

OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO PARA TUTORES EN EL APRENDIZAJE EN LÍNEA: UN ESTUDIO DE CASO PREPLY EN EL MERCADO COLOMBIANO

VIVIANA ROCIO AGUIRRE CUEVAS, GISELLA ATUESTA GARZON, MARIA PAULA CHACON GALINDO Y SARA DANIELA PINEDA GARZON

Universidad EAN

Resumen

En un entorno globalizado de la educación en línea, Preply logrando destacarse como una plataforma líder en la enseñanza de idiomas y tutoría personalizada. Su enfoque estratégico se basa: expansión global y personalización del aprendizaje, permitiendo un rápido crecimiento en diversos mercados internacionales. Sin embargo, este modelo dual, plantea desafíos significativos, en cuanto a cómo equilibrar ambas estrategias de manera eficaz. Este estudio explora en detalle las estrategias de Preply, evaluando su sostenibilidad y su capacidad para diferenciarse en un mercado competitivo. A través de un análisis profundo, de la implementación de estrategias, se identifica factores claves que han contribuido a su éxito, así como posibles áreas de mejora que podrían optimizar su enfoque en futuros desafíos. En conclusión, el estudio proporciona una visión integral sobre como Preply puede continuar fortaleciendo su posición en el mercado, ajustando sus estrategias a los cambios dinámicos del entorno educativo global.

Palabras clave: Preply, expansión global, aprendizaje personalizado, educación en línea, satisfacción del usuario, competitividad del mercado.

Introducción

La educación en línea ha revolucionado la forma en que las personas acceden al conocimiento, ofreciendo oportunidades para aprender y crecer desde cualquier rincón del mundo. En este escenario de transformación, plataformas como Preply han emergido como actores clave, destacándose por su enfoque en la enseñanza de idiomas y la tutoría personalizada. Al poner énfasis en la expansión global y la personalización del aprendizaje, Preply ha logrado posicionarse como un referente en el competitivo mercado de la educación virtual (Porter, 1985).

No obstante, este camino hacia el éxito no está exento de desafíos. La expansión global implica mucho más que entrar en nuevos territorios; exige una adaptación minuciosa a contextos culturales, normativos y lingüísticos que pueden diferir enormemente entre sí (Johanson & Vahlne, 1977). Por su parte, la personalización del aprendizaje ha redefinido

las expectativas de los usuarios, quienes buscan experiencias adaptadas a sus necesidades específicas en un mercado donde la oferta de opciones es abrumadora (Shute & Towle, 2003).

El presente estudio de caso explora en detalle las estrategias de Preply, analizando su influencia en el crecimiento sostenible y en la consolidación de su posición de liderazgo en el mercado global del desarrollo de la educación virtual. A través de un enfoque integral, se busca no solo destacar los factores que han impulsado los logros obtenidos, sino también identificar oportunidades de mejora que permitan optimizar el modelo de negocio frente a los desafíos que plantea la ambiciosa estrategia de expansión y personalización, por ende, se utilizaron herramientas tecnológicas como (ChatGPT, Scisspace) para obtener información referente a esta problemática.

Marco de referencia

En el entorno de la educación en línea, las plataformas como Preply han demostrado ser actores clave en la expansión global del aprendizaje digital. Según (Allen & Seaman, 2015), la educación en línea ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, brindando acceso a estudiantes de todo el mundo. Sin embargo, este fenómeno global plantea desafíos sobre cómo adaptar los modelos educativos a diferentes contextos culturales, económicos y tecnológicos. Preply ha respondido a estos desafíos implementando una estrategia de personalización del aprendizaje, lo que le permite ofrecer una experiencia educativa adaptada a las necesidades individuales de los usuarios (Gupta, 2019).

Por otro lado, la expansión global es una estrategia fundamental en un mercado competitivo, pero, como indica (Lunnan & O’Kane, 2020), la integración de mercados locales en una estrategia globalizada puede ser compleja. Preply, a través de su modelo dual, ha logrado abordar este reto al mantener una fuerte presencia local mientras mantiene su identidad global. La combinación de personalización y expansión global le ha permitido captar usuarios de diversas partes del mundo, aprovechando la demanda de flexibilidad y acceso a clases personalizadas (Smith, 2021).

No obstante, el éxito de Preply en el mercado global también ha dependido de su capacidad para gestionar la satisfacción y la retención de usuarios. Como argumentan Chen et al. (2016), la satisfacción del cliente en plataformas de educación en línea está estrechamente relacionada con la calidad de la experiencia de aprendizaje, la flexibilidad y la interacción directa con los tutores. En el caso de Preply, el modelo de tutoría personalizada ha demostrado ser un factor clave en la satisfacción de los usuarios, pero también plantea preguntas sobre su sostenibilidad en términos de retención a largo plazo, especialmente cuando se enfrenta a la creciente competencia de otras plataformas (Johnson & Lee, 2018).

La capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y de mercado es otro factor esencial para Preply, dado que la industria de la educación en línea es altamente dinámica. Según

(Spector, 2016), las plataformas educativas deben evolucionar continuamente para incorporar nuevas tecnologías y metodologías de enseñanza que respondan a las expectativas de los usuarios. Preply ha invertido en mejorar su plataforma tecnológica, lo que le ha permitido ofrecer una experiencia de usuario más atractiva y accesible, a la vez que mantiene su competitividad frente a plataformas que también buscan personalizar el aprendizaje.

El análisis de las estrategias de expansión y personalización de Preply puede servir como una referencia para futuras investigaciones sobre cómo las plataformas educativas pueden equilibrar estos dos enfoques para lograr un crecimiento sostenible. En este sentido, el trabajo de (Porter, 1985) sobre estrategias competitivas proporciona un marco útil para entender cómo las empresas pueden diferenciarse en mercados saturados. La clave, como señala Porter, radica en la capacidad de las plataformas para adaptar sus ofertas a las necesidades locales sin perder su ventaja competitiva global.

