la adopción tecnológica: efectividad percibida, facilidad de uso, utilidad, valor percibido, intención de uso continuo, entre otros. Los testimonios fueron analizados mediante:

- Codificación temática manual (Braun & Clarke, 2006)
- Modelado de temas con NMF (Lee & Seung, 1999)
- Análisis de sentimientos con TextBlob (Loria, 2018)

4.1 Codificación temática

Los temas más recurrentes fueron:

- **Efectividad del aprendizaje en línea:** todos valoran la flexibilidad y el acceso global, aunque critican la falta de metodologías adaptadas al entorno digital. Esta percepción se alinea con estudios sobre aprendizaje mediado por tecnología que destacan la importancia del diseño instruccional (Laurillard, 2012).
- **Adopción de la IA:** perciben que las instituciones están a medio camino. La IA se usa de forma puntual pero no integrada en el diseño pedagógico. Esta falta de integración ha sido identificada por Holmes et al. (2019) como un desafío clave en la educación superior.
- **Ventaja competitiva:** coinciden en que el uso estratégico de la IA puede fortalecer la reputación institucional. Según Selwyn (2019), las universidades están comenzando a ver la IA como un factor diferenciador.
- **Utilidad percibida:** las herramientas de IA son vistas como valiosas cuando se utilizan con criterio. Hay conciencia de sus limitaciones. Esto refleja el marco de la Tecnología de Aceptación (TAM) de Davis (1989), donde la utilidad percibida es crucial para la adopción.
- **Facilidad de uso:** las plataformas educativas, como Blackboard, reciben críticas por su poca intuitividad frente a alternativas como Canvas. Esto también influye en la adopción, como indica el TAM.
- **Intención de uso continuo:** hay voluntad de seguir usando la IA si se mejora su integración y aplicabilidad. Según Venkatesh et al. (2003), la intención de uso futuro depende del valor percibido y la facilidad de uso.



4.2 Modelado de Temas (NMF)

Se identificaron patrones de vocabulario común relacionados con “herramientas”, “efectividad”, “grupo”, “casos prácticos” y “soluciones”. Estas categorías reflejan tanto necesidades pedagógicas como de gestión del conocimiento (Chi & Wylie, 2014).

4.3 Análisis de Sentimientos

La polaridad emocional fue ligeramente negativa (-0.29 a -0.43), debido a menciones críticas sobre plataformas o brechas institucionales. La subjetividad fue alta (>0.7), lo que refleja un discurso altamente personal y reflexivo, coherente con los enfoques cualitativos centrados en la experiencia vivida (Denzin & Lincoln, 2018).

4.4 Conclusiones de los resultados cualitativos

El aprendizaje digital es valorado positivamente por su accesibilidad, y aunque la IA es reconocida como una herramienta poderosa, su uso entre los estudiantes sigue siendo marginal y no sistemático. Estos demandan mayor interactividad, metodologías activas y una formación más alineada con el mundo profesional. Por ello, se recomienda integrar la IA como parte del diseño curricular, no como un accesorio, sino como un facilitador del aprendizaje activo (Luckin et al., 2016); actualizar las plataformas educativas evaluando LMS más modernos y usables como Canvas, o enriqueciendo Blackboard con funcionalidades adaptativas; formar a los docentes en IA mediante programas de capacitación estructurados que superen brechas generacionales y técnicas (Zawacki-Richter et al., 2019); incluir experiencias colaborativas con IA, como proyectos grupales que combinen trabajo humano con asistencia tecnológica; y monitorear el impacto mediante indicadores clave de desempeño (KPIs) que midan adopción, satisfacción y resultados académicos. En conclusión, este estudio revela que, aunque la IA representa una promesa reconocida por los estudiantes, su implementación efectiva exige compromiso institucional, inversión tecnológica y una transformación pedagógica profunda.

