



EL PAPEL DE

LA EDUCACIÓN ONLINE

EN LAS OPORTUNIDADES
LABORALES DE

ESPAÑA Y AMÉRICA LATINA

Una investigación de



Fundación
EDUCA EDTECH

El papel de la educación online en las oportunidades laborales de España y América Latina

Una investigación de la Fundación EDUCA EDTECH



Fundación
EDUCA EDTECH



1

Índice de contenidos

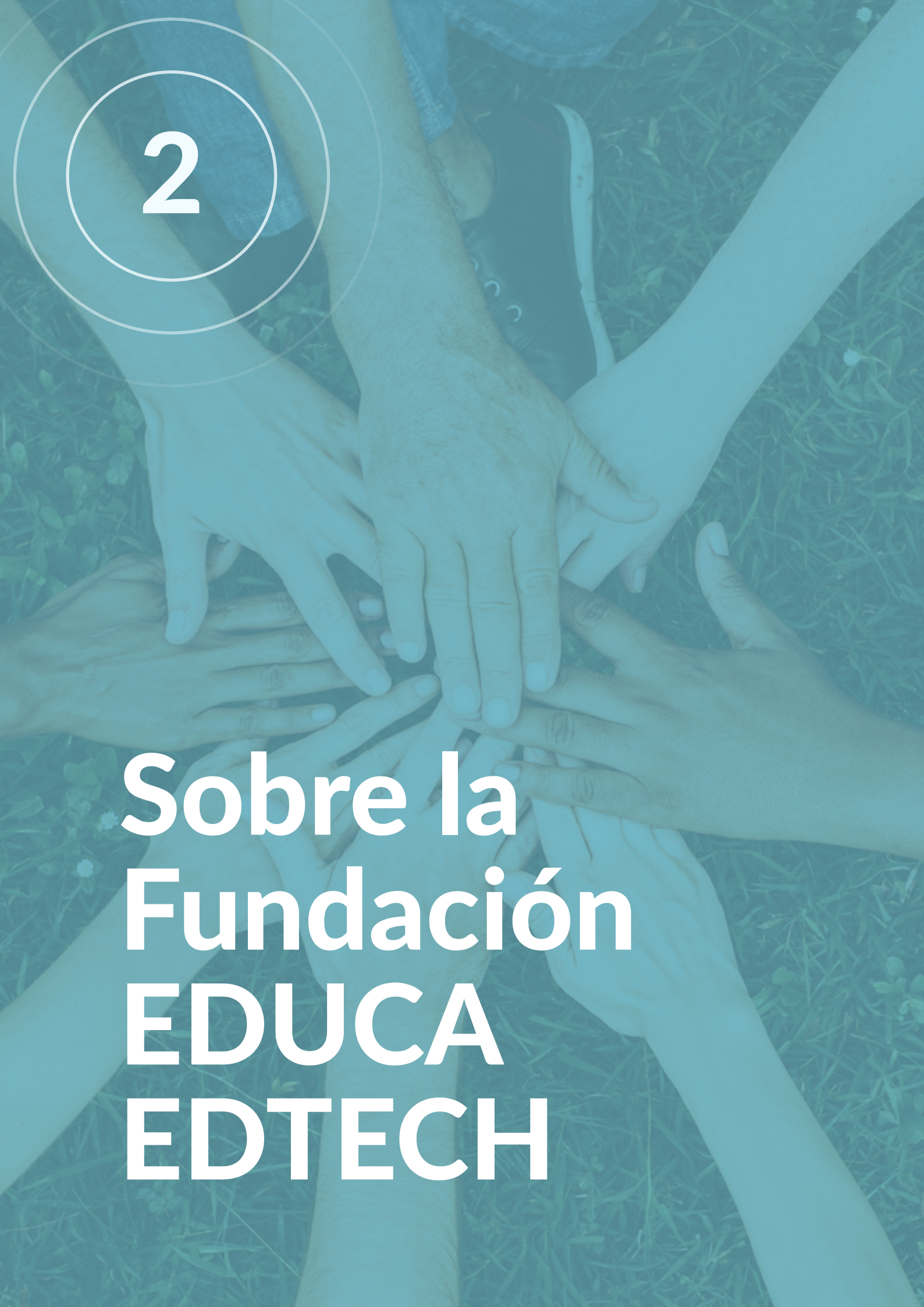
Índice de contenidos

1

1. Índice de contenidos	4
2. Sobre la Fundación EDUCA EDTECH	7
2.1. Fundación EDUCA EDTECH, un paso más para una sociedad equitativa	7
2.1.1. Misión, visión, valores	8
2.1.2. Hitos conseguidos por la fundación EDUCA EDTECH	9
2.1.3. Principales proyectos de ESG	9
2.2. ¿Sigue viva la Educación? ¿Estaban nuestros padres equivocados en la carrera?	11
2.2.1. Resiliencia a la incertidumbre	12
3. Un apunte del CEO	17
3.1. Rafael García-Parrado	17
4. Introducción	20
5. Metodología	23
5.1.1. Ficha técnica	23
6. Panorama general de la educación online en España y América Latina	25
6.1. Penetración y uso de la educación online: principales estadísticas	25
6.1.1. Perspectiva empresarial	26
6.1.2. Perspectiva académica	42
6.1.3. Perspectiva estudiante	64
6.2. Desafíos de la formación online y sus principales soluciones	74
6.2.1. Diagnóstico de desafíos según los centros de formación	74
6.2.2. Respuestas institucionales a los desafíos	82
6.2.3. La perspectiva de la empresa	87

7. Impacto de la educación online en la Empleabilidad	91
7.1. Resultados de empleabilidad: un análisis basado en el estudiante	91
7.1.1. Situación laboral previa y perfil del estudiante	92
7.1.2. Resultados laborales tras la formación	96
7.1.3. Relación entre formación y empleabilidad	101
7.1.4. Apoyo del entorno y percepción del impacto	104
7.1.5. Impacto económico y movilidad profesional	107
7.2. Percepción de los empleadores sobre la formación online	111
7.2.1. Respuestas destacadas	116
8. Principales conclusiones	132
8.1. Situación actual	132
8.2. Empleabilidad	133
8.3. La visión corporativa	133
8.4. La visión académica	134
8.5. La visión del estudiante	135
8.6. Los principales desafíos	136
8.7. Implicaciones estratégicas	137
8.7.1. A) Para instituciones educativas	137
8.7.2. B) Para empresas (RR. HH. y negocio)	138
8.8. Principales conclusiones por país	139
8.8.1. España	139
8.8.2. México	141
8.8.3. Colombia	143
8.8.4. Perú	145
9. Visión comparativa	148
9.1. Síntesis y contexto	148
9.2. Estudiantes	149
9.2.1. Percepción	149
9.2.2. Empleabilidad	149
9.2.3. Desafíos	149
9.3. Empresas	150
9.3.1. Percepción	150
9.3.2. Empleabilidad	150
9.3.3. Desafíos	150

9.4. Academia	151
9.4.1. Percepción	151
9.4.2. Empleabilidad	151
9.4.3. Desafíos	151
10. Sobre EDUCA EDTECH Group	153
10.1. Mirando hacia el futuro	153
10.1.1. En qué creemos	153
10.1.2. Cómo lo hacemos	153
10.1.3. Una misma manera de entender la educación	154
10.2. Dónde estamos	154
10.2.1. Edificio EDUCA EDTECH	155
10.2.2. Equipo humano	155
11. Anexos	157
11.1. Recursos Humanos	157
11.2. Estudiantes	163
11.3. Académico	170
12. Créditos	178



2

Sobre la Fundación EDUCA EDTECH

Sobre la Fundación EDUCA EDTECH

2

Fundación EDUCA EDTECH, un paso más para una sociedad equitativa

En EDUCA EDTECH Group, grupo tecnológico de formación online, creemos que la educación es la principal fuerza transformadora del mundo, una fuerza a la que todos deberíamos tener acceso sin restricciones. La fundación EDUCA EDTECH nace para dar respuesta a esa convicción, impulsando proyectos de impacto transversal en aquellos países en los que el grupo está presente.



Misión, visión, valores

Misión

Alcanzar un entorno económico, social y ambiental equitativo, justo y colaborativo, en el que todo el mundo tenga acceso a la educación, a un trabajo digno y la posibilidad de desarrollo profesional.

Visión

Ser líderes en la generación de un futuro donde cada individuo, sin importar su origen o circunstancia, tenga acceso a oportunidades educativas que catalicen su desarrollo y contribuyan al progreso social.

Valores

- Inquietud, porque no nos conformamos y aspiramos alto en nuestras metas.
- Justicia, para una equidad económica, social y ambiental.
- Colaboración, trabajamos en alianza con comunidades, gobiernos y organizaciones para abordar colectivamente los desafíos comunes.
- Compromiso, porque nos implicamos en aquello que comenzamos, compartiendo con los demás el esfuerzo, la constancia y la determinación por conseguir sus objetivos.
- Confianza, porque gracias a nuestra transparencia y coherencia construimos puentes, relaciones y proyectos a largo plazo.
- Solidaridad, aspiramos a un mundo mejor y tenemos especial consideración con los más vulnerables.



Hitos conseguidos por la fundación EDUCA EDTECH

- 465.000€ en becas
- 19 Proyectos sociales impulsados
- Más de 2.000 personas impactadas de forma positiva
- Más de 10 iniciativas sociales
- Un proyecto de I+D+i financiado

Principales proyectos de ESG

Becas avanza

Facilitamos el acceso a la educación a través de las Becas Avanza, de las que más de 2.000 personas se han beneficiado durante 2025, con un importe total de más de 400.000 euros. Este proyecto está activo en España, Colombia y México y lleva la formación online a personas con acceso reducido a la educación.

Educa tu futuro

Un proyecto de divulgación que ayuda a jóvenes y profesionales en activo a decidir qué estudiar en la era de la incertidumbre. A través de un portal informativo, se ofrecen entrevistas en vídeo, artículos y guías descargables. Este proyecto ha sido reconocido como una de las 100 ideas innovadoras de 2025 por el diario El Mundo.

Generación EdTech

Podcast de entrevistas en el que se analizan los temas más relevantes de la sociedad actual, sus retos y oportunidades ante un momento de transformación histórico. El podcast cuenta ya con más de 30 episodios y está disponible tanto en YouTube como en las principales plataformas de podcasting.

Acciones de sensibilización

A lo largo del año promovemos entre los trabajadores de EDUCA EDTECH Group una batería de acciones de sensibilización medioambiental, como el voluntariado de Limpieza de Playas, el apadrinamiento de árboles o una iniciativa para compartir coche al venir a las oficinas, entre otras muchas.

Revista Innovación Educativa 2025

La Revista de Innovación Educativa 2025 nace con el propósito de convertirse en un punto de encuentro para toda la Comunidad Educativa con el objetivo de fomentar el aprendizaje, reflexión crítica y la participación activa de los profesionales que apuestan por una mejora sobre la calidad educativa.

La finalidad es construir un medio que se renueve semestralmente con la pretensión de reflejar el dinamismo, los avances y nuevos desarrollos en materia educativa.

Participación en AiBot Experience

Este proyecto impulsa las carreras STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) desde edades tempranas, con especial enfoque en niñas, para inspirar a futuras generaciones y empoderarlas en ciencia y tecnología. Al fomentar vocaciones STEM, promovemos un cambio social positivo, fortalecemos la comunidad local y aseguramos oportunidades de futuro para jóvenes y empresas en nuestra provincia.



¿Sigue viva la Educación?

¿Estaban nuestros padres equivocados en la carrera?

No hace tanto cuando nuestros abuelos nos decían “estudia una carrera y tendrás un futuro sin preocupaciones”, pero a pocos les resonará esto ya, ¿es acaso una mentira? La competencia crece con hambre en todas las direcciones desde todas las áreas de estudio y conocimiento. Esto se complejiza aún más por la globalización: ya no competimos con nuestro compañero de clase, competimos contra el mundo. ¿Te suena?

¿Es esto cierto acaso? El camino tradicional esculpido con el sudor del pasado, ¿ya no da las mismas oportunidades? Como se discute a lo largo de todo este Whitepaper, esto no solo no es cierto, sino que esconde una conclusión más profunda: el camino tradicional de universidad o formación profesional ya no actúa como salto a la trayectoria profesional, sino que postula las bases de tu aprendizaje para su posterior impulso, es decir, el camino tradicional asienta las capacidades mediante las habilidades blandas y duras para ser un profesional, pero es necesario definir nuestro perfil; en un mundo tan diversificado por este contexto sociopolítico y digital tan complejo, existen más oportunidades que nunca pero muchas de ellas se han visto alteradas en la última década; esto nos obligan sin ninguna opción a la especialización o super-especialización.

La IA no ha revolucionado nada, la IA ha puesto de manifiesto una realidad que venía siendo tendencia en la última década: la digitalización genera “ganadores” y “perdedores”, pero sobre todo cambios. Es por ello, que el camino tradicional ahora mismo son las piedras que nos construyen como profesionales, nos dan la libertad y oportunidad para que sean las oportunidades y el mercado lo que nos moldee, permitiendo una mayor interdisciplinaridad y interconexión entre áreas.

¿Cómo se hace frente a que más del 40% de las competencias que hoy consideramos esenciales dejarán de serlo en menos de cinco años, según el Foro Económico Mundial?