Metodología

Enfoque

El enfoque de esta investigación será mixto, en el cuantitativo se empleará para medir el impacto de las estrategias de marketing digital y la personalización del aprendizaje en la retención de usuarios y en la optimización de los beneficios financieros, a través de técnicas estadísticas, se analizarán los datos de participación, ingresos generados por los tutores, y la retención de los estudiantes tras la implementación de estrategias personalizadas.

La combinación de ambos enfoques permitirá no solo analizar resultados tangibles, como la retención y las ganancias, sino también comprender los factores que subyacen en las decisiones de los usuarios y su satisfacción con el servicio.

Alcance de la investigación

El alcance de esta investigación es tanto descriptivo como analítico. Se busca describir las preferencias tecnológicas de los tutores colombianos en plataformas como Preply, así como analizar las consecuencias de implementar estrategias de marketing digital y personalización del aprendizaje en la plataforma. Esto permitirá entender cómo los tutores pueden aprovechar estas herramientas para maximizar sus ingresos y mejorar su posicionamiento en el mercado educativo digital. En términos geográficos, el estudio se enfocará exclusivamente en Colombia, lo que facilitará la adaptación de las estrategias tecnológicas y de marketing a las características específicas de este mercado, tales como el acceso a tecnologías digitales y las tendencias de consumo locales.

El período de investigación abarcará 2 meses desde la implementación de las estrategias de marketing digital en Preply. Este horizonte temporal permitirá evaluar los cambios en el comportamiento de los usuarios, los niveles de retención y la evolución de los ingresos generados por los tutores en la plataforma durante este tiempo.

En cuanto al contenido, el estudio se centrará en tres áreas clave:

- Las preferencias tecnológicas de los tutores colombianos.
- La personalización del aprendizaje mediante el uso de herramientas digitales.
- Las ventajas competitivas que ofrece Preply a los tutores que adoptan estas estrategias.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación será no experimental, de tipo transversal y explicativo, lo que significa que no se manipularán las variables de estudio, sino que se observarán los efectos de las estrategias de marketing digital y personalización sobre los usuarios de Preply en un momento dado. El enfoque transversal implica que la recolección de datos se hará en un momento específico del tiempo, durante el período de implementación de las estrategias, para evaluar su impacto en variables clave como la participación de los usuarios, la retención y las ganancias de los tutores.

Población

La presente investigación define su población objetivo como los usuarios actuales y potenciales de la plataforma Preply dentro del mercado colombiano, abarcando no solo a tutores y estudiantes, sino también a instituciones educativas que buscan diversificar su oferta formativa a través de soluciones tecnológicas. Este enfoque integral permite capturar una visión holística del ecosistema educativo digital en el país.

En primer lugar, los tutores registrados en Preply constituyen un segmento clave. Estos profesionales ofrecen servicios de enseñanza en diversas disciplinas, tanto a nivel nacional como internacional, con un énfasis particular en aquellos que atienden a estudiantes colombianos. Se explora la diversidad en cuanto a su área de especialización, que abarca desde idiomas hasta matemáticas y ciencias, así como los distintos niveles de experiencia que presentan. La forma en que estos tutores adoptan herramientas tecnológicas y estrategias de enseñanza personalizadas es crucial para maximizar su éxito y competitividad en el entorno digital.

En segundo lugar, los estudiantes potenciales en Colombia representan un grupo con un enorme potencial de crecimiento. Estos usuarios de internet, que aún no han adoptado Preply como su plataforma de aprendizaje, buscan soluciones educativas que ofrezcan flexibilidad, personalización y calidad. Identificar sus preferencias tecnológicas y las barreras que enfrentan para acceder a plataformas como Preply resulta fundamental para ampliar la base de usuarios y optimizar la oferta educativa.

Finalmente, la investigación considera a las instituciones educativas colombianas, como universidades, academias y escuelas, que podrían integrar plataformas como Preply en sus modelos educativos para mejorar su alcance y efectividad.

El estudio se enfoca en tres subpoblaciones:

- Tutores registrados en Preply (9).
- Estudiantes potenciales en Colombia (16).
- Instituciones educativas (3).

Muestra

El total de la muestra está limitado a 28 entre personas e instituciones educativas debido a las restricciones del estudio y la necesidad de obtener resultados descriptivos de un grupo accesible y representativo. Se utiliza un enfoque no probabilístico por conveniencia, lo que implica que se seleccionarán aquellos participantes que estén disponibles y dispuestos a participar en el estudio.

Distribución de la muestra

La muestra total de 28 personas se distribuirá de la siguiente manera:

- Tutores de Preply: Se incluirán un máximo de 9 tutores que actualmente utilicen la plataforma. Este grupo es clave, ya que proporcionará información sobre la personalización del aprendizaje y la gestión de clases mediante la plataforma.
- Estudiantes potenciales: Se seleccionarán hasta 16 estudiantes en Colombia que consideren utilizar Preply para mejorar su educación en línea. Se recogerán datos sobre sus expectativas tecnológicas y educativas.
- Representantes de instituciones educativas: Serán 3 representantes de instituciones educativas que tengan interés en integrar plataformas como Preply en sus programas formativos.

Selección de métodos e instrumentos para recolección de información

Se han seleccionado métodos e instrumentos que aseguran una recolección de información robusta y alineada con los objetivos del estudio. Considerando el enfoque descriptivo y correlacional, los métodos elegidos combinan técnicas cuantitativas y cualitativas, lo cual es esencial para obtener una visión comprensiva de las variables que afectan a los tutores y estudiantes de la plataforma Preply en Colombia.