Capítulo 5

Conclusiones

- **La educación en línea ha alcanzado una sólida legitimidad:**
Los exalumnos no solo valoran la experiencia *online*, sino que la promueven activamente. La modalidad ha pasado de ser una alternativa secundaria a una opción educativa principal y respetada.
- **La modalidad híbrida emerge como una solución óptima:**
Combina lo mejor de la presencialidad y la virtualidad. Refleja una evolución hacia modelos más flexibles y adaptativos a las necesidades del estudiante adulto.
- **La inteligencia artificial es vista como motor de cambio educativo:**
Existe una actitud receptiva y positiva hacia su uso, aunque su implementación sigue siendo parcial. La IA debe integrarse mejor en el diseño curricular y no limitarse a acciones accesorias.
- **La percepción de innovación fortalece la experiencia de aprendizaje:**
Los estudiantes que se consideran innovadores tienen una mejor disposición a utilizar tecnologías, lo cual mejora tanto su experiencia académica como su interacción profesional posterior.
- **Recomendaciones para las instituciones:**
 - Diseñar estrategias pedagógicas que integren activamente la IA.
 - Mejorar la usabilidad de las plataformas educativas.
 - Capacitar a los docentes en herramientas digitales.
 - Promover metodologías activas y colaborativas.
 - Medir el impacto del uso de tecnologías con indicadores concretos (KPIs).

Tal como señalan Erdmann y Toro-Dupouy (2025), la implementación efectiva de la IA en instituciones de educación superior depende no solo de la percepción individual, sino de factores organizativos como la preparación, la compatibilidad y el soporte externo, que deben considerarse condiciones mínimas para evitar fallos en su adopción.

Reconocimientos y Notas sobre los datos

Reconocimientos

El autor agradece a la Dra. Anett Erdmann, directora del Departamento de Marketing de ESIC University, por su colaboración en el diseño del cuestionario utilizado para la realización de este informe.

Nota sobre los datos

1. Los porcentajes contenidos en este informe han sido redondeados, por tanto, es posible que algunos totales sean ligeramente superiores o inferiores a 100.
2. Algunos de los gráficos y descripciones presentan resultados en los que los participantes podían elegir más de una opción.
3. Los datos han sido auto proporcionados por los participantes.

Referencias bibliográficas

Al-Emran, M., Mezhyuev, V., & Kamaludin, A. (2018). Technology Acceptance Model in M-learning context: A systematic review. *Computers & Education*, 125, 389-412.

Alharbi, S., & Drew, S. (2014). Using the Technology Acceptance Model in understanding academics' behavioural intention to use Learning Management Systems. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 5(1), 143-155.

Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS quarterly*, 351-370.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

Chatterjee, S., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Baabdullah, A. M. (2021). Understanding AI adoption in manufacturing and production firms using an integrated TAM-TOE model. *Technological Forecasting and Social Change*, 170, 120880.

Chi, M. T. H., & Wylie, R. (2014). The ICAP framework: Linking cognitive engagement to active learning outcomes. *Educational Psychologist*, 49(4), 219-243.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). Sage.

Erdmann, A., & Toro-Dupouy, L. (2025). *The influence of the institutional environment on AI adoption in universities: Identifying value drivers and necessary conditions*. *European Journal of Innovation Management*.
<https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2024-0407>

Holmes, W., Bialik, M., & Fadel, C. (2019). *Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning*. Center for Curriculum Redesign.

Hong, J., Lee, O. K., & Suh, W. (2013). A study of the continuous usage intention of social software in the context of instant messaging. *Online Information Review*, 37(5), 692-710.

Huang, R., & Russell, J. (2022). Artificial Intelligence in Higher Education: A Study of Students' Perceptions of AI-Enabled Educational Tools. *Journal of Educational Technology Systems*, 50(1), 67-82.

Kaur, S., Tandon, N., & Matharou, G. S. (2020). Contemporary trends in education transformation using artificial intelligence. In *Transforming Management Using Artificial Intelligence Techniques* (pp. 89-103). CRC Press.

Laurillard, D. (2012). Teaching as a Design Science: *Building Pedagogical Patterns for Learning and Technology*. Routledge.

Lee, D. D., & Seung, H. S. (1999). Learning the parts of objects by non-negative matrix factorization. *Nature*, 401(6755), 788–791.

Lengnick-Hall, C. A., Beck, T. E., & Lengnick-Hall, M. L. (2011). Developing a capacity for organizational resilience through strategic human resource management. *Human Resource Management Review*, 21(3), 243-255.

Loria, S. (2018). *TextBlob: Simplified Text Processing*. Retrieved from <https://textblob.readthedocs.io/en/dev/>

Luckin, R., Holmes, W., Griffiths, M., & Forcier, L. B. (2016). *Intelligence Unleashed: An Argument for AI in Education*. Pearson.