Este dato no es solo una estadística: es una señal clara de que la incertidumbre ya no es una excepción, sino la norma en la que vivimos. Y es precisamente en esa incertidumbre donde se juega el futuro de millones de profesionales y organizaciones. En un mundo donde la especialización y la interdisciplinariedad marcan el rumbo, la diferencia entre quedarse atrás o liderar un sector depende de la capacidad de aprender, adaptarse y proyectarse hacia lo que viene. Este contexto se caracteriza por mostrar más oportunidades que nunca, pero son más específicas y exigentes a raíz de surgir nuevos nichos por explotar por la diversificación del panorama laboral. Para ello, la punta de lanza sigue siendo la Educación, una Educación más personalizada y adscrita a las necesidades del mercado y del profesional, que reacciona a la realidad. Esta realidad requiere de profesionales que destaquen, tomen las riendas de su especialización y futuro profesional, que se “armen” de habilidades de alto valor que demandan las empresas como este Whitepaper evidencia.

Resiliencia a la incertidumbre

Pero sin duda, es una oportunidad. En un mundo donde se alza la especialización e interdisciplinariedad, se enriquece un panorama profesional saturado de medianidad, que encuentra el músculo de la resiliencia, capaz de afrontar una realidad cambiante caracterizada por la entrada de la Inteligencia Artificial en el mercado laboral, un contexto geopolítico basado en la incertidumbre y miedo, y un medioambiente en crisis.

Esta complejidad es reflejo de la red de conexiones que constituyen el mundo, la tensión geopolítica no puede entenderse sin considerar el control de recursos estratégicos —energía, tierras raras, incluso el dominio de la información y el pensamiento— que históricamente ha motivado conflictos entre potencias (tensiones actuales por litio y semiconductores). Por su parte, la crisis climática es en gran medida consecuencia de un modelo económico basado en la explotación intensiva de recursos naturales, un modelo que también ha sido el motor del desarrollo de la IA. La IA, a su vez, se alimenta a su paso con enormes cantidades de energía y agua necesarios para su entrenamiento, lo que supone un impacto ambiental y social. Estas problemáticas comparten un componente común: el control y la explotación de bienes naturales. Reconocer esta interconexión nos permite abordar el problema de manera más estratégica y transformadora.

Con una visión integradora, la Fundación EDUCA EDTECH entiende esta interconexión y reconoce cómo los grandes desafíos de nuestro tiempo no están aislados, actuando entre estos tres ejes como foco de su actividad, dirigiéndose al origen. Sabemos que el aumento del impacto ambiental, la desigualdad social y la creciente brecha digital no son problemas separados, sino piezas de un mismo rompecabezas que afectan a comunidades enteras y condicionan nuestro futuro común:

La **crisis climática** no solo incrementa los precios de los alimentos y la escasez de recursos, golpeando especialmente a los más vulnerables, sino que también dispara desplazamientos forzados, erosionando su capacidad de resiliencia y ampliando la **desigualdad social** ([Naciones Unidas](#), [Oxfam América](#)). A esta ecuación se suman los **conflictos geopolíticos** que impactan a través de los incendios forestales y daños de guerra (generan cerca de **230 millones de toneladas de CO₂ equivalente desde inicio invasión de Guerra de Rusia**, [The Guardian](#)), los escombros producidos equivalen a al menos **66,000 toneladas de CO₂** (entre octubre de 2023 y diciembre de 2024 [The Guardian](#)). La **brecha digital** también se agrava: más de **2.6 mil millones de personas** siguen sin acceso a internet, especialmente en zonas rurales y entre grupos marginados; en países de bajos ingresos, solo el **27 %** tiene acceso online, frente al **80–93 %** en países de renta media alta o alta, lo que limita aún más el acceso a educación, empleo y servicios básicos [ISPI](#). En contextos de guerra, la infraestructura digital también se derrumba, lo que pone en jaque su acceso.

A todo lo anterior se suma la **irrupción de la inteligencia artificial (IA)**, que amenaza con amplificar desigualdades existentes: el FMI advierte que la adopción acelerada de IA podría causar “disrupciones masivas en el mercado laboral” e incrementar la desigualdad, incluso en puestos de alta cualificación [Financial Times](#). Se estima también que la IA podría afectar hasta el **40 % de los empleos** a nivel mundial, con el riesgo de intensificar la brecha entre trabajadores capacitados y menos capacitados, y entre economías avanzadas y de bajos ingresos [IMF](#). Además, un estudio reciente indica que las mujeres tienen entre un **20 y 22 % menos probabilidad que los hombres** de utilizar herramientas generativas de IA, debido a estructuras laborales, distribución ocupacional y normas culturales [Tom's Guide](#). También se ha identificado una “brecha de IA según el estatus socioeconómico”: aunque las tecnologías de lenguaje generativo se hacen más accesibles, las diferencias en estilo de interacción y temas usados según el nivel socioeconómico evidencian cómo estas herramientas pueden reafirmar la división digital [arXiv](#).

Vivimos en un mundo donde los desafíos se entrelazan: la crisis climática, la desigualdad social, la brecha digital, la desigualdad de género, los conflictos territoriales, los conflictos armados y el impacto creciente de la inteligencia artificial forman un tejido complejo de exclusión. Cada hilo parece reforzar al siguiente, haciendo que la adversidad se sienta más grande, más imparables.

Pero frente a este entramado de retos, la respuesta no puede ser individual ni aislada. Se necesita acompañamiento, empatía y acción compartida.

EDUCA EDTECH Group no solo navega la incertidumbre, **actuamos como agentes del cambio** con aquello que mejor conocemos: **la Educación**. Desde la **Fundación EDUCA EDTECH**, diseñamos respuestas que actúan en múltiples frentes, liderando transformaciones concretas: reducimos desigualdades derivadas de la IA, enfrentamos el impacto ambiental y social del cambio climático, y promovemos un uso más responsable de los recursos. Esto es el reflejo de nuestra comprensión de cómo geopolítica, tecnología y medio ambiente están profundamente conectados, y de nuestro compromiso de generar un impacto real desde cada uno de estos frentes, lo que se apoya en la trayectoria y legado que han trazado nuestras acciones.

EDUCA EDTECH Group no solo se navega la incertidumbre, sino que actuamos como agentes del cambio, con el mecanismo que mejor conocemos, la educación.

Desde la Fundación EDUCA EDTECH, lideramos transformaciones concretas: reducimos desigualdades derivadas de la IA, enfrentamos el impacto ambiental y social del cambio climático, y promovemos un uso más responsable de los recursos.

Es ante esta interconexión de desafíos que la **acción coordinada se vuelve esencial**. Adaptarse ya no basta; necesitamos acompañar, transformar obstáculos en oportunidades reales de crecimiento y equidad. Cada problema —climático, social, digital, tecnológico o territorial— está conectado, y solo se pueden construir soluciones integrales cuando se reconoce esa red invisible. Por eso, nuestro enfoque va más allá de atender necesidades inmediatas: busca fortalecer la resiliencia de personas y comunidades, generando un impacto que trasciende fronteras y sectores.

La Fundación EDUCA EDTECH actúa como un faro en medio de la incertidumbre, iluminando caminos, acompañando a quienes buscan avanzar, y tejiendo redes que conectan la sociedad. No buscamos ser líderes; queremos reducir brechas, acercar la igualdad y rescatar la humanidad que nos une. Proporcionamos herramientas, conocimientos y oportunidades para que cada persona pueda proyectar su futuro con confianza y propósito.

A través de la educación, transformamos desafíos en posibilidades. Reducimos brechas digitales, fomentamos un uso responsable de la inteligencia artificial y contribuimos a un desarrollo sostenible que conecta tecnología, sociedad y medio ambiente. Cada iniciativa busca empoderar, abrir puertas y generar un impacto tangible, recordando siempre que el cambio no es amenaza, sino oportunidad: para crecer, aprender y liderar con ética y compromiso.

Así, la Fundación se convierte en un puente: entre la complejidad del mundo actual y la capacidad de cada persona de adaptarse, prosperar y convertirse en referente en su entorno. Demostramos que la educación no solo transforma; ilumina el camino hacia un futuro más justo, equitativo y lleno de posibilidades.

¿Te imaginas un mundo donde cada desafío se convierta en una oportunidad para acercarnos más unos a otros y construir juntos un futuro mejor?





3

Un apunte del CEO

Un apunte del CEO

3

Rafael García-Parrado

CEO
Consejero Delegado
EDUCA EDTECH Group



En EDUCA EDTECH Group, ahora más que nunca, creemos en el rol central que la educación debe jugar para impulsar una transformación positiva de la sociedad. El mundo está cambiando más rápido que nunca, impulsado por avances tecnológicos que, hace unos años, hubieran sido impensables. Nos afecta a todos y a todo, pero muy especialmente a un mercado laboral cada vez más competitivo y líquido, en el que nuevos perfiles profesionales surgen a gran velocidad, mientras que las necesidades de las organizaciones cambian a ritmos de parpadeo. Vemos en este contexto la ocasión para aportar nuestro conocimiento y experiencia como grupo tecnológico y educativo con más de 20 años de trayectoria.

Con este estudio queríamos indagar en el impacto que la educación online tiene en uno de los principales retos a los que el mundo se enfrentará en los próximos años, la reconversión del mercado laboral. Porque la mejor manera de adaptarse a los cambios es prepararse, formarse y adaptarse a entornos en constante evolución. Nosotros hemos querido entender cómo la formación a distancia y las tecnologías asociadas a esta, inciden en la empleabilidad de quienes la usan.

Las nuevas generaciones se enfrentan a un mercado laboral que evoluciona no en años ni meses, sino prácticamente en semanas; los profesionales más veteranos dudan, no saben si sus habilidades y conocimientos seguirán siendo válidos a corto plazo. Lo llamamos la era de la incertidumbre y en EDUCA EDTECH Group y su fundación, desde la que parte esta investigación, tenemos el compromiso de ayudar a la sociedad a buscar su camino laboral pero también su desarrollo personal. Ambos están íntimamente ligados.

Espero que los resultados ofrecidos en este documento ayuden por igual a empresas, organizaciones educativas y estudiantes, a trazar el apasionante viaje que nos espera en los próximos años.

Disfrutémolos.

Rafael García-Parrado Corrales



4

Introducción

Introducción

4



En su nota de prensa de enero de 2025, el **Foro Económico Mundial** —WEF— titula: “Habrá 78 millones de nuevas oportunidades laborales de aquí a 2030, pero es necesario mejorar urgentemente las capacidades para preparar a los trabajadores”.

En la **Fundación EDUCA EDTECH** esta afirmación nos llamó la atención y nos propuso la oportunidad de indagar sobre esa urgencia para formar a los profesionales. Queríamos saber **el rol que la educación online** podía jugar en una de las **mayores transformaciones laborales de la historia** de la Humanidad.

No es una exageración. En esa misma nota de prensa, que da cuenta del exhaustivo ‘Informe sobre el futuro del empleo 2025’¹, elaborado por el propio WEF, se asegura que “la disrupción en el mercado de trabajo equivaldrá a un 22 % de los empleos de aquí a 2030, período en el que se crearán **170 millones de nuevos puestos de trabajo** y otros **92 millones serán desplazados**, dando lugar a un incremento neto de 78 millones de empleos”. **¿Qué profesiones desaparecen? ¿Cuáles surgen?** Pero, sobre todo... ¿Cómo pueden adaptarse las nuevas generaciones —ahora estudiantes—, así como los profesionales ya en activo, a este tsunami transformador que cambiará el mercado laboral en apenas cinco años?

¹ World Economic Forum, *The Future of Jobs Report 2025*.

Hemos abordado esta pregunta desde una perspectiva periodística y científica, realizando una ambiciosa encuesta a los **principales actores de esta dicotomía educativo—laboral: empresas, organizaciones educativas** y, por supuesto, **estudiantes**. Queríamos conocer su percepción de la educación online, entender cómo es su experiencia y, muy especialmente, si ha sido positiva en términos de empleabilidad.



Hemos asumido este reto, además, desde una mirada transnacional, poniendo el foco en aquellos territorios que son de nuestra inmediata competencia, como **España y América Latina**; en esta región, el estudio ha comprendido los países de Colombia, Perú y México, en un esfuerzo por conseguir una muestra lo más representativa en términos de población y culturas.

Buscábamos una fotografía lo más holística posible sobre **cómo la educación online**, con sus características, bondades y desafíos, **impacta en la empleabilidad de quienes la cursan**; hemos ido desde el origen —la academia— hasta el beneficiario —el profesional—, entendiendo cómo la empresa valora este tipo de formación, que ha crecido enormemente en popularidad durante y tras la pandemia de COVID—19.

Las conclusiones, como se verá a continuación, nos ofrecen una profunda comprensión de un sector que está llamado a convivir con la educación presencial.

A woman with blonde, wavy hair, wearing a green ribbed turtleneck sweater, is shown in profile, looking upwards and to the left. She is holding a small, light blue card in her right hand, and another similar card is visible in her left hand. The background is a blurred library or study area with bookshelves filled with books. In the top left corner, there is a large white number '5' inside a white circle, which is itself inside a larger, fainter white circle.