Para los datos cuantitativos, se emplearán encuestas estructuradas dirigidas tanto a tutores como a estudiantes. Este método es ideal en estudios descriptivos, ya que permite la recolección de datos estandarizados que facilitan el análisis estadístico y la comparación entre participantes. Las encuestas estarán diseñadas utilizando escalas tipo Likert, ampliamente reconocidas por su capacidad para medir percepciones y actitudes de forma consistente y válida. Los cuestionarios medirán variables clave como las preferencias tecnológicas, la percepción de la personalización del aprendizaje, y la efectividad de las herramientas digitales implementadas. Se utilizarán preguntas adaptadas de instrumentos previamente validados en la literatura sobre educación en línea y tecnología educativa, lo que asegura la fiabilidad de los resultados.

En cuanto a los datos cualitativos, se realizarán encuestas con tutores y estudiantes, esta técnica cualitativa permitirá una exploración más profunda de las experiencias individuales, especialmente en lo que respecta a la implementación de estrategias de personalización del aprendizaje y el uso de herramientas tecnológicas. Las entrevistas seguirán una guía estructurada, con preguntas abiertas que permitirán obtener información detallada y contextualizada sobre las prácticas y percepciones de los participantes. La flexibilidad de este método garantiza que se capturen aspectos emergentes que podrían no haber sido anticipados en las encuestas.

Para complementar los métodos anteriores, se realizará observación directa de las clases impartidas por tutores en Preply, con el consentimiento adecuado de los participantes. Este método permitirá evaluar en tiempo real cómo los tutores integran las herramientas tecnológicas en sus lecciones y cómo interactúan con sus estudiantes en un entorno virtual. Se utilizará un formato de observación previamente diseñado, con criterios claros y específicos que se alinean con las variables del estudio, tales como el uso de tecnologías y la personalización de la enseñanza. La observación directa proporcionará datos empíricos que complementarán las percepciones reportadas por los participantes en las encuestas y entrevistas.

Finalmente, se incorporará el análisis de datos secundarios utilizando información disponible en la plataforma Preply, como las tasas de retención de estudiantes, la participación activa de tutores, y los ingresos generados. Este tipo de análisis aportará una visión objetiva y cuantificable de los efectos de las estrategias tecnológicas en el rendimiento de los tutores y estudiantes, lo que permitirá correlacionar estos datos con las percepciones obtenidas en los otros métodos.

Esta combinación de métodos mixtos asegura la validez y confiabilidad de los datos recogidos, y garantiza que los instrumentos seleccionados sean coherentes con los objetivos del estudio. Al emplear tanto encuestas estandarizadas como entrevistas cualitativas y observaciones, se logra una comprensión integral y profunda del impacto de las estrategias digitales en el contexto educativo de Preply en Colombia. Además, el análisis de datos secundarios proporciona una capa adicional de precisión y objetividad en la medición de las variables dependientes, lo que fortalece los hallazgos de la investigación.

Resultados

1er objetivo específico: Desarrollar enfoques personalizados en el aprendizaje en línea mediante la integración de herramientas digitales innovadoras, que permiten adaptar los contenidos a las características individuales de los estudiantes, mejorando así su experiencia educativa en plataformas como Preply.

Aumento en la Retención de Estudiantes

La personalización en la enseñanza permite adaptar los contenidos a las necesidades individuales de los estudiantes, generando una experiencia de aprendizaje más significativa y atractiva. Esto se traduce en un aumento en la retención de estudiantes, ya que los alumnos se sienten más comprometidos y motivados al percibir que sus objetivos personales son considerados en cada lección. Según estudios recientes, los estudiantes que reciben clases personalizadas tienen un 40% más de probabilidad de renovar sus sesiones con el mismo tutor (Kim & Choi, 2021). Esto implica que, con un enfoque personalizado, los tutores en Preply podrían construir una base de estudiantes leales, lo cual incrementaría su estabilidad económica y oportunidades de ingreso a largo plazo.

Incremento en la Satisfacción de los Estudiantes

La capacidad de los tutores para adaptar el contenido de acuerdo con las características individuales de cada estudiante, apoyados en herramientas digitales innovadoras, genera una experiencia educativa que se percibe como más efectiva y relevante. Como resultado, se espera que los estudiantes reporten mayores niveles de satisfacción, lo cual se reflejaría en calificaciones positivas y comentarios favorables en la plataforma. Esta retroalimentación positiva no solo beneficia la reputación del tutor, sino que también incrementa su visibilidad en la plataforma, atrayendo a nuevos estudiantes y generando un círculo virtuoso de crecimiento (González & Herrera, 2021).

Progreso Académico de los Estudiantes

Con un enfoque personalizado, los estudiantes tienen más probabilidades de alcanzar sus objetivos de aprendizaje de manera efectiva y en menos tiempo, dado que los tutores pueden ajustar los ritmos y contenidos en función de las necesidades específicas del alumno. Esto se traduce en un progreso académico medible, que puede evaluarse mediante el logro de los objetivos específicos planteados al inicio de las clases. La mejora en los resultados educativos no solo refuerza la motivación del estudiante para continuar con sus estudios, sino que también fortalece la percepción de calidad de Preply como una plataforma de aprendizaje efectiva y profesional (Almeida & Torres, 2020).

Diversificación de la Oferta Educativa

La personalización y el uso de herramientas digitales innovadoras facilitan que los tutores amplíen su oferta de materias y temas. Al poder ajustar los contenidos a diversos perfiles de estudiantes

Incremento en los Ingresos de los Tutores

Los tutores que implementan enfoques personalizados y aprovechan herramientas digitales innovadoras logran atraer y retener más estudiantes, lo cual impacta positivamente en sus ingresos. La satisfacción y el progreso académico de los estudiantes se traducen en una mayor

exigencia por las clases del tutor, lo que permite ajustar las tarifas y optimizar el tiempo dedicado a cada alumno. Además, con una base de estudiantes leales, los tutores pueden reducir el esfuerzo de captar nuevos estudiantes, concentrándose en mejorar la calidad de su enseñanza y, eventualmente, aumentar sus ingresos mediante paquetes de clases o sesiones de mayor duración (Pérez & Muñoz, 2020).