Magda, A. J., Capranos, D., & Aslanian, C. B., (2020). *Online college students 2020: Comprehensive data on demands and preferences*. Louisville, KY: Wiley Education Services.

Parker, H., & Ameen, K. (2018). The role of resilience capabilities in shaping how firms respond to disruptions. *Journal of Business Research*, 88, 535-541.

Renz, A. (2023). AI in Education: Educational Technology and AI: Challenges and Requirements for the Educational Technologies of the Future. In *Work and AI 2030: Challenges and Strategies for Tomorrow's Work* (pp. 353-360). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. In *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 432-448). Routledge.

Selwyn, N. (2019). Should robots replace teachers? AI and the future of education. *Polity Press*.

Shalev, E., & Morwitz, V. G. (2012). Influence via comparison-driven self-evaluation and restoration: The case of the low-status influencer. *Journal of Consumer Research*, 38(5), 964-980.

Sutcliffe, K. M., & Vogus, T. J. (2003). Organizing for resilience. In K. S. Cameron, J. E. Dutton, & R. E. Quinn (Eds.), *Positive Organizational Scholarship: Foundations of a New Discipline* (pp. 94-110). San Francisco: Berrett-Koehler.

Toro Dupouy, L. (2023, septiembre). *E-learning 2023: Tendencias y Percepciones sobre la Educación en Línea y la Adopción de Tecnologías Educativas*. OBS Business School.

Toro Dupouy, L. (2024, agosto). El poder de la percepción: cómo ven los estudiantes la educación en línea y la IA en 2024. OBS Business School.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.

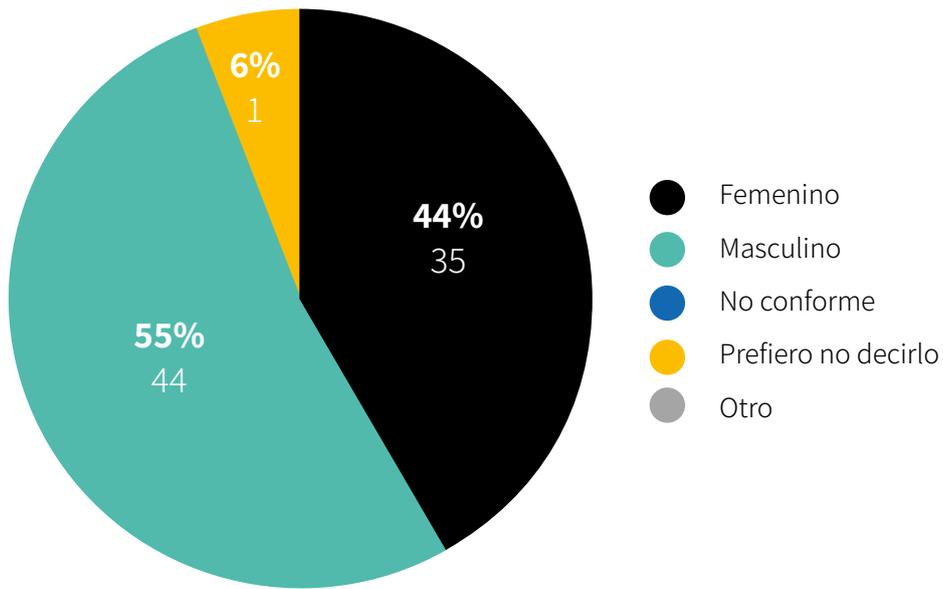
Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157-178.

Zawacki-Richter, O., Marín, V. I., Bond, M., & Gouverneur, F. (2019). Systematic review of research on artificial intelligence applications in higher education—where are the educators? *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(1), 1–27.