5

Metodología

Metodología

5

Esta investigación se basa en una encuesta online realizada a un total de 2.806 personas entre los países de España, Colombia, Perú y México. Las preguntas se hicieron entre mayo y junio de 2025 y cada público objetivo —profesionales de RR. HH., profesionales de educación y estudiante final— recibió un conjunto de preguntas específico que combinan aspectos cuantitativos y cualitativos.

Ficha técnica

Objetivo del estudio

- Comprender el impacto que la formación online tienen en la empleabilidad de quienes la realizan.

Fuente de información

- Recopilación propia a través de encuesta online.

Público objetivo

- Estudiantes que han participado de formaciones online. Total: 1565.
- Profesionales de Recursos Humanos de organizaciones empresariales: directores de RR. HH., responsables de formación, de selección y talento, así como

especialistas en captación, entre otros. Total: 628 personas.

- Profesionales académicos: rectores y máximos responsables, directores académicos, jefes de estudios y otros trabajadores del sector. Total: 613 personas.

Ubicación

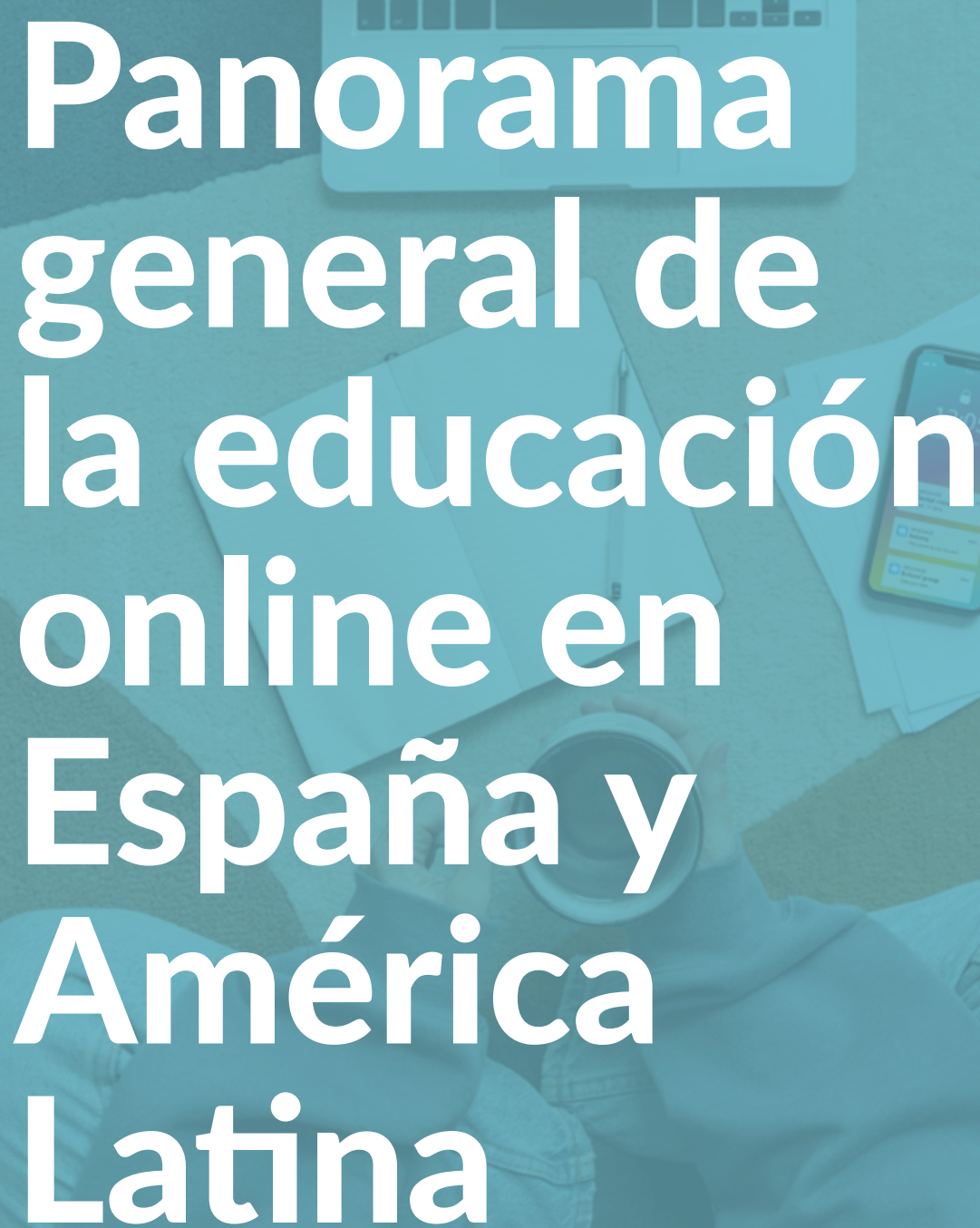
- España: 730 personas
- Colombia: 759 personas
- Perú: 739 personas
- México: 742 personas

Fecha de estudio

- Mayo —Junio 2025

Metodología

- Preguntas cuantitativas y cualitativas —mix— con tres cuestionarios diferenciados por público objetivo.



Panorama general de la educación online en España y América Latina



Panorama general de la educación online en España y América Latina

6

Penetración y uso de la educación online: principales estadísticas

En esta primera fase de la investigación nos interesaba conocer hasta qué punto la educación online ha penetrado tanto en las empresas captadoras de talento como en las propias instituciones académicas que la imparten. A pesar de que la tecnología y la digitalización han hecho posible, desde hace décadas, la formación a distancia, históricamente han existido una serie de barreras —tecnológicas, metodológicas y de percepción— que han ralentizado su normalización como una forma habitual de adquirir conocimientos y cualificación profesional, en línea con el crecimiento de la Sociedad de la Tecnología y la Información.

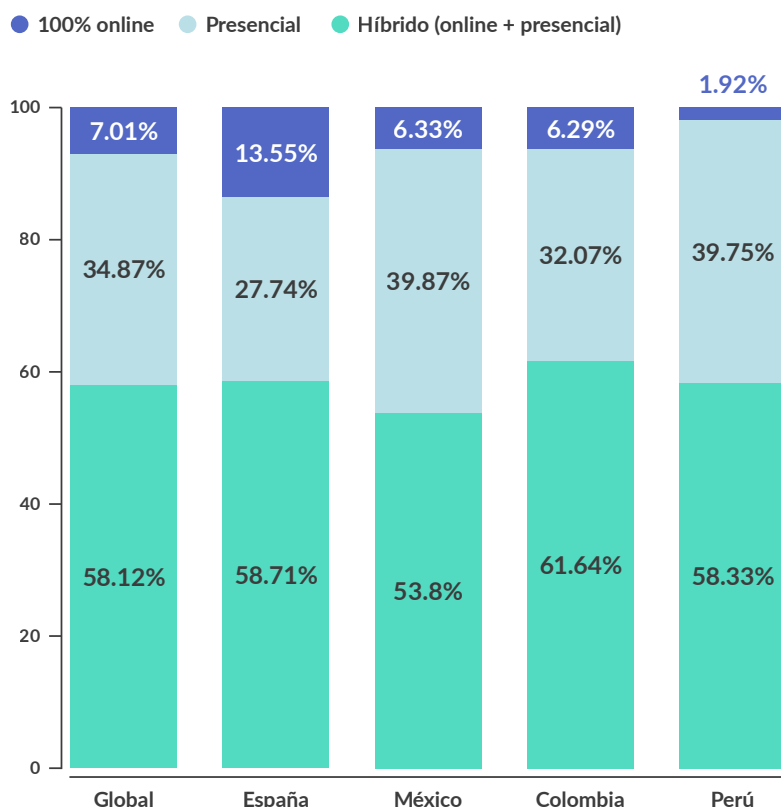
A este análisis queríamos sumarle también la propia perspectiva de las personas que ya usan o han usado —en cualquier grado— la formación online. En definitiva, hemos buscado entender cómo la educación está siendo utilizada por formadores, contratadores y estudiantes, en un momento en el que la digitalización de los países analizados se encuentra en un estadio muy maduro.

Pandemia, antes, durante y un después

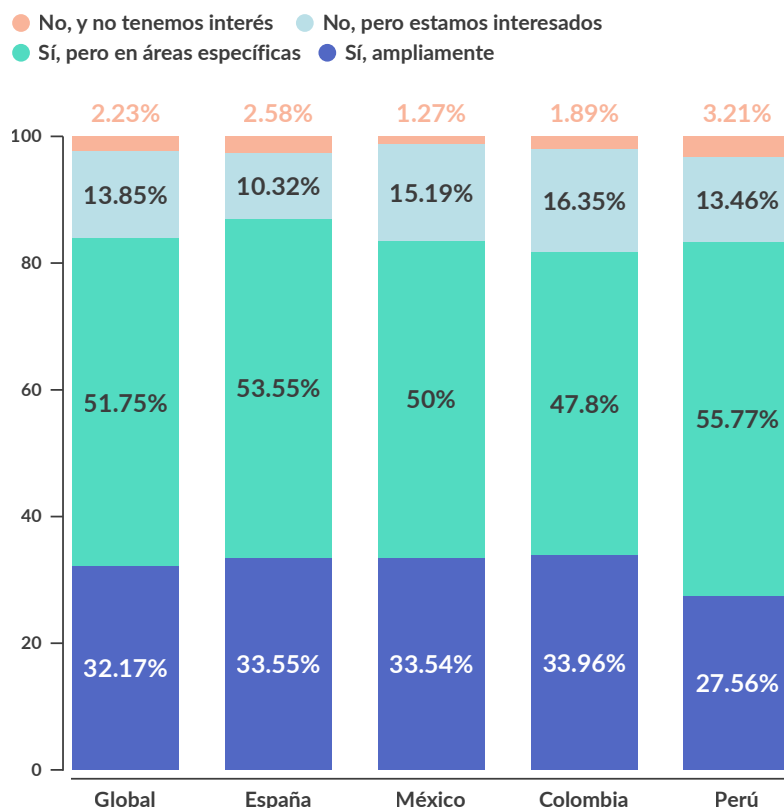
Sin duda, el momento clave para entender la evolución de la formación online es la pandemia de COVID–19, que forzó a la mayoría de las sociedades a recluirse en sus domicilios y limitar en extremo las salidas al exterior. Como todo lo demás, el sector educativo se vio completamente impactado por las medidas de confinamiento y tuvo que readaptarse, a marchas forzadas, para dar una respuesta a educadores y alumnos de todo el mundo. Esta investigación tiene muy en cuenta ese punto de inflexión, precisamente cuando se cumplen cinco años desde que tuvieron lugar estos acontecimientos.

Perspectiva empresarial

¿Cuál es el tipo de formación predominante en la empresa?



¿Su empresa ha implementado programas de formación interna online para empleados?



Con estas primeras preguntas, queríamos entender el estado actual de la penetración de la formación online en empresas frente a otros modelos, y de qué manera se implementa esta formación dentro de las propias organizaciones.

Las empresas están claramente en transición hacia modelos digitales, pero sin abandonar la presencialidad: el formato híbrido lidera como solución de equilibrio (58,12 %), mientras que destaca ese 7,01 % de empresas que forman exclusivamente online, frente al 34,87 % que lo hacen únicamente de manera presencial.

Esta transición se está dando de manera paulatina aunque clara, dado que el 83,92 % de las empresas ha implementado algún programa de formación online, aunque vemos que de manera aislada, en áreas específicas (51,75 global). Deducimos que para muchas empresas, el modelo híbrido es el paso natural para experimentar con el e-learning, sin abandonar lo presencial.

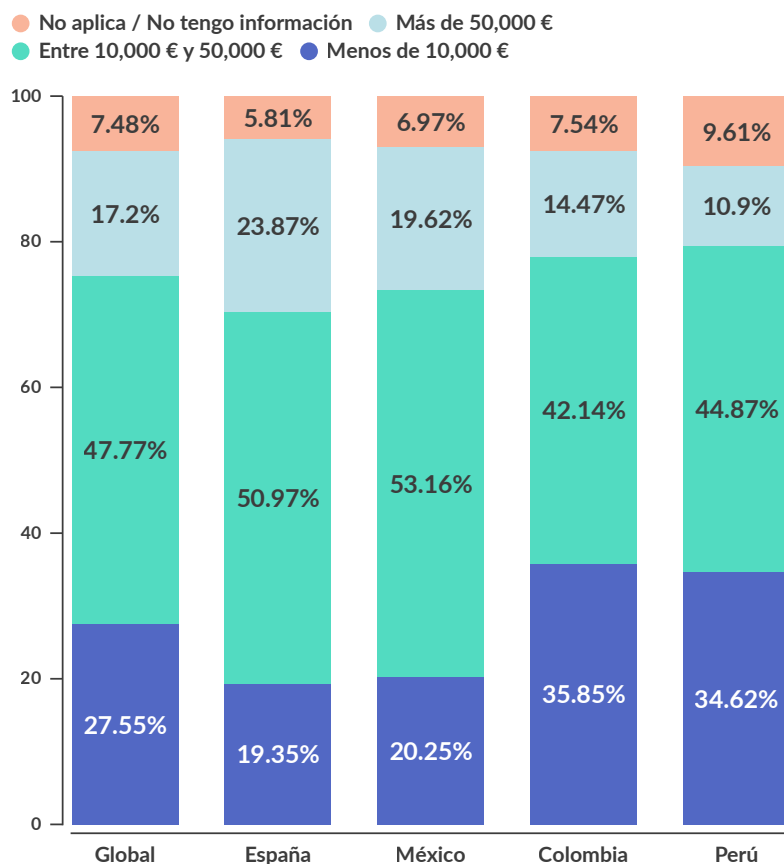
Esta es una tendencia firmemente consolidada, dado que tan solo un 2,23 % de los encuestados no está interesado en modelos online formación.