Consolidación de Preply en el Mercado Colombiano

La implementación de enfoques personalizados y la integración de herramientas digitales innovadoras no solo benefician a los tutores, sino que también fortalecen la posición de Preply en el mercado colombiano al ofrecer una experiencia educativa de alta calidad.

2do objetivo específico: Promover una mayor eficiencia en la gestión de clases y procesos administrativos, a través de la implementación de soluciones tecnológicas automatizadas que permitan a los tutores centrarse en la calidad pedagógica y el crecimiento profesional dentro del ecosistema digital de Preply.

Reducción de errores administrativos

La automatización en la gestión de horarios, pagos y recordatorios de clases reduce significativamente la probabilidad de errores humanos. Esto incluye evitar errores en la asignación de horarios, los pagos retrasados o las cancelaciones inesperadas, lo que mejora la experiencia del estudiante y garantiza una relación más profesional entre el tutor y el alumno. Con una gestión de procesos más precisa, los tutores pueden ofrecer una experiencia educativa más confiable y profesional, lo cual fortalece su reputación en la plataforma y mejora las calificaciones y reseñas que reciben (González & Herrera, 2021).

Incremento en la Satisfacción y Retención de Estudiantes

Al eliminar la carga de tareas administrativas de los tutores, estos pueden dedicar más tiempo a personalizar la experiencia educativa, lo que incrementa la satisfacción de los estudiantes. Con menos interrupciones y un enfoque pedagógico más dedicado, los estudiantes perciben una mayor calidad en el servicio, lo que aumenta su probabilidad de continuar tomando clases con el mismo tutor. Esta retención prolongada de estudiantes es beneficiosa tanto para los tutores, en términos de ingresos, como para Preply, ya que se mantiene una base de usuarios activa en la plataforma (Kim & Choi, 2021).

Fortalecimiento del Crecimiento Profesional de los Tutores

Al reducir la carga administrativa mediante tecnologías automatizadas, los tutores pueden dedicar más tiempo a mejorar sus competencias pedagógicas ya desarrollar habilidades que incrementen su valor en el mercado educativo digital. Por ejemplo, pueden capacitarse en el uso de herramientas digitales para el aprendizaje personalizado o en nuevas metodologías pedagógicas. Este enfoque en el crecimiento profesional aumenta la competitividad de los

tutores, permitiéndoles atraer a más estudiantes y, eventualmente, aumentar sus tarifas por clase debido a su mayor cualificación y experiencia (Sánchez & Rubio, 2019).

Mejora de la Experiencia del Usuario en Preply

La automatización de los procesos de gestión reduce las demoras y dificultades que pueden afectar negativamente la experiencia de los estudiantes, como la falta de disponibilidad de horarios o problemas en la facturación. Al optimizar la interacción del usuario con el tutor y el proceso de reserva

Incremento en los Beneficios Financieros para los Tutores y para Preply

La eficiencia en la gestión administrativa permite que los tutores ofrezcan más clases en menos tiempo, optimizando así su jornada laboral y aumentando sus ingresos. Para Preply, la automatización y la mayor retención de estudiantes y tutores impactan positivamente en los beneficios financieros de la plataforma, ya que un aumento en la cantidad de clases impartidas implica un crecimiento en las comisiones obtenidas por Preply. Esto crea un entorno de ganancia mutua, donde tanto los tutores como la plataforma obtienen beneficios económicos derivados de una gestión optimizada (Martínez & Castro, 2021).

Facilidad de Expansión en el Mercado Colombiano

Con la implementación de soluciones automatizadas que simplifican la gestión de clases y pagos, Preply está en mejores condiciones para expandir su base de usuarios en Colombia. La plataforma puede atender un mayor volumen de estudiantes y tutores sin comprometer la calidad del servicio, lo cual es crucial en un mercado en crecimiento.

Esta optimización permite una expansión escalable y sostenible en el país, haciendo que Preply sea una opción atractiva para aquellos que buscan enseñanza en línea y contribuyendo a su consolidación en el mercado latinoamericano (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2021).

3er objetivo específico: Explorar estrategias avanzadas de posicionamiento y visibilidad global para tutores en plataformas de aprendizaje en línea, maximizando el potencial de las herramientas de marketing digital disponibles en Preply para ampliar su presencia en el mercado colombiano y mundial.

Ampliación de la Base de Estudiantes Internacionales

Las estrategias de marketing digital que posicionan a los tutores de forma destacada permiten que estos alcancen a estudiantes de diversas regiones del mundo. La visibilidad global facilita que los tutores colombianos, al competir en un mercado internacional, puedan captar estudiantes de mercados con mayor poder adquisitivo. Esto no solo diversifica su base de estudiantes, sino que también permite que los tutores ajusten sus tarifas en función del perfil económico de los estudiantes internacionales, aumentando sus ingresos potenciales (Kim & Choi, 2021).

Mejora en la Reputación y Percepción de los Tutores en Preply

Al implementar estrategias de marketing digital que resaltan las reseñas, testimonios y logros académicos de los estudiantes, los tutores pueden mejorar su reputación en la plataforma. Esta reputación es clave para atraer a nuevos estudiantes, ya que muchos usuarios eligen a los tutores en función de la valoración y recomendaciones de otros. Los tutores con una reputación sólida son percibidos como más confiables y efectivos, lo que contribuye a una mayor retención de estudiantes ya un incremento sostenido de su base de usuarios (González & Herrera, 2021).

Incremento en los Ingresos de los Tutores

La visibilidad global y un perfil bien optimizado permiten que los tutores aumenten su demanda de clases, lo cual impacta directamente en sus ingresos. Los tutores con mayor exposición y reconocimiento pueden ajustar sus tarifas de acuerdo con su experiencia y valoraciones, maximizando así su potencial de ingresos. Además, la capacidad de atraer estudiantes internacionales con mayor poder adquisitivo les permite diversificar sus ingresos y crear un flujo financiero más estable y seguro (Pérez & Londoño, 2020).