Anexos

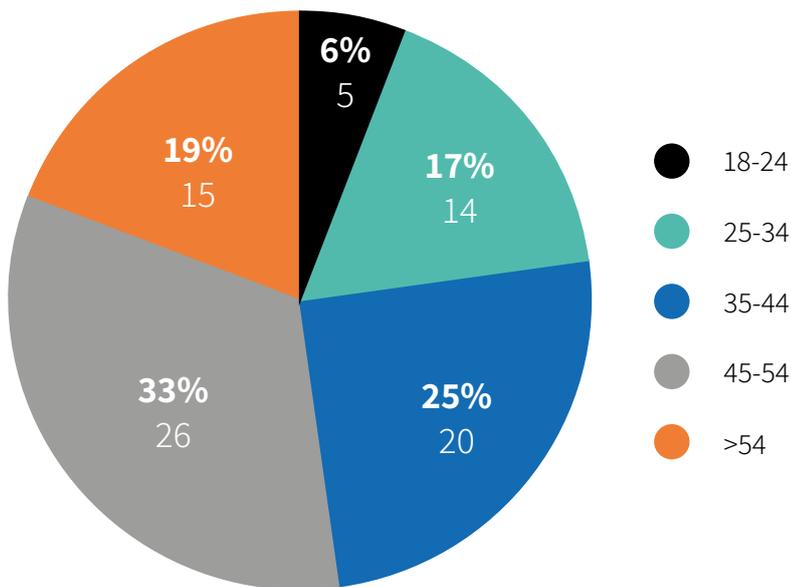
Anexo 1 →

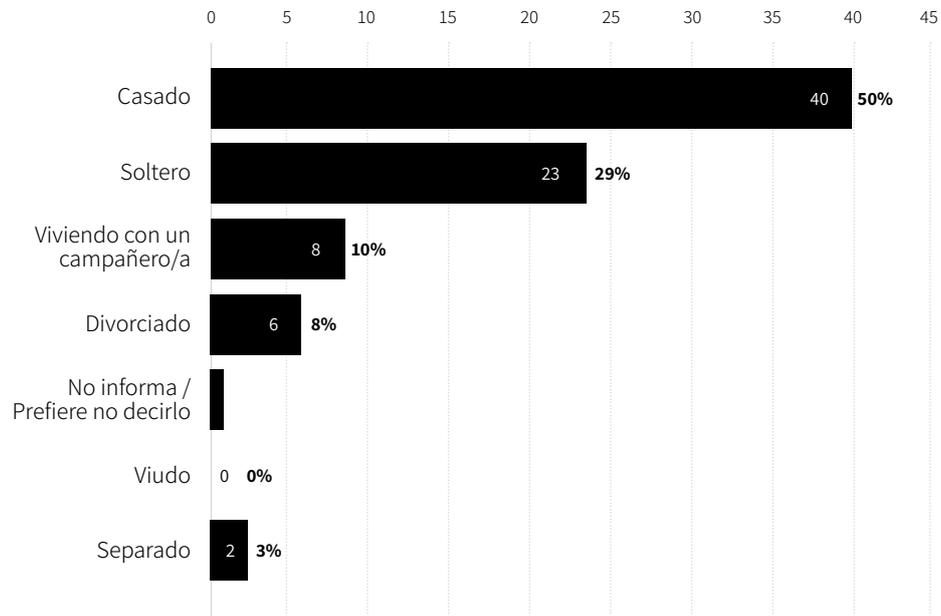
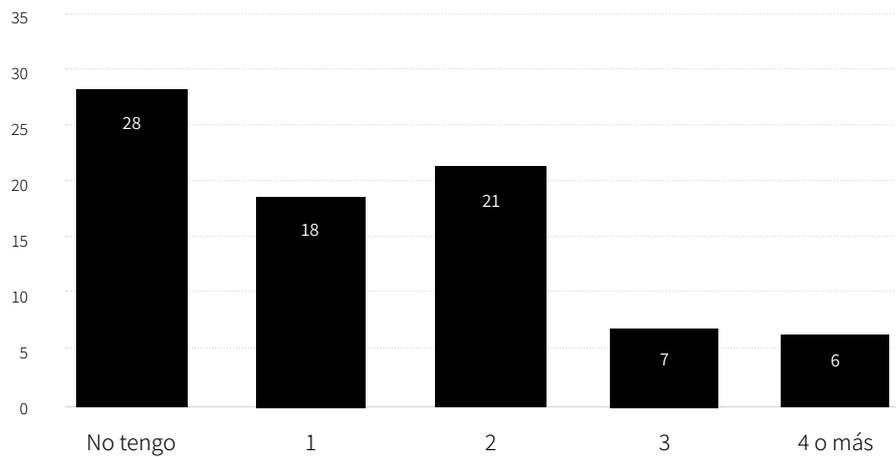
PERFIL DEMOGRÁFICO DE LOS PARTICIPANTES