El modelo híbrido es también el más utilizado en un análisis comparativo entre países, todos ellos en una horquilla relativamente estrecha entre el 61,64 % de Colombia y el 53,80 % de México.

Una mirada más fina nos indica que los países latinoamericanos todavía apuestan mayoritariamente por lo presencial: México (39,87 %) y Perú (39,74 %), en contraste con España, donde la formación exclusivamente offline es dominante solo en el 27,74 % de las empresas. Cabe señalar lo reducido de la formación exclusivamente online en LATAM, con el extremo de Perú, en el que apenas un 1,92 % de las empresas la señalan como predominante frente al 13,55 % de España, que lidera en este punto.

Nuevamente, al atender a la implementación de programas de formación interna online, vemos una clara tendencia evolutiva hacia su normalización: todos los países muestran una alta prevalencia de implementación, dado que más del 80 % de las empresas en cada país (Colombia 81,76 %, España 87,10 %, México 83,54 %, Perú 83,33 %) han desarrollado algún tipo de formación online (ampliamente o en áreas específicas), con pequeñas diferencias en el grado de penetración de este tipo de formación.

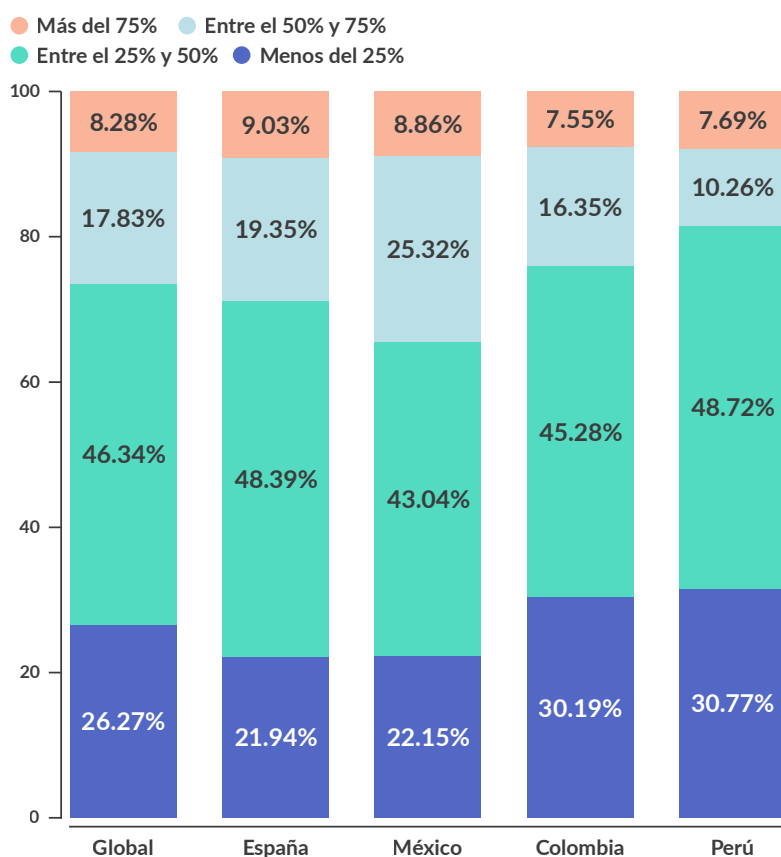
¿Cuál es el presupuesto anual aproximado para formación y desarrollo?



La distribución del presupuesto anual destinado a formación y desarrollo muestra que, en la mayoría de los países analizados, el rango más común se sitúa entre 10.000 € y 50.000 €, especialmente en México (53,16 %) y España (50,97 %), donde más de la mitad de las empresas se ubican en este intervalo. Colombia (42,14 %) y Perú (44,87 %) presentan porcentajes algo menores en este rango, pero destacan por tener una mayor proporción de empresas con presupuestos inferiores a 10.000 € (35,85 % y 34,62 % respectivamente), lo que sugiere limitaciones de inversión en comparación con otros mercados.

La asignación de más de 50.000 € anuales sigue siendo minoritaria en todos los casos, con España liderando en esta categoría (23,87 %), lo que indica que solo un grupo reducido de empresas realiza inversiones más robustas en formación y desarrollo.

¿Qué porcentaje de sus empleados participa actualmente en algún tipo de formación online?

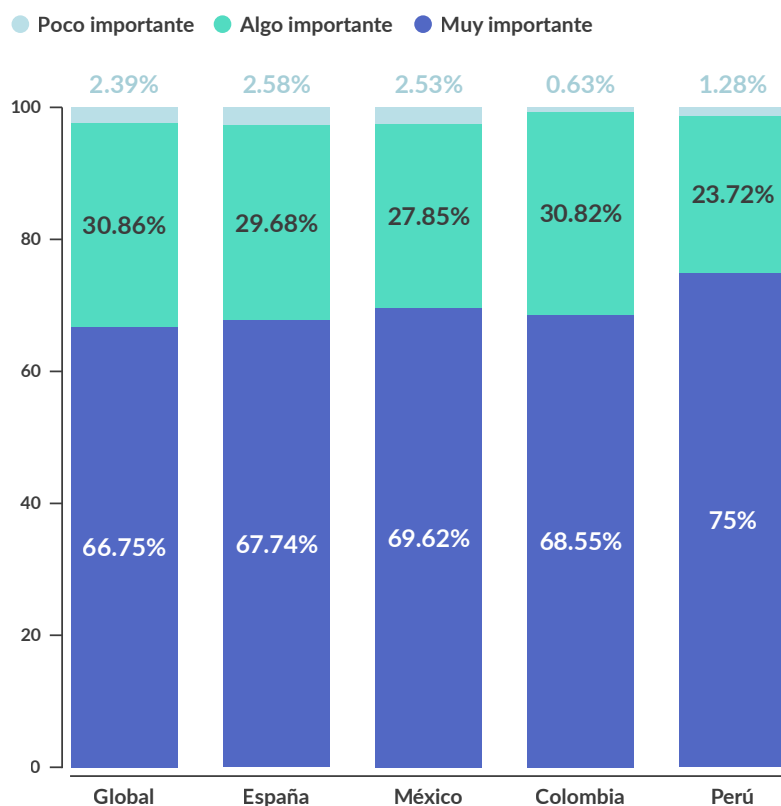


Detectamos un importante contraste entre el volumen de empresas que ha comenzado a utilizar la formación online (83,92 %) y su penetración dentro de las propias corporaciones que la imparten, dado que tan solo el 26,11 % de las empresas encuestadas forma, actualmente, a más del 50 % de su plantilla de manera online. Una mayoría (72,61 %) no llega a formar a la mitad de sus equipos de trabajo con este formato.

Sí detectamos aquí interesantes diferencias por país, con México (34,18 %) como el país encuestado en el que mayor volumen de empleados utiliza actualmente la formación online, en contraste con Perú (17,95 %) o Colombia (23,90 %). España se sitúa a medio camino, con el 28,38 %.

La lectura es clara: las empresas todavía no usan de manera generalizada la formación online para sus equipos, sino como apoyo departamental o puntual.

¿Qué importancia tiene en su empresa la educación continua para los empleados?

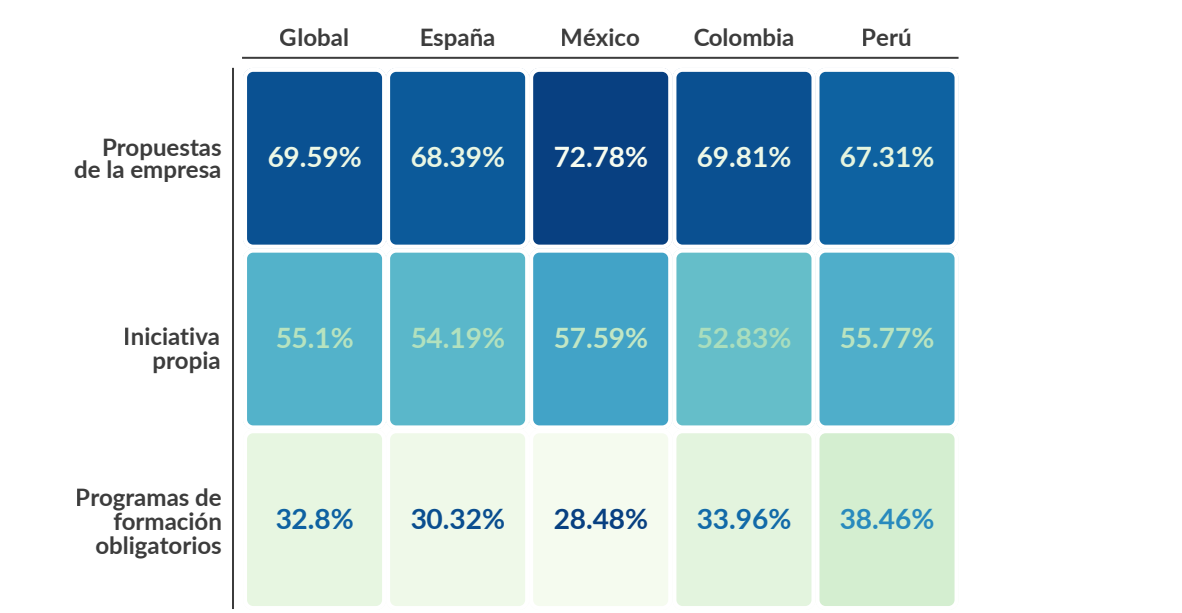


Sin duda, la educación continua es clave para la práctica totalidad de las empresas encuestadas, con un rotundo 97,45 % de aceptación; esto subraya el reconocimiento generalizado de que el aprendizaje y la actualización constante de habilidades son cruciales en el entorno laboral actual, aunque dados los datos de uso de la formación online dentro de las empresas, detectamos una disonancia que podría explicarse por dos motivos: bien las empresas solo capacitan a un porcentaje clave de su plantilla, o bien la formación offline sigue jugando un papel importante en esta capacitación.

En todos los países encuestados, más del 97 % de las empresas consideran la educación continua como algo importante o muy importante. En este sentido, Colombia presenta el valor combinado más alto (99,37 %), aunque con un mayor peso en “algo importante”. Perú, en cambio, lidera claramente en la categoría de “muy importante” (75,00 %), lo que sugiere una convicción más enfática.

España es el país en el que ha tenido menor peso la respuesta “muy importante” (67,74 %), aunque en el total agregado apenas hay diferencia entre los cuatro países.

¿Cómo suelen acceder los empleados a formación online en su empresa?

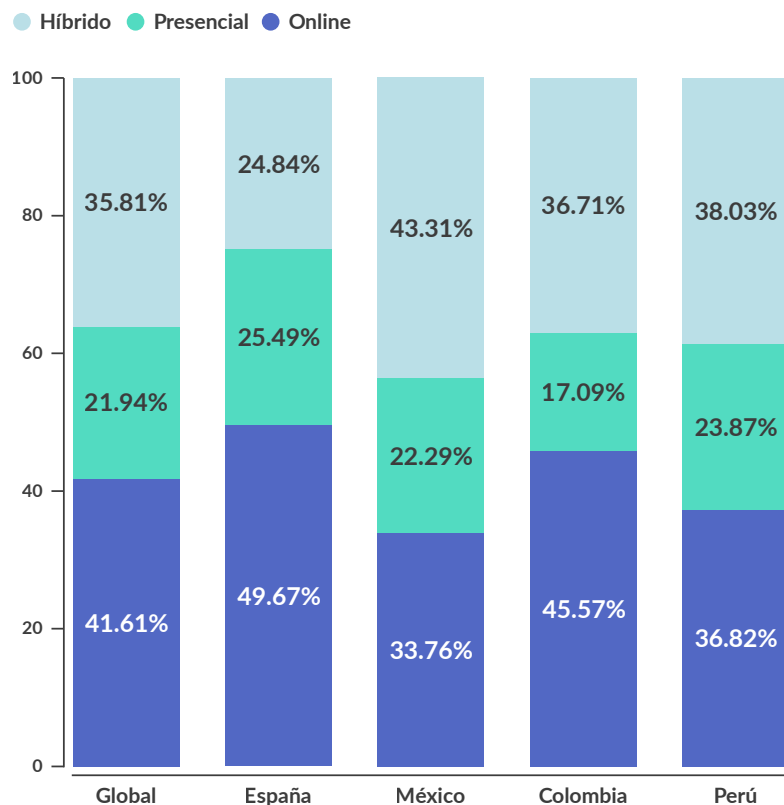


En combinación con la pregunta anterior, se refuerza la importancia que tiene la formación para las empresas, aunque se detecta una brecha en la percepción del empleado, que en un 55,10 % solicita la formación online a iniciativa propia.

Las empresas lideran la propuesta de formación online hacia sus empleados, con porcentajes que siempre superan el 67 % en todos los países, destacando México (72,78 %)

Con respecto a la demandad del propio empleado, no se detectan grandes variaciones, con todos los países rondando el 55 % ya mencionado.