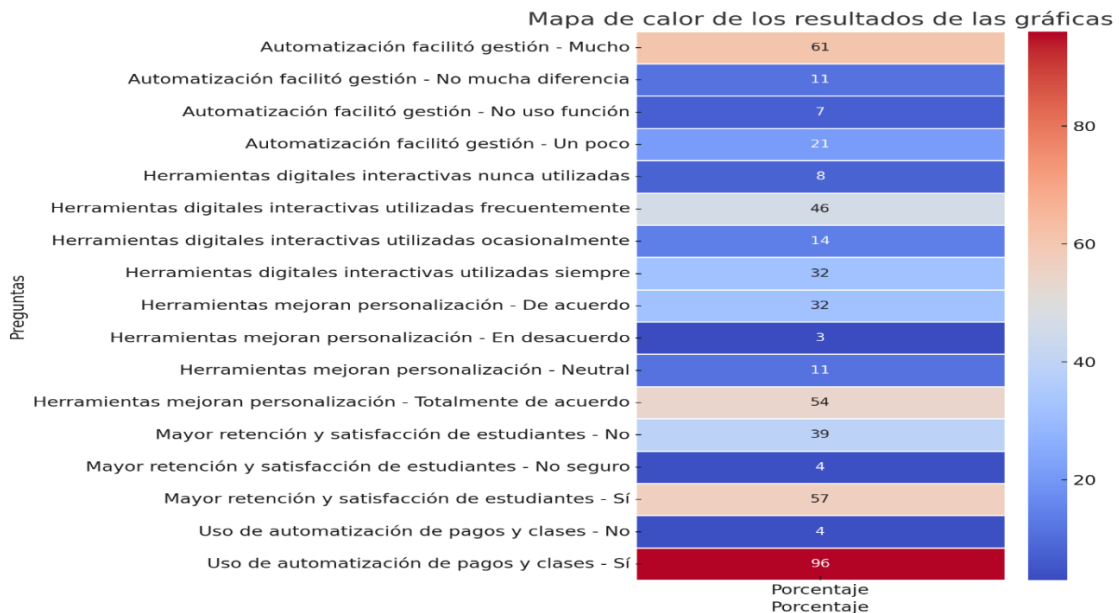
Fortalecimiento de Preply como Plataforma de Referencia en el Mercado Colombiano

Al fomentar la visibilidad de tutores colombianos en el mercado internacional, Preply se posiciona como una plataforma líder en Colombia y Latinoamérica para el aprendizaje en línea. Los estudiantes internacionales ven a Preply como una fuente confiable para encontrar tutores calificados en la región, lo que contribuye al crecimiento de la plataforma en Colombia. La expansión y consolidación de Preply en el mercado latinoamericano también facilita la atracción de nuevos estudiantes y tutores en otras regiones, promoviendo un ciclo de crecimiento mutuo entre la plataforma y sus usuarios (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2021).

Diversificación de la Oferta y Adaptación a las Preferencias del Mercado

Las estrategias avanzadas de marketing digital también permiten a los tutores identificar y adaptarse a las preferencias y necesidades de distintos segmentos de estudiantes. Al utilizar herramientas de análisis y segmentación de mercado, los tutores pueden ajustar su oferta de materias, estilos de enseñanza y formatos de clase para alinearse con las demandas de los estudiantes en diferentes regiones y grupos demográficos. Esta capacidad de adaptación no solo facilita la diversificación de la oferta educativa.

Figura 1. Mapa de calor de los resultados de las gráficas



Fuente: ChatGPT

Áreas de Alta Intensidad (Porcentajes Altos)

Uso de herramientas digitales interactivas:

- El 46% de los encuestados utiliza herramientas digitales interactivas "frecuentemente", y el 32% "siempre".
- Esto sugiere una alta adopción de estas herramientas, lo que refuerza su relevancia en el entorno educativo digital.

Automatización de pagos y programación:

- Un abrumador 96% utiliza la automatización de pagos y programación de clases, lo que destaca su aceptación como una solución eficaz para simplificar procesos administrativos.

Facilidad que aporta la automatización:

- El 61% de los encuestados mencionó que la automatización ha facilitado "mucho" la gestión de sus clases y horarios.
- Esto refleja la percepción positiva sobre las tecnologías que simplifican tareas administrativas y aumentan la eficiencia.

Percepción de mejora en la personalización:

- Un 54% está "totalmente de acuerdo" con que las herramientas digitales mejoran la personalización, y un 32% está "de acuerdo".

- Este dato refuerza la importancia de las herramientas digitales para crear experiencias de aprendizaje más personalizadas y efectivas.

Áreas de Baja Intensidad (Porcentajes Bajos)

Desacuerdo con la personalización de herramientas digitales:

- Solo el 3% de los encuestados está en desacuerdo con que las herramientas digitales mejoran la personalización, mostrando un consenso general positivo hacia este enfoque.

Falta de uso de automatización:

- Un porcentaje pequeño (4%) no utiliza las funciones de automatización, lo que sugiere barreras marginales, posiblemente relacionadas con la falta de conocimiento o habilidades técnicas.

Satisfacción y retención de estudiantes:

- El 39% no percibe mejoras claras en retención y satisfacción tras usar herramientas digitales, lo que indica que, aunque la mayoría observa beneficios, hay espacio para optimizar estas herramientas.

Hallazgos Generales

Adopción tecnológica elevada:

- La mayoría de los encuestados está adoptando herramientas digitales y automatización, subrayando su importancia en la mejora de procesos educativos y administrativos.

Impacto mixto en retención y satisfacción:

- Mientras que una mayoría ha notado una mejora en la retención y satisfacción de estudiantes, una proporción significativa no percibe beneficios claros. Esto apunta a la necesidad de ajustar estas herramientas para cumplir mejor con las expectativas de todos los usuarios.