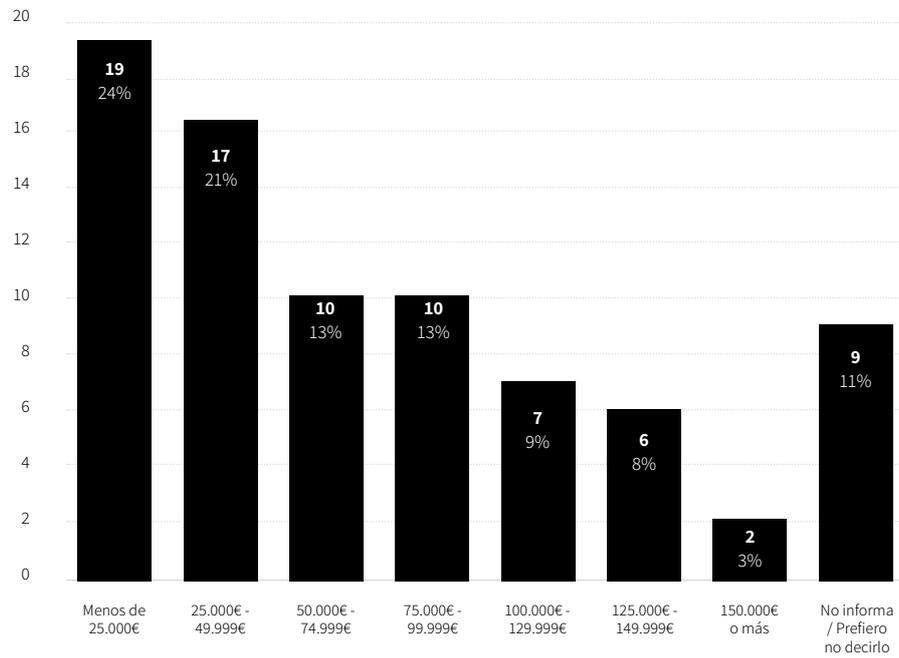
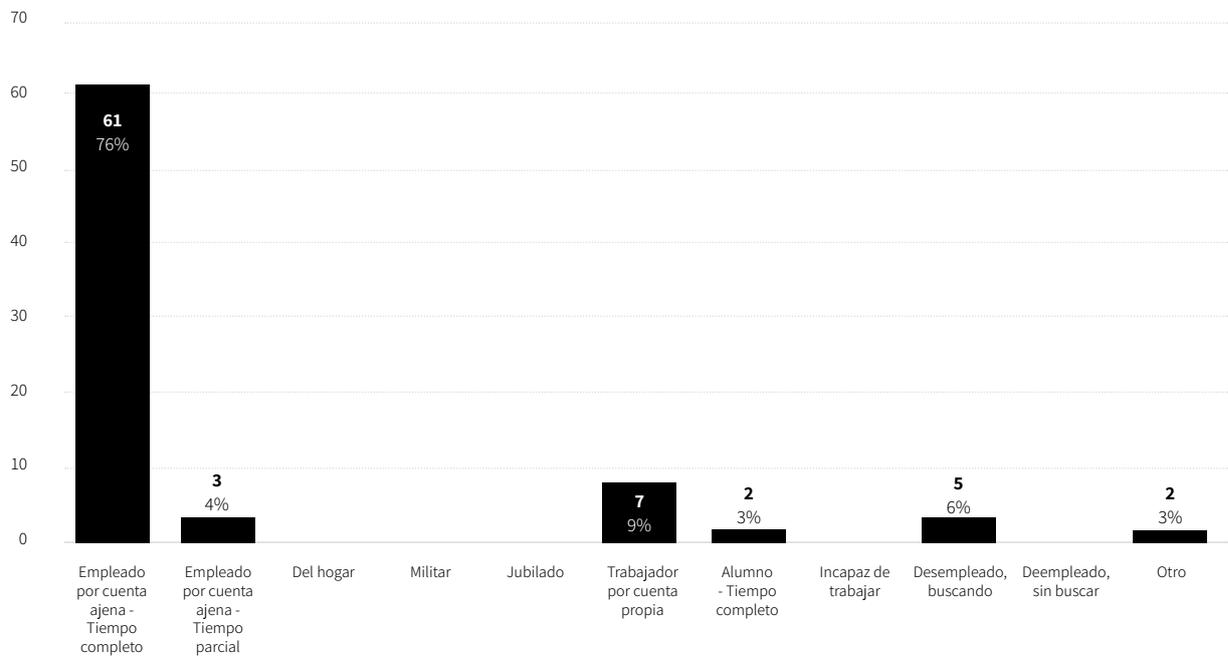