¿Qué formato de formación prefieren sus empleados?



Resulta llamativo comprobar cómo, en entornos corporativos, la formación online se sitúa a la cabeza de los profesionales como su formato preferido (41,61 %). Esto encaja, como veremos posteriormente, con los motivos por los que se escoge esta formación, que tienen que ver con la flexibilidad horaria y la posibilidad de conciliar vida laboral, personal y formativa.

Mención especial merece el formato híbrido, al que acuden más de un tercio de los encuestados según sus empleadores (35,81 %), y que puede indicar que nos dirigimos hacia una sociedad en la que las barreras entre lo físico y lo digital se diluyen.

Encontramos aquí las primeras diferencias notables que detectamos entre los países encuestados, donde España lidera claramente (49,67 %) la preferencia de los trabajadores —siempre según sus responsables de RR. HH. — por la formación online. Aunque Colombia no se sitúa especialmente lejos (45,57 %), sí es llamativo el contraste con Perú o México, donde se mueven siempre por cifras debajo del 37 %.

La lectura es completa cuando detectamos que lo híbrido es bastante popular en México (43,31 %), Perú (37,18 %) y Colombia (36,71 %), no así en España, donde menos del 25 % apuesta por este formato.

Si extrapolamos datos, vemos como la formación online —en combinación con la presencial—, es el formato favorito para la gran mayoría de los encuestados: Colombia (82,28 %), México (77,07 %), España (74,51 %) y Perú (73,72 %)

Lo presencial queda reducido a menos del 25 % en la mayoría de los países, con excepción de España, donde contrasta ese 25,49 % de trabajadores que prefieren el modelo presencial.

¿Qué formatos de formación online prefiere su empresa para sus empleados?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Cursos breves	63.06%	56.77%	67.72%	69.81%	57.69%
Webinars	33.28%	43.23%	27.85%	27.67%	34.62%
Programas intensivos	35.67%	36.13%	39.24%	31.45%	35.9%
Formación continua	53.18%	49.68%	64.56%	50.31%	48.08%

Uno de los objetivos de este estudio es entender cómo los nuevos ritmos de vida hiper acelerados y la menguante capacidad de atención de usuarios digitales, afecta a la educación online. En este sentido, no sorprende ver que los cursos breves (63,06 %) son el formato más popular —como veremos, en todos los países—, casi duplicando a los programas intensivos (35,67 %).

En todos los países, los cursos breves son el formato más popular, especialmente en Colombia (69,81 %) y México (67,72 %), lo que indica una fuerte demanda por aprendizaje ágil y enfocado. La formación continua ocupa el segundo lugar en preferencia, liderada por México (64,56 %), seguido por Colombia (50,31 %), España (49,68 %) y Perú (48,08 %), reflejando una apuesta general por el desarrollo sostenido.

Los webinars son más valorados en España (43,23 %) y Perú (34,62 %), mientras que Colombia y México muestran menor interés por este formato (ambos alrededor del 27 %). En cuanto a los programas intensivos, destacan México (39,24 %) y España (36,13 %), con una presencia moderada en Perú (35,90 %) y Colombia (31,45 %).

¿En qué áreas ve mayor demanda de formación online dentro de su empresa?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Tecnología	61.31%	57.42%	65.19%	66.04%	56.41%
Gestión de proyectos	52.23%	52.9%	58.23%	49.06%	48.72%
Idiomas	37.9%	42.58%	32.91%	45.28%	30.77%
Innovación y creatividad	51.75%	44.52%	56.96%	47.8%	57.69%

Estas cifras confirman una clara prioridad por desarrollar competencias tecnológicas, seguidas de habilidades en gestión e innovación. Los idiomas, aunque relevantes, presentan una demanda más baja en comparación con las otras áreas. Esta tendencia refuerza la importancia estratégica que las empresas otorgan a la actualización digital y la capacidad de innovación dentro de sus equipos.

Haciendo foco por país, continuamos viendo la preferencia por áreas formativas relacionadas con lo tecnológico, aunque se detectan diferenciaciones relevantes con respecto a la importancia de la innovación y la creatividad, donde Perú (57,69 %) y México (56,96 %) muestran los porcentajes más altos frente a Colombia (47,80 %) y España (44,52 %).

Independientemente del país, la formación en idiomas va a la cola de prioridades, aunque hay notables contrastes entre Colombia (45,28 %) y España (42,58 %) frente a México (32,91 %) y Perú (30,77 %).

¿Qué competencias considera que los empleados adquieren mejor mediante la formación online?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Habilidades técnicas	56.05%	54.84%	63.92%	61.01%	44.23%
Habilidades blandas (liderazgo, comunicación)	49.68%	49.03%	47.47%	48.43%	53.85%
Resolución de problemas	49.84%	49.68%	58.86%	49.06%	41.67%
Innovación	58.44%	47.74%	64.56%	64.15%	57.05%

No existe un claro favorito en cuanto a las competencias que mejor se adquieren de forma online, según los responsables encuestados, aunque la innovación y las habilidades técnicas destacan por encima del 50 %, en consonancia con los resultados de la pregunta anterior.

Sí se aprecian variaciones relevantes entre países, con España a la cola de innovación (47,74 %) frente al resto de países encuestados. En este sentido, el país europeo muestra un perfil equilibrado en cuanto a la adquisición de competencias en entornos online.

Perú es el único país donde las habilidades blandas superan a las técnicas (53,85 %), unas habilidades que en ningún otro caso superan el 50 % y nos señalan que ciertas capacitaciones más 'humanistas' siguen siendo, a ojos de los responsables de RR. HH. , más idóneas para formatos presenciales.

En detalle | Cómo el tamaño de la empresa modifica su estrategia de formación online

Tipo de formación predominante por tamaño de empresa

	100% online	Híbrido	Presencial
Menos de 50 empleados	9.6%	50%	40.4%
50-200 empleados	6.9%	61.4%	31.8%
200-1.000 empleados	6.1%	61.4%	32.6%
Más de 1.000 empleados	1.5%	64.6%	33.8%

Implementación de formación interna online por tamaño de empresa

	Sí, ampliamente	Sí, en áreas específicas	No, pero estamos interesados	No, y no tenemos interés
Menos de 50 empleados	27.8%	46.5%	20.7%	5.1%
50-200 empleados	32.2%	54.5%	12.4%	0.9%
200-1.000 empleados	36.4%	53%	9.1%	1.5%
Más de 1.000 empleados	36.9%	55.4%	7.7%	0%

¿Qué importancia tiene en su empresa la educación continua para empleados?

	Muy importante	Algo importante	Poco importante	Nada importante
Menos de 50 empleados	64.6%	31.8%	3.5%	0%
50-200 empleados	63.5%	33.5%	3%	0%
200-1.000 empleados	72%	27.3%	0%	0.8%
Más de 1.000 empleados	73.8%	24.6%	1.5%	0%

¿Qué porcentaje de sus empleados participa actualmente en algún tipo de formación online?

	Menos del 25%	Entre el 25% y 50%	Entre el 50% y 75%	Más del 75%
Menos de 50 empleados	39.4%	36.4%	12.6%	8.1%
50-200 empleados	22.3%	53.6%	18%	6%
200-1.000 empleados	18.2%	48.5%	21.2%	11.4%
Más de 1.000 empleados	16.9%	46.2%	26.2%	10.8%

¿Qué formato de formación prefieren sus empleados?

	Formación 100% online	Formación híbrida	Formación presencial
Menos de 50 empleados	41.9%	27.7%	29.8%
50-200 empleados	41.6%	17.6%	39.9%
200-1.000 empleados	39.7%	22.9%	37.4%
Más de 1.000 empleados	44.6%	18.5%	35.4%

¿Cómo suelen acceder los empleados a formación online en su empresa?

	Propuestas de la empresa	Iniciativa propia	Formación obligatoria	Otros
Menos de 50 empleados	64.4%	56.5%	29.8%	1%
50-200 empleados	74.7%	56.2%	32.6%	0%
200-1.000 empleados	68.7%	57.3%	36.6%	0%
Más de 1.000 empleados	76.9%	49.2%	38.5%	1.5%

El tamaño de la empresa emerge como un factor importante en la forma en que se planifica, implementa y percibe la formación online. Las organizaciones más pequeñas (<50 empleados) tienden a adoptar modelos más flexibles en los que lo híbrido (50 %) y lo presencial (40,4 %) tienen un peso relativamente equiparable, con el extremo de representar el espectro empresarial que más usa la formación 100 % online (9,6 %).

Por su lado, los dos conjuntos de empresas —50 a 200 empleados y 200 a 1.000 empleados— nos ofrecen unos resultados muy similares, en los que lo híbrido es tendencia (61,4 % respectivamente), siguiendo las conclusiones que hemos venido obteniendo en apartados anteriores.

Nos resulta llamativo comprobar que son las grandes empresas de más de 1.000 empleados las que apuestan, de manera muy residual, por la formación puramente online (1,5 %), mientras que los formatos híbridos se erigen como el principal tipo de formación (64,6 %). Decimos que nos resulta llamativo ya que, en contraste, son precisamente estas empresas grandes las que presentan una mayor implementación de formación online interna para con sus empleados: un 92,3 % reconoce haber desarrollado ampliamente o en áreas específicas programas de formación online. De hecho, es en estas organizaciones donde encontramos un mayor porcentaje de empleados que se forman online: el 26,2 % de las empresas de más de 1.000 empleados forma entre el 50 % y el 75 % de sus plantillas de forma online. Concluimos aquí que, si bien es ampliamente utilizada por grandes corporaciones, la formación online no tiene todavía un gran peso con respecto a otros modelos formativos.

Conforme el tamaño de la organización disminuye, lo hace también esa implementación de la formación online hasta llegar al 20,7 % de empresas de menos de 50 empleados que todavía no la han probado, pero sí se lo están planteando. Son estas empresas quienes declaran que forman a menos del 25 % de su plantilla con formatos online (39,4 %).

Los porcentajes de desinterés en la formación online son marginales, pero de nuevo, las empresas más pequeñas destacan (5,1 %) frente a las grandes corporaciones de más de 1.000 empleados, en las que no ha habido una sola que declare no tener interés por este tipo de formación.

Cerramos este bloque de análisis en detalle destacando que, independientemente del tamaño de la empresa, los empleados responden de manera muy similar – según sus empleadores– cuando son preguntados por su formato preferido de formación: lo puramente online gira siempre en torno al 40 %, lo híbrido se sitúa en una horquilla entre el 17,6 % y el 27,7 %, mientras que lo presencial se mueve entre el 29,8 % y el 35,4 %. Cambia pues, el enfoque de las empresas, no el interés de los empleados.

En detalle | Tipo de formación predominante por sector

	Educación y formación	Finanzas y seguros	Gobierno y sector público	Industria y manufactura	Retail y comercio	Salud y farmacéutica	Servicios profesionales	Tecnología e IT
100% online	6.74%	6.67%	6.25%	2.27%	7.35%	4.17%	6.8%	12.12%
Híbrido	58.43%	60%	47.92%	57.95%	57.35%	50%	61.17%	74.24%
Presencial	34.83%	33.33%	45.83%	39.77%	35.29%	45.83%	32.04%	13.64%

El análisis del cruce entre sector de actividad y tipo de formación predominante refuerza la tendencia ya vista en la que el formato híbrido (combinación de online y presencial) es el modelo más común en la mayoría de los sectores, con especial predominio en Tecnología e IT (74,2 %) y Servicios profesionales (61,2 %).

La formación 100 % online alcanza sus mayores cuotas también en Tecnología e IT – dato que no nos sorprende–, mientras que la formación presencial conserva un peso relevante en Gobierno y sector público (45,8 %) y Salud y farmacéutica (45,8 %), presumiblemente por la propia naturaleza de las formaciones que se imparten en estas áreas.

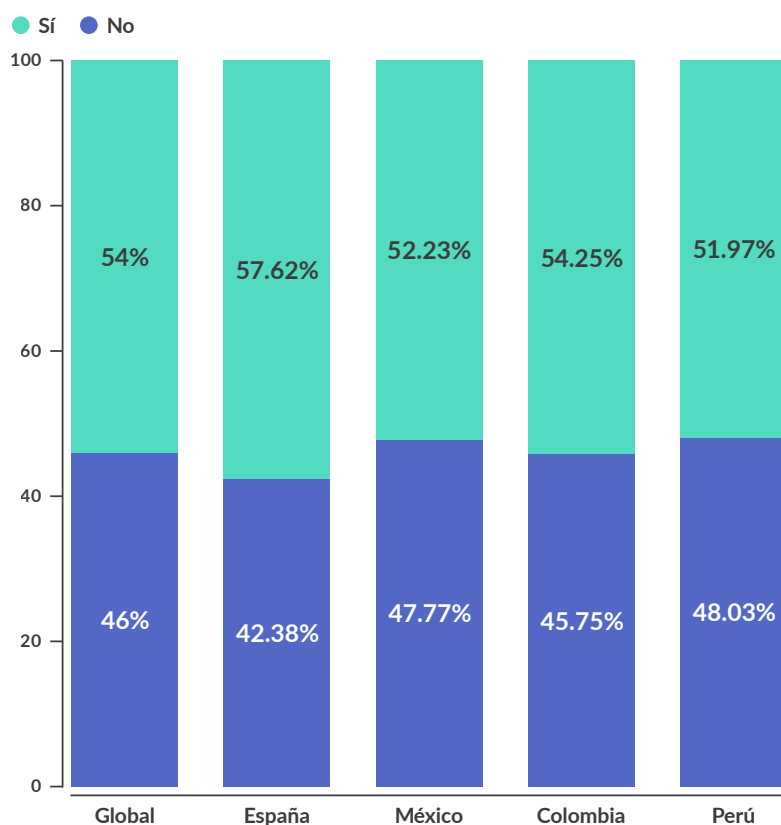
Estos resultados indican que, aunque la modalidad híbrida se ha consolidado como estándar transversal, hay sectores donde la presencialidad sigue siendo determinante y otros donde el online puro gana más terreno, especialmente en ámbitos tecnológicos.