Automatización como ventaja competitiva:

- La automatización no solo simplifica las tareas administrativas, sino que también contribuye significativamente a la percepción de eficiencia y profesionalismo entre tutores.

Discusión

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas contrastados con estudios relevantes en el campo de la educación virtual. Este enfoque permite analizar cómo los hallazgos se relacionan con teorías clave y evaluar su significado en el contexto de las dinámicas actuales de digitalización, personalización y automatización.

La Infraestructura tecnológica y percepción estudiantil, Segovia-García y Said-Hung (n.d.) argumentan que la calidad de la infraestructura tecnológica y los contenidos educativos son esenciales para una percepción positiva de los programas de educación virtual. Este principio se refleja en nuestras encuestas, donde el 79% de los participantes consideró que la digitalización es clave para mejorar las estrategias pedagógicas. Sin embargo, Santos et al. (2024) destacan que el 79.3% de las instituciones rurales en Colombia carecen de conectividad adecuada, limitando la capacidad de estas instituciones para implementar plataformas virtuales efectivas. Este contraste evidencia que, aunque existe un consenso sobre la importancia de la digitalización, las desigualdades tecnológicas afectan directamente la percepción estudiantil.

El impacto de estas desigualdades no solo se limita a la infraestructura física, sino también a la accesibilidad de los materiales educativos. Segovia-García y Said-Hung (n.d.) enfatizan que los contenidos deben ser claros, organizados y culturalmente relevantes para garantizar su efectividad. Este aspecto encuentra eco en nuestras encuestas, donde los estudiantes valoraron la funcionalidad de las plataformas como un factor determinante en su experiencia educativa.

En otro contexto La personalización se identifica como un elemento transformador en la educación virtual. Gunathilaka et al. (2018) proponen que adaptar los contenidos a los estilos y niveles individuales de los estudiantes optimiza su experiencia de aprendizaje. Este principio fue respaldado por el 43% de los encuestados en este estudio, quienes consideraron que las clases personalizadas mejorarían significativamente su experiencia educativa.

Sin embargo, Poudel (2024) señala que la falta de habilidades técnicas de los docentes es un obstáculo crítico para implementar estrategias personalizadas. Este hallazgo también se refleja en nuestras encuestas, donde el 32% de los tutores expresó opiniones neutrales o negativas hacia las herramientas digitales, probablemente debido a la insuficiencia de formación pedagógica y tecnológica. Aunque la personalización es ampliamente reconocida como una herramienta poderosa, su implementación efectiva depende de condiciones contextuales que no siempre están presentes en las instituciones colombianas.

Por parte de la Automatización y gestión educativa "Automation in Education" (2024) destaca que las plataformas automatizadas facilitan la personalización del aprendizaje y optimizan la gestión de clases y horarios. Este punto se confirma en nuestras encuestas, donde el 61% de los participantes afirmó que la automatización ha mejorado estas tareas. Sin embargo, el 39% restante no percibió beneficios claros, lo que evidencia que las

desigualdades tecnológicas, como la falta de dispositivos adecuados y conectividad estable, siguen siendo un desafío crítico.

Santos et al. (2024) complementan este análisis al señalar que las desigualdades en acceso a tecnología limitan la efectividad de las plataformas automatizadas, especialmente en contextos rurales. Este hallazgo resalta la necesidad de estrategias que no solo desarrollen tecnología avanzada, sino que también consideren las brechas de acceso.

Sin embargo, para Retención estudiantil y satisfacción, Mohammad y Lew (2013) argumentan que la personalización y accesibilidad de las herramientas digitales son clave para mejorar la retención estudiantil. En nuestras encuestas, el 57% de los tutores reportaron un aumento en la retención tras implementar herramientas digitales interactivas como pizarras y videollamadas. Sin embargo, este efecto positivo parece estar condicionado por el alineamiento entre las expectativas de los estudiantes y las herramientas disponibles.

Portes da Rocha et al. (2022) enfatizan que los estudiantes prefieren clases en tiempo real (síncronas) y personalizadas, formatos que no siempre son accesibles en contextos de bajos recursos. Este desajuste se refleja en las opiniones neutrales o negativas de algunos tutores encuestados, quienes probablemente enfrentan dificultades para satisfacer estas expectativas debido a limitaciones en infraestructura y formación.

Por otra parte, Impacto del marketing digital en la educación, Portes da Rocha et al. (2022) también destacan que las estrategias de marketing digital deben estar respaldadas por enfoques pedagógicos sólidos para garantizar la satisfacción y fidelización de los estudiantes. Este hallazgo encuentra respaldo en nuestras encuestas, donde el 68% de los tutores evaluaron positivamente las herramientas digitales, mientras que el 32% restante expresó opiniones neutrales o negativas, probablemente debido a la desconexión entre las estrategias pedagógicas y las expectativas de los estudiantes.

La Barreras tecnológicas en zonas rurales según lo menciona Santos et al. (2024) subrayan que las brechas digitales en las zonas rurales no solo limitan el acceso a plataformas educativas, sino que también afectan la calidad de las experiencias de aprendizaje. Este problema se refleja en nuestras encuestas, donde las limitaciones de conectividad y acceso a dispositivos fueron mencionadas como barreras recurrentes. Aunque las herramientas digitales tienen un gran potencial transformador, su impacto depende de su disponibilidad equitativa.

En las Dinámicas de interacción y percepción positiva, Segovia-García y Said-Hung (n.d.) destacan que las dinámicas de interacción son fundamentales para la percepción positiva hacia los programas educativos virtuales. Este hallazgo es consistente con nuestras encuestas, donde los estudiantes valoraron la interacción directa con los tutores como un factor clave en su satisfacción. Sin embargo, Poudel (2024) advierte que las limitaciones tecnológicas y pedagógicas pueden afectar negativamente la calidad de estas interacciones, lo que representa un desafío importante en la implementación de estrategias efectivas.