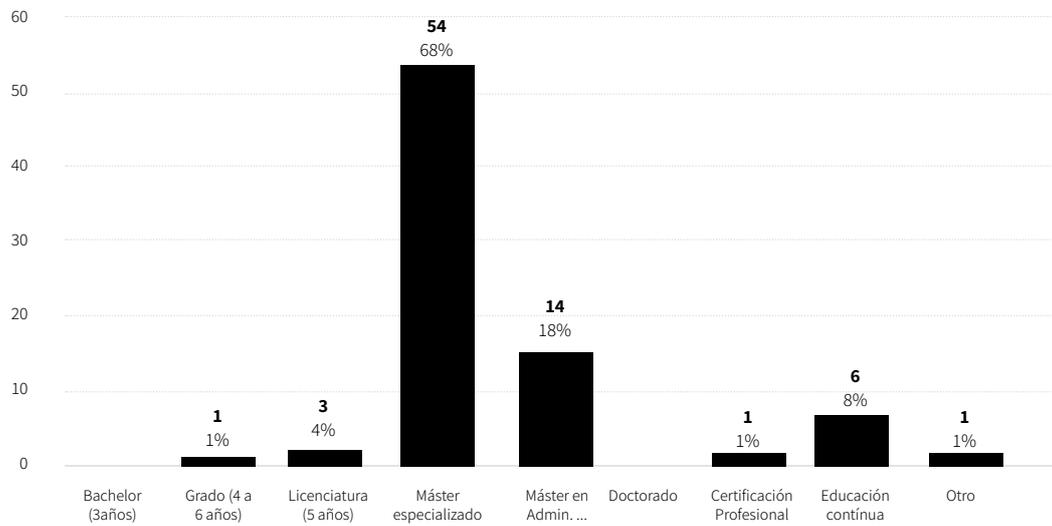
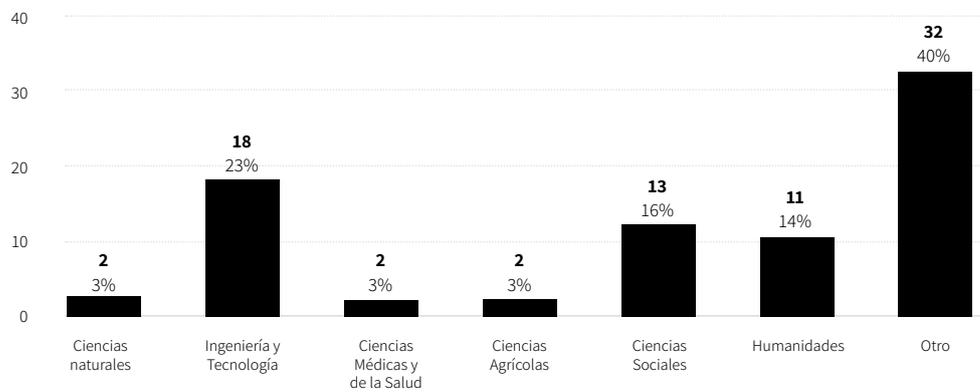
Anexo 2 →

EDAD



Anexo 3 →**ESTADO CIVIL****Anexo 4** →**NÚMERO DE HIJOS**

Anexo 5 →**INGRESO ANUAL DEL HOGAR****Anexo 6** →**ESTADO DE EMPLEO**

Anexo 7 →**TÍTULO OBTENIDO EN LA INSTITUCIÓN INDICADA****Anexo 8 →****PROGRAMA CURSADO**



OBS Business School

School of **Business Administration & Leadership**

School of **Innovation & Technology Management**



 **Planeta Formación y Universidades**