Perspectiva académica

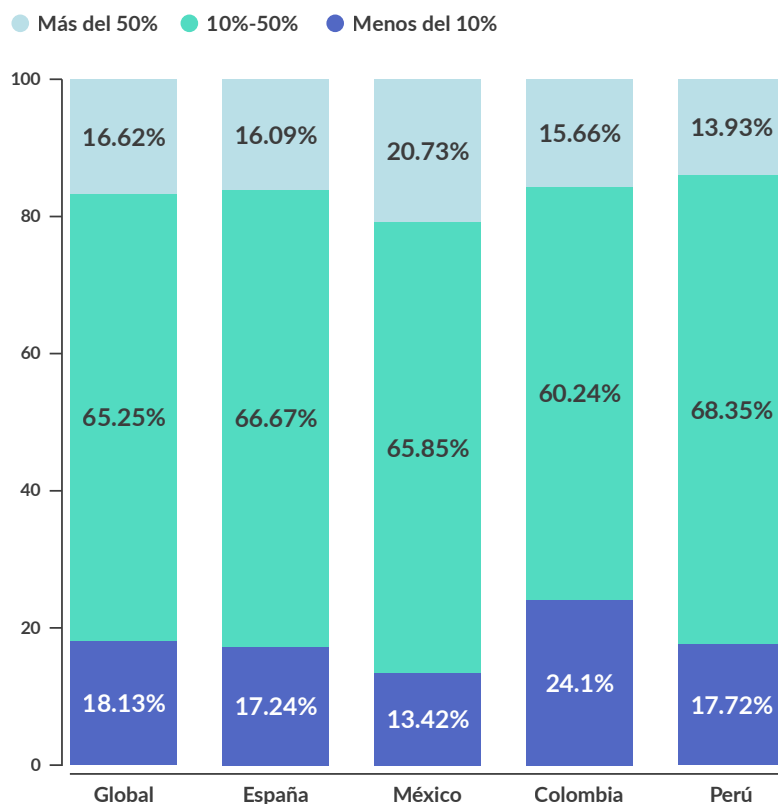
Si hay un hito o momento ‘cero’ en el que la educación online vivió un antes y un después, ese sin duda fue la pandemia de COVID–19, que obligó al conjunto de las sociedades a adaptarse a un mundo en el que lo presencial no era una opción.

En esta parte del estudio hemos querido profundizar en cómo este contexto extraordinario afectó a las instituciones educativas, qué hicieron para adaptarse y cómo ha quedado configurado el ecosistema formativo en España y América Latina cinco años después de la pandemia.

¿Tenía oferta formativa online antes de la pandemia?



¿Qué proporción de la oferta educativa de su institución estaba online antes de la pandemia?



Los datos nos muestran que, en el primer tercio de 2020, la formación online ya había ganado un considerable peso entre todo tipo de instituciones educativas, dado que el 54 % de instituciones contaban con e-learning; un dato este, que se matiza posteriormente con ese 65,26 % de instituciones cuya oferta educativa online no superaba la mitad de su portafolio.

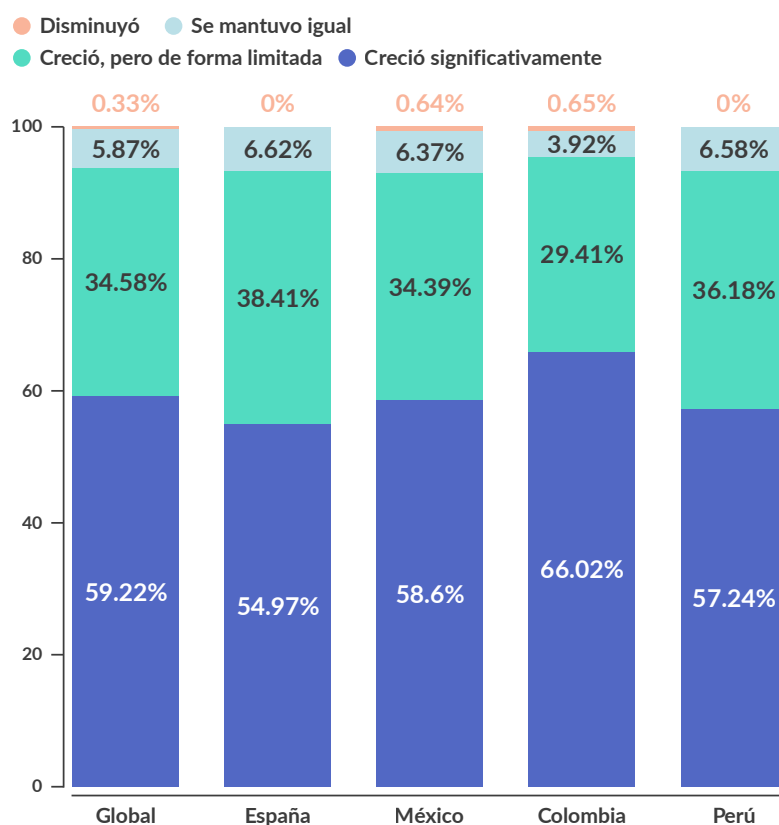
En consonancia con lo visto en el apartado dedicado a Recursos Humanos, en la Academia, lo híbrido también era tendencia y se puede considerar marginal el porcentaje de instituciones que contaban con más de la mitad de su formación en formato online (16,62 %).

En la comparativa por países, se observa que Perú, España y México presentan una concentración muy alta de instituciones cuya oferta educativa online antes de la pandemia se encontraba entre el 10 % y el 50 % de su total. En Perú, este rango alcanza el 68,35 % de las instituciones, seguido muy de cerca por España con un 66,67 % y México con un 65,85 %. Estos valores sugieren que, en estos tres países,

la modalidad online estaba presente de forma significativa pero no dominante antes de la crisis sanitaria, lo que indica un grado medio de integración en la estrategia educativa institucional.

Colombia sigue una tendencia similar, con el 60,24 % de las instituciones en el rango de entre el 10 % y el 50 % de oferta online, pero destaca por tener el porcentaje más alto de instituciones con menos del 10 % de su oferta en modalidad digital (24,10 %). Esto sugiere que, antes de la pandemia, el ecosistema colombiano presentaba una mayor polarización: una mayoría con cierto desarrollo de la oferta online y un grupo significativo aún en fases muy incipientes de adopción de esta modalidad.

¿Cómo describiría la evolución de la oferta formativa online en su institución antes y después de la pandemia?



Los datos vienen a constatar una evidencia que ya conocíamos: la pandemia animó a las instituciones a potenciar su oferta online, con un masivo crecimiento del 93,80 % de media de instituciones en donde el e-learning creció, bien de manera significativa, bien de manera limitada.

Apenas se detectan diferencias relevantes entre países, con el apunte de Colombia como el país en el que más creció significativamente, seguramente fruto de su menor implementación prepandemia, en contraste con España, que ya partía de una situación de la formación online más normalizada, por lo que su posterior desarrollo fue algunos puntos menor.

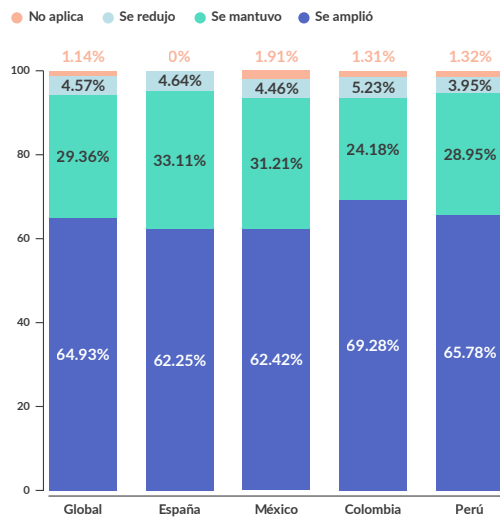
Independientemente del punto de partida de las instituciones de cada país, la pandemia dejó claro que el modelo educativo debía avanzar, sino bien hacia formatos exclusivamente online, sí hacia un híbrido flexible que ayuda a entender el escenario actual.

Un análisis comparativo entre países nos muestra que Colombia destaca como el caso con mayor proporción de instituciones que reportaron un crecimiento significativo en su oferta formativa online después de la pandemia, con un 66,01 %. Este porcentaje supera al de México (58,6 %), Perú (57,24 %) y España (54,97 %), lo que sugiere que, aunque todos los países vivieron un impulso notable, en el contexto colombiano la pandemia pudo actuar como un catalizador más potente para acelerar la digitalización de la oferta educativa.

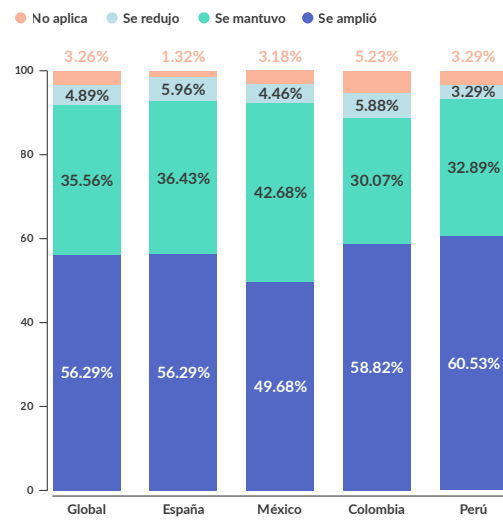
Por su parte, España, México y Perú muestran valores bastante cercanos entre sí, con algo más de la mitad de las instituciones reportando un crecimiento significativo y alrededor de un tercio indicando un crecimiento limitado. En todos los casos, los porcentajes de instituciones que mantuvieron su oferta igual o que incluso la redujeron son muy bajos, lo que confirma que la tendencia generalizada fue la expansión de la formación online como parte central de la estrategia educativa posterior a la pandemia.

¿Cómo fue la evolución de su oferta formativa online antes y después de la pandemia?