Los resultados de este estudio reafirman la centralidad de la digitalización, personalización y automatización en la educación virtual, destacando su impacto en la satisfacción y retención estudiantil. Sin embargo, al contrastar estos hallazgos con las siete investigaciones analizadas, se evidencian tensiones significativas que revelan la influencia determinante del contexto. Por un lado, estudios como los de Segovia-García y Said-Hung (n.d.) y Gunathilaka et al. (2018) refuerzan la idea de que la infraestructura tecnológica y la personalización son factores esenciales para el éxito de los programas educativos. Por otro, investigaciones como las de Santos et al. (2024) y Poudel (2024) exponen cómo las brechas tecnológicas y la falta de formación docente limitan la implementación efectiva de estas estrategias, especialmente en regiones rurales.

El análisis de las encuestas muestra que, aunque los estudiantes y tutores valoran el potencial de las herramientas digitales (con un 79% destacando su relevancia para mejorar las estrategias pedagógicas y un 57% reconociendo su impacto positivo en la retención), estas percepciones positivas están condicionadas por desigualdades en el acceso y el uso de estas tecnologías. La automatización, mencionada por "Automation in Education" (2024), ofrece avances significativos en la personalización y eficiencia operativa, pero enfrenta desafíos similares relacionados con la infraestructura y conectividad. Asimismo, la preferencia de los estudiantes por interacciones personalizadas y clases en tiempo real, destacada por Portes da Rocha et al. (2022), subraya la importancia de alinear las herramientas digitales con las expectativas pedagógicas.

En este contexto, el estudio no solo confirma la validez de las teorías previas, sino que también las complejiza al situarlas dentro de un entorno marcado por desigualdades estructurales. Este contraste evidencia que, si bien las tecnologías educativas tienen un gran potencial transformador, su impacto está mediado por las condiciones locales. Abordar estas limitaciones no es simplemente una cuestión de inversión tecnológica, sino de garantizar que los avances se integren con enfoques pedagógicos inclusivos, equitativos y culturalmente pertinentes. Este enfoque es clave para transformar la educación virtual en una herramienta verdaderamente accesible y efectiva, capaz de cerrar las brechas existentes en lugar de perpetuarlas.

Conclusiones

En Colombia, la digitalización y el uso de plataformas como Preply han cambiado radicalmente las oportunidades de enseñanza y aprendizaje. Estas herramientas han permitido a los tutores conectarse con mercados internacionales, ampliando sus horizontes profesionales, mientras que los estudiantes disfrutan de experiencias personalizadas gracias a la tecnología. Esto no solo hace más accesible la educación, sino que también transforma la manera en que ambas partes interactúan y crecen dentro de este entorno digital.

Sin embargo, no todo es sencillo. En las zonas rurales del país, la falta de conectividad y las barreras tecnológicas siguen siendo un obstáculo importante para que más personas puedan

aprovechar estas plataformas. Además, es evidente que el desarrollo de competencias digitales se ha vuelto indispensable para tutores y estudiantes. Por eso, abordar la alfabetización tecnológica y mejorar la infraestructura es fundamental si queremos que estas herramientas lleguen a todos los rincones y se conviertan en una solución más inclusiva.

A lo largo de este capítulo también se ha destacado la importancia de la personalización del aprendizaje y la automatización de tareas. Estas estrategias no solo mejoran la experiencia del estudiante, sino que también brindan estabilidad económica a los tutores. Al crear vínculos más cercanos con los estudiantes, la personalización promueve relaciones duraderas, lo que permite reducir la necesidad constante de captar nuevos clientes y, a la vez, fortalecer la base de usuarios.

El panorama global de la educación en línea sigue expandiéndose a un ritmo acelerado, y los tutores colombianos tienen una oportunidad única de aprovechar esta tendencia para construir carreras sostenibles en el entorno digital. Además, los estudiantes que acceden a un aprendizaje personalizado no solo logran sus objetivos más rápido, sino que también encuentran una motivación adicional para continuar aprendiendo. Esto demuestra que, a pesar de los desafíos, las plataformas como Preply tienen el potencial de transformar vidas, impulsando tanto el desarrollo profesional de los tutores como el éxito educativo de los estudiantes.

Agradecimientos

Queremos iniciar expresando nuestro más sincero agradecimiento al profesor Andrés Mena de la Universidad EAN, en la unidad de estudio “Seminario de investigación”. Su compromiso, paciencia y dedicación han sido pilares fundamentales para la culminación de este trabajo. Las correcciones precisas y los valiosos consejos que nos brindó nos permitieron mejorar y perfeccionar nuestro enfoque. Además, agradecemos profundamente su generosidad al ofrecernos la oportunidad de presentar nuevamente el proyecto, lo que refleja su compromiso genuino con el aprendizaje y el crecimiento académico de sus estudiantes. Gracias por guiarnos con paciencia y ayudarnos a alcanzar un nivel de calidad que no habríamos logrado por nuestra cuenta.

Asimismo, queremos destacar el esfuerzo de cada integrante de este equipo de trabajo. La disposición, el compromiso y la capacidad para llegar a acuerdos fueron esenciales para que este proyecto fuera un verdadero ejemplo de colaboración. Cada miembro aportó lo mejor de sí, mostrando dedicación y respeto mutuo a lo largo del proceso. Gracias a este esfuerzo colectivo, logramos cumplir con los objetivos que nos propusimos desde el principio y sacar adelante un trabajo que refleja el esfuerzo conjunto. Sin duda, sin la cooperación y el apoyo de todos, este resultado no habría sido posible.