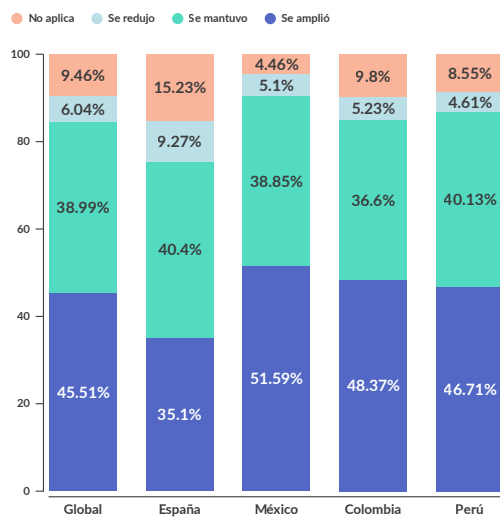
Curso



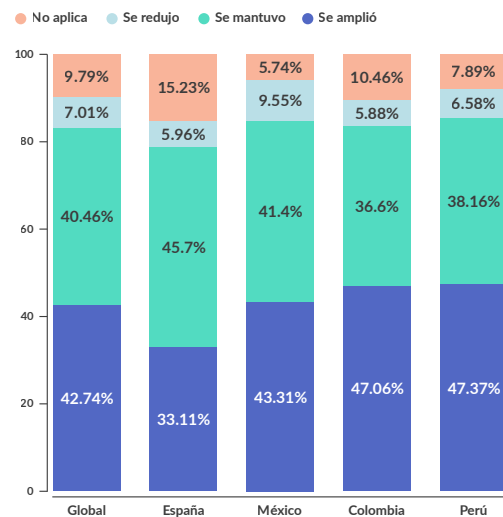
Especialización



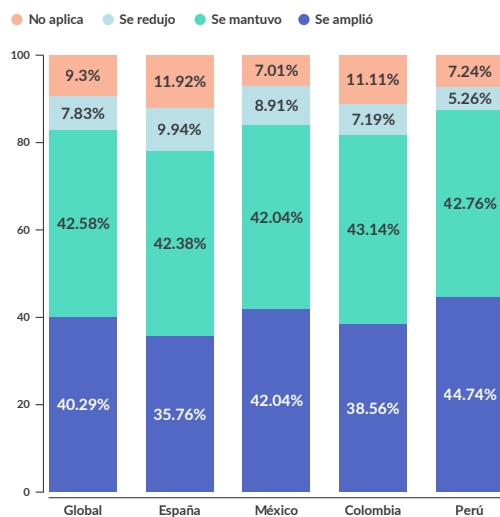
Licenciatura



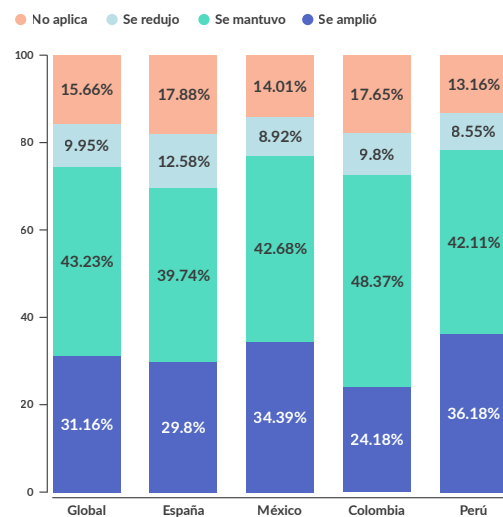
Diplomado



Máster



Doctorado



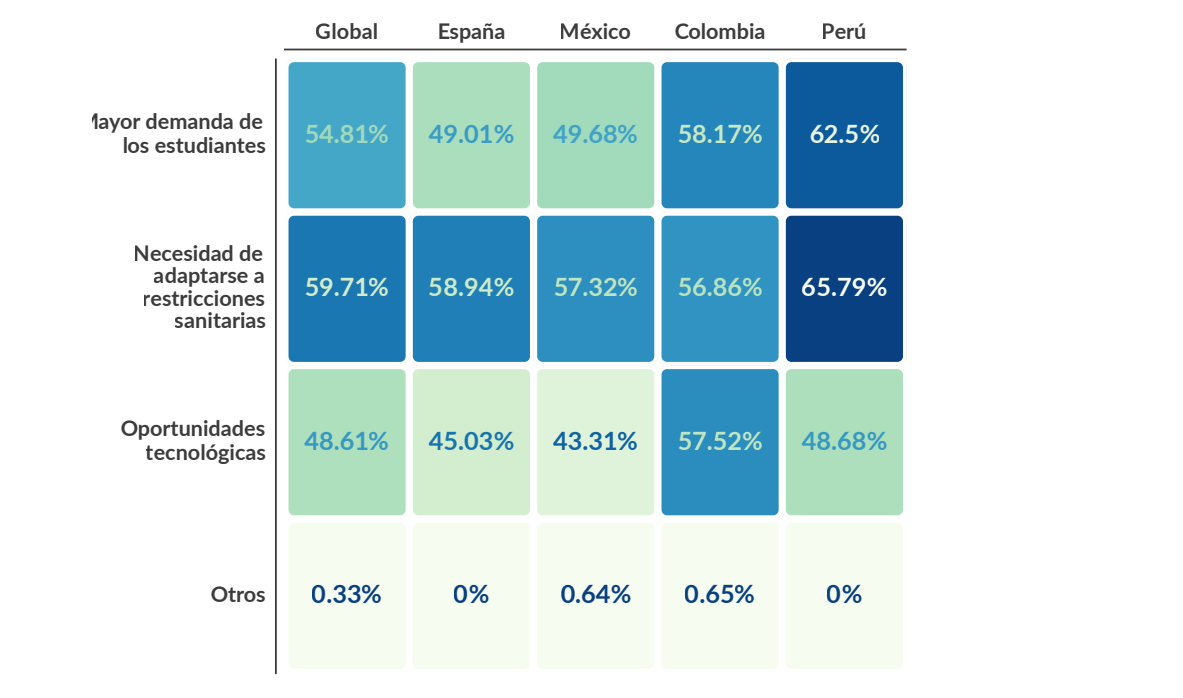
Detectamos un patrón interesante en cuanto a la evolución del tipo de formación ofrecida por los centros académicos: conforme la acción formativa crece en demanda de tiempo y exigencia para el alumno, menor fue su crecimiento en formato online. Así, los cursos parecen el formato perfecto para ser estudiados online, mientras que los doctorados —con todo lo que implican a nivel de coordinación con el tutor, investigación...— son el formato que menor implementación online ha tenido tras la pandemia.

Sí nos llama la atención el grado de crecimiento de las licenciaturas. A pesar de su mayor complejidad académica y administrativa, su crecimiento en oferta online supera incluso al de programas más cortos en varios países, como México, Colombia y Perú. Este comportamiento rompe la lógica esperada de menor digitalización en niveles más altos y sugiere una apuesta estratégica por parte de las instituciones para transformar estructuralmente la educación de grado. Lejos de ser una respuesta coyuntural a la pandemia, indica una voluntad sostenida de consolidar la formación universitaria online como vía principal de acceso a títulos oficiales.

¿Qué tipología de formación incluyó en su oferta formativa online después de la pandemia?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Cursos Online	67.86%	57.62%	70.7%	69.93%	73.03%
Cursos de Especialización	54.65%	60.93%	40.76%	51.63%	65.79%
Diplomados Online	44.37%	33.77%	55.41%	42.48%	45.39%
Certificaciones Profesionales	42.09%	37.75%	42.68%	37.91%	50%
Certificados de Profesionalidad	26.59%	31.79%	22.93%	22.88%	28.95%
MOOCs	13.21%	15.89%	8.92%	13.73%	14.47%
Grado Universitario Online	25.94%	29.8%	27.39%	23.53%	23.03%
Máster Online	20.39%	24.5%	19.11%	18.95%	19.08%
Doctorado Online	10.93%	11.26%	16.56%	9.8%	5.92%
Ninguna	1.96%	1.99%	3.18%	1.31%	1.32%

¿Qué factores contribuyeron al desarrollo de nuevos programas online después de la pandemia?

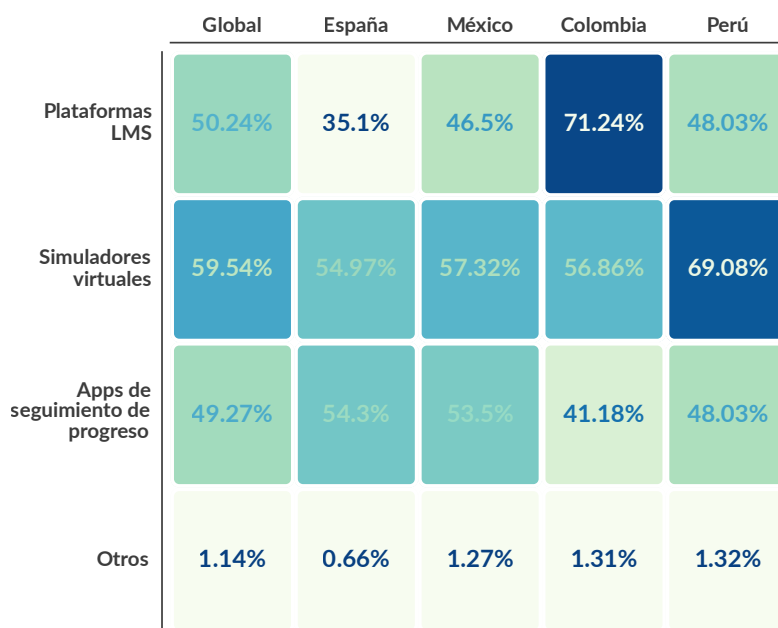


Este par de preguntas venían a complementar a la anterior, y tenían por objetivo entender no el crecimiento de la oferta formativa online ya existente, sino la creación de nueva oferta y el motivo de esta. De esta forma, los resultados son parejos a las respuestas anteriores, con una notable excepción: aquellas instituciones que no tenían previamente oferta de Grados o Licenciaturas universitarias online, fueron más reticentes a crearlas posteriormente, en contraste con las institucione que ya la tenían y la potenciaron firmemente durante o tras la pandemia.

En este contexto sí se cumple la premisa de que, a mayor complejidad y duración de la acción formativa, menor implementación online de la acción formativa; eso sí, detectamos una curiosa excepción, los MOOCs, seguramente porque ya existían de forma natural antes de la pandemia, como formato online nativo.

En cuanto a los factores que impulsaron el desarrollo de la formación online post pandemia, nos ha resultado especialmente llamativo que las restricciones sanitarias, aun siendo el factor más destacado en la mayoría de los países, se encuentran en equilibrio con el resto de los motivos consultados: una creciente demanda del estudiante y las mayores oportunidades de una sociedad de la Tecnología y la Información madura.

¿Qué herramientas tecnológicas se han implementado tras la pandemia para mejorar la enseñanza online?



Es interesante comprobar cómo los simuladores virtuales se han convertido, prácticamente en todos los países encuestados, en una de las herramientas más implementadas post pandemia; esto tiene dos lecturas: bien las instituciones que ya contaban con sistemas más normalizados, como los LMS (Learning Management System), dieron el salto o empezaron a compatibilizar su actividad con los simuladores virtuales, o muchas de las instituciones que ampliaron su actividad de e-learning pasaron directamente a herramientas e corte más interactivo.

Por otro lado, las Apps de seguimiento también son una herramienta generalizada entre las instituciones, aunque en porcentajes algo más reducidos. Estos datos nos indican que más allá de una única herramienta de confianza, las instituciones apuestan por un 'ecosistema' digital de soluciones que dan respuesta a diferentes necesidades del alumnado. A continuación, veremos cómo encaja con los cambios metodológicos aplicados.

¿Qué cambios metodológicos se hicieron en los cursos online debido a la pandemia?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Más sesiones en vivo	53.18%	40.4%	54.78%	58.17%	59.21%
Uso de herramientas interactivas	75.86%	76.16%	66.24%	78.43%	82.89%
Enfoque en proyectos prácticos	47.96%	46.36%	49.68%	47.06%	48.68%
Otros	1.14%	0%	1.27%	1.96%	1.32%
Ninguno	0.98%	1.32%	0.64%	0.65%	1.32%

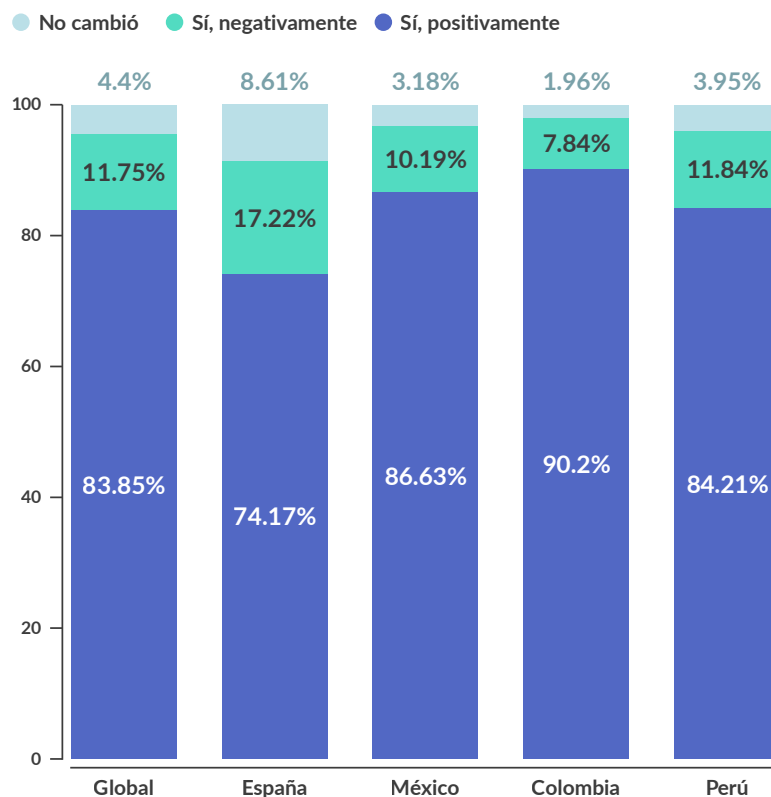
Queda constatado el profundo salto tecnológico que las instituciones vivieron durante la pandemia, en el que a nivel global las herramientas interactivas coparon más del 75 % de los cambios metodológicos.

Además, profundizamos aquí en otra variable, la formación online síncrona a través de clases en vivo, que también experimentó un notable ascenso —con la excepción de España, presumiblemente porque previamente a la pandemia ya estaban más normalizadas—. Deducimos que la necesidad de ‘humanizar’ la formación jugó un papel clave en el e-learning durante y postpandemia, evidentemente apalancado en herramientas digitales.

En cuanto a comparativa por país, México fue el que tuvo menor implementación de herramientas interactivas, muy por debajo del resto de países, de nuevo, tal vez por contar ya con ellas previamente.