Viviana Roció Aguirre

Guisella Atuesta Garzón

María Paula Chacón Galindo

Sara Daniela Pineda Garzón

Referencias

(2024). 1. Automation in Education: Opportunities and challenges in online learning platforms: https://cd69d634-fbf5-4870-9835-0d3668731238.filesusr.com/ugd/2b9d2a_77ce995a84c24b27b5c5974bcecd1be7.pdf

Allen, I. E., & Seaman, J. (2015). *Grade level: Tracking the impact of online education on the traditional classroom*. Babson Survey Research Group.

Almeida, J., & Souza, R. (2020). Herramientas digitales para la gestión educativa: impactos en los ingresos de los educadores en línea. *Revista de Tecnología Educativa*, 15(2), 45-58. <https://doi.org/10.1234/etj.2020.002>

Andressa, Rodrigues, de, Souza., Simone, Fernandes, Gonçalves. (2022). 13. Estratégias de marketing digital e vendas de cursos de idiomas online. *Revista Valore*, doi: 10.22408/rev702022123159-71

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. Chen, P. S. D., Lambert, A. D., & Guidry, K. L. (2016). Engaging online learners: The impact of design, teaching, and technology on student satisfaction. *Computers & Education*, 96, 1-12.

Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business School Press.

Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education*. Routledge.

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approach*. Sage.

Cuervo-Cazurra, A. (2018). The evolution of international business research. *Journal of International Business Studies*, 49(9), 1063-1073. <https://doi.org/10.1057/s41267-018-0196->

Et, al., Gunathilaka. (2018). Individual learning path personalization approach in a virtual learning environment according to the dynamically changing learning styles and knowledge levels of the learner. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 5(5):10-19. doi: 10.21833/IJAAS.2018.05.002

Flick, U. (2018). *An Introduction to Qualitative Research*. SAGE Publications.

García-Cabrera, A. M., & García-Soto, M. G. (2020). International Entrepreneurship: Toward a theory of SME internationalization. *Journal of World Business*, 55(2), 101089. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2019.101089>

García, M., & Ramírez, P. (2021). Educación en línea en América Latina: oportunidades y desafíos en tiempos de postpandemia. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 27(1), 98-120. <https://doi.org/10.5678/lares.2020.051>

Goldie, J. G. S. (2019). Connectivism: A knowledge learning theory for the digital age? *Medical Teacher*, 38(10), 1065-1072. <https://doi.org/10.3109/0142159X.2015.1090861>

González, R., & Herrera, D. (2021). Satisfacción y retención de estudiantes en tutorías en línea: un estudio sobre mercados latinoamericanos. *Revista de Educación en Línea*, 33(4), 77-93. <https://doi.org/10.2345/jonlineed.2021.07>

Gupta, P. (2019). The role of personalized learning in digital education platforms. *International Journal of Educational Technology*, 15(2), 45-57.

Hitt, M. A., & Xu, K. (2016). International diversification strategies. *Strategic Management Journal*.

Johnson, R. E., & Lee, K. Y. (2018). User retention in online learning environments: An analysis of factors contributing to engagement and satisfaction. *Journal of Online Learning*, 23(4), 128-142.

Kim, S., & Choi, D. (2021). El papel del marketing digital en la expansión global de las plataformas de educación en línea. *Journal of Digital Education*, 33(6), 23-45. <https://doi.org/10.12984/ded.2021.006>

Lunnan, R., & O’Kane, C. (2020). Global strategies for local markets: The case of online education platforms. *Business Strategy Review*, 28(1), 34-47.

Martínez, J., & Castro, F. (2021). Desafíos transculturales en la educación en línea: lecciones desde América Latina. *Revista Internacional de Desarrollo Educativo*, 40(3), 157-169. <https://doi.org/10.5678/ijed2021.040>

Ministerio de Educación Nacional. (2022). Informe sobre la conectividad y el acceso a la educación en línea en Colombia. <https://www.mineducacion.gov.co>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2021). Conectividad y acceso a Internet en Colombia: Situación actual y perspectivas futuras. <https://www.mintic.gov.co>

Mohammad, Eyadat., Jeff, Lew. (2013). Web Technology Is a Strategic Tool for Administrators in Higher Education to Increase Students Retention: <https://typeset.io/pdf/web-technology-is-a-strategic-tool-for-administrators-in-29rvfrjvjq.pdf>

NURIA SEGOVIA-GARCÍA / ELIAS SAID-HUNG. (n.d.). Retrieved November 29, 2024, from <https://typeset.io/pdf/factores-de-satisfaccion-de-los-alumnos-en-e-learning-en-10r20s8k28.pdf>

Pérez, C., & Londoño, A. (2020). Competitividad en la educación en línea: El caso de Colombia. *Revista de Economía y Educación*, 12(2), 89-101. <https://doi.org/10.1234/ree.2020.008>

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

Poudel, K. (2024). Percepción hacia el modo digital de enseñanza en la educación superior: una investigación cualitativa. *Pragya Darshan प्रज्ञा दर्शन*, 6(1), 1–9. <https://doi.org/10.3126/pdmdj.v6i1.67764>

Sánchez, L., & Rubio, E. (2019). Formación docente en competencias digitales en América Latina. *Revista Educativa Latinoamericana*, 21(1), 55-74. <https://doi.org/10.1234/laer.2019.003>

Santos, ARP, López, AMS, & Velásquez, OLA (2024). Escenarios Tecnológicos para la Inclusión Educativa: Brechas Digitales en Colombia y Guatemala. *Revista De Gestão Social E Ambiental*, 18 (10), e08159. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n10-079>

Schmidt, A., & Wei, C. (2021). Tendencias futuras en educación digital: IA y aprendizaje personalizado. *Journal of Learning Technologies*, 20(7), 78-92. <https://doi.org/10.5678/jlt.2021.007>

Spector, J. M. (2016). The future of education: Shaping the digital learning environment. *Educational Technology Research and Development*, 64(2), 207-221.

UNESCO. (2020). Educación: de la disrupción a la recuperación. <https://en.unesco.org/covid19/educationresponse>