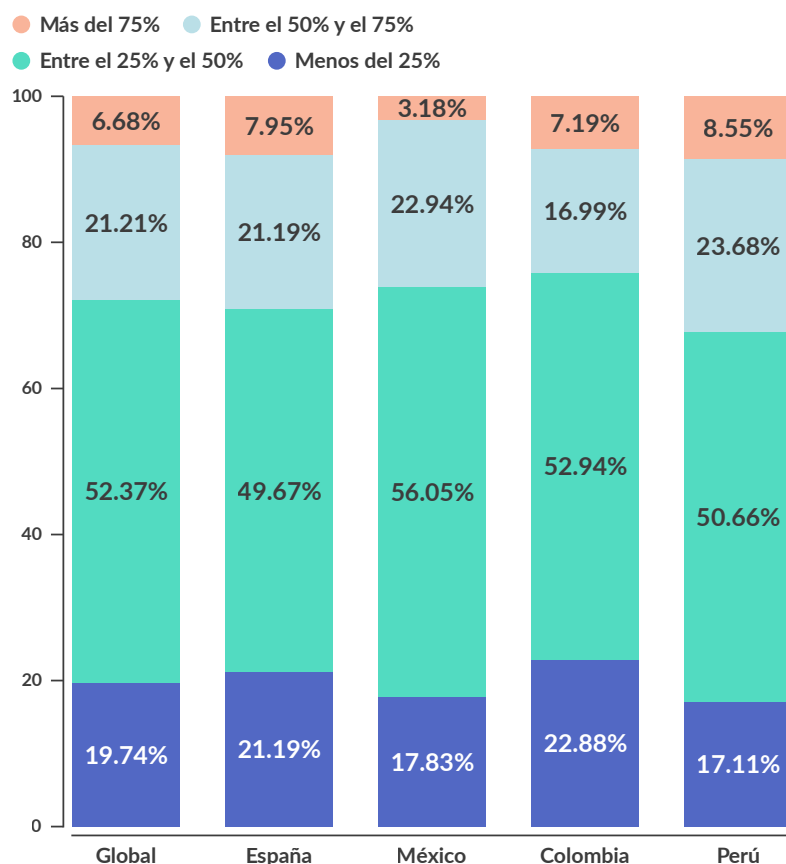
Como detalle, tan solo el 0,98 % de las instituciones encuetadas a nivel global asegura no haber cambiado su metodología tras la pandemia, lo que reafirma el profundo efecto transformador que tuvo.

¿La pandemia cambió la percepción de los estudiantes hacia la formación online?



Resulta contundente la respuesta positiva del alumnado —siempre según las instituciones encuestadas—, con una media global del 83,85 % de percepción positiva. Sobresalen aquí los datos de España, en los que la recepción del alumno fue peor que en los países latinoamericanos (17,22 %) frente a la media del 11,75 % global de quienes dijeron haber tenido una experiencia negativa.

¿Qué porcentaje de los programas actuales de su institución se ofrecen de manera completamente online?



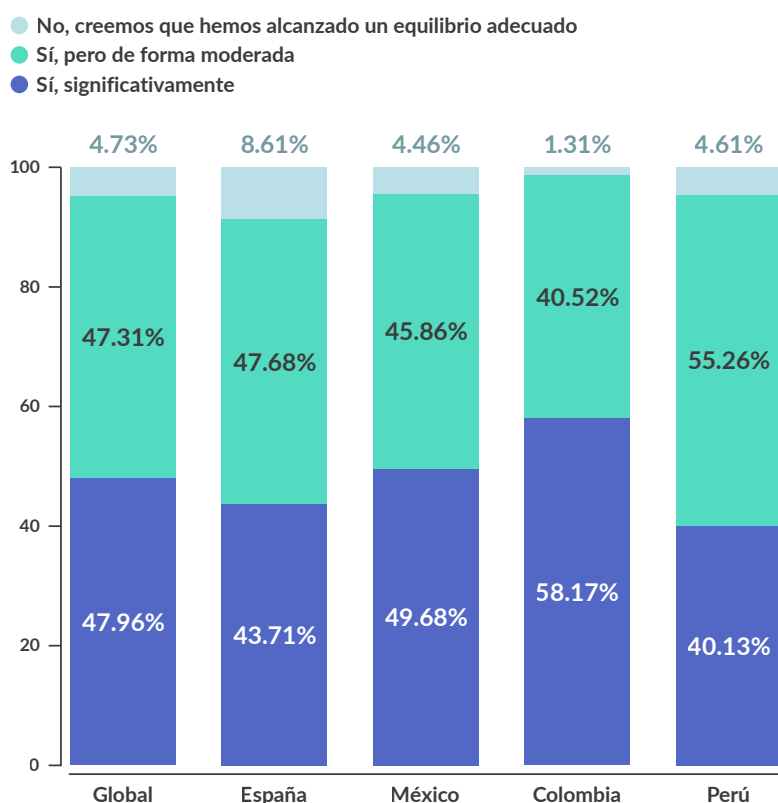
En esta pregunta quisimos medir con más detalle cómo había evolucionado la oferta de formación online por parte de las instituciones, esta vez incluyendo cuatro rangos, precisamente para detectar movimientos en la parte ‘baja’ de la implementación.

Se observa claramente una disminución en la categoría “Menos del 25 %” y un aumento significativo en “25 % a 50 %” en todos los países, un intenso cambio de modelo educativo en el que también detectamos un ligero aumento en el tramo superior (“50 % a 75 %”) lo que sugiere que no solo hubo digitalización parcial, sino que algunas instituciones también avanzaron hacia una oferta más intensiva. En la comparativa por países analizaremos esa reducción en el tramo superior de “más de 75 %”

La tendencia hacia el e-learning es significativa en los cuatro países encuestados: en todos se observa una fuerte caída en el rango “Menos del 25 %” y un claro aumento en “25 % a 50 %”; también esa profundización del 50 % al 75 % ha visto un crecimiento en todos los países, siempre en un rango más comedido.

Destaca no obstante el descenso en casi todos los países de las instituciones que ofrecen más del 75 % de su oferta en formato online —a excepción de Perú, donde creció, aunque de manera nimia. Entendemos que la tendencia hacia lo híbrido, muy presente durante todo este estudio, tiene cierta relación con la disminución del peso porcentual del e-learning en las instituciones.

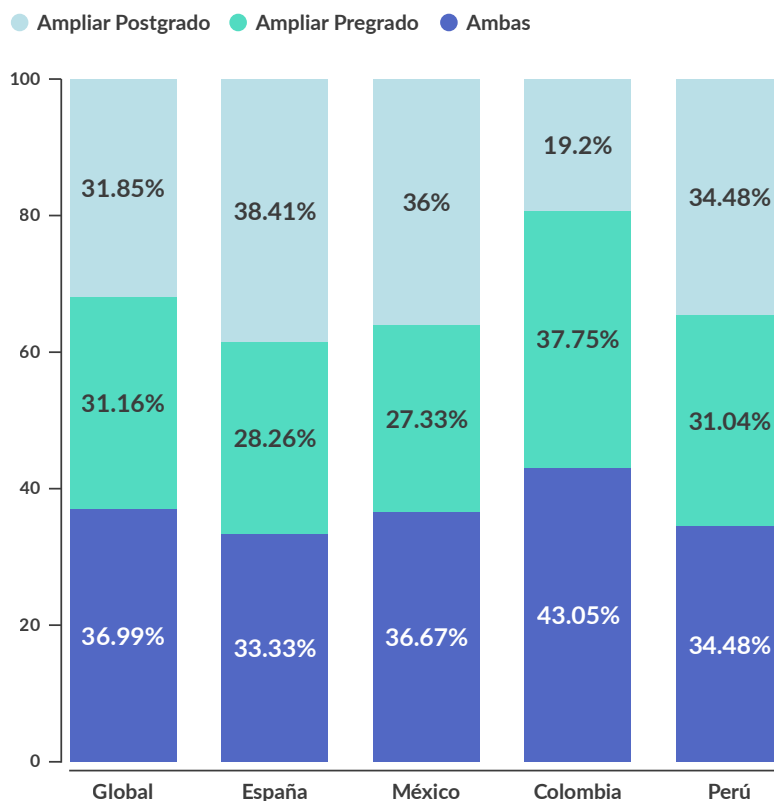
¿Su institución planea expandir su oferta online en los próximos 2—3 años?



La tendencia de ampliación de oferta formativa online que hemos visto anteriormente durante y tras la pandemia tiene visos de continuar acelerándose en los próximos años: un contundente 95,27 % de las organizaciones encuestadas asegura que ampliará su oferta formativa online en los próximos años.

Entrando al detalle por países, Colombia se posiciona en cabeza con el 58,17 % de las instituciones que aseguran que la expandirán su oferta de manera significativa; destaca nuevamente el caso de España, que vuelve a romper la tendencia del resto de países al ofrecer un significativo 8,61 % de instituciones que consideran haber alcanzado un equilibrio perfecto, seguramente fruto de una mayor maduración del sector.

¿De qué manera?

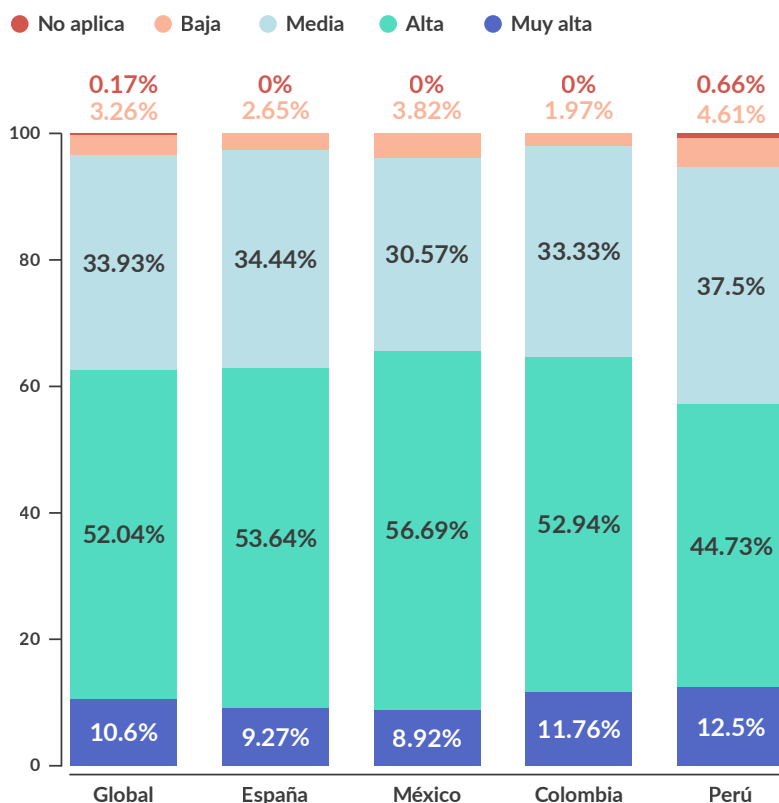


En cuanto a la forma en que se planea esa expansión online, los datos refuerzan esta inercia creciente: la mayoría de los países apuestan por una ampliación integral que abarque tanto pregrado como postgrado, siendo Colombia el caso más destacado, con un 43,05 % de instituciones que prevén crecer en ambos niveles.

Mientras tanto, países como España y México orientan su estrategia hacia el fortalecimiento del postgrado, lo que podría interpretarse como una respuesta a las demandas de especialización del mercado laboral.

Perú, por su parte, ofrece un escenario singularmente equilibrado, con una proporción exacta (34,48 %) de instituciones que ampliarán solo el postgrado y aquellas que lo harán en ambas modalidades, lo que sugiere una estrategia dual y flexible de crecimiento.

¿Qué nivel de preparación tienen los docentes en su institución para impartir formación online?

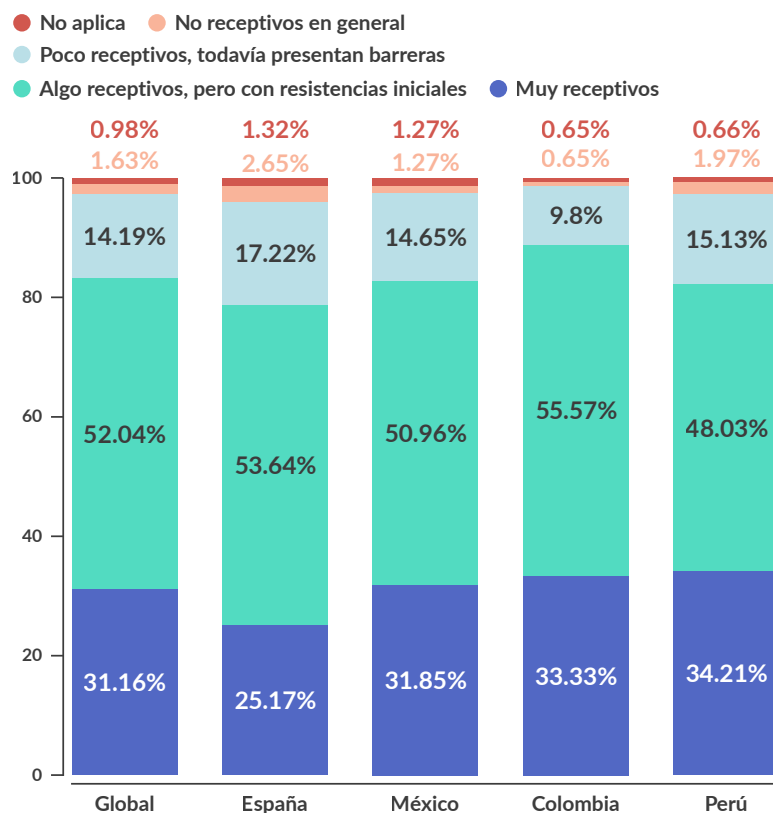


Una parte clave de la implementación de formatos de e-learning es la propia formación de los docentes —especialmente en sistemas síncronos—, por lo que nos interesaba conocer el grado de preparación de los mismos.

Los datos obtenidos están en consonancia con el propio avance de la oferta formativa de las instituciones, con una media global del 52 % de docentes con una preparación alta, pero todavía con rango de mejora, ya que apenas el 10,60 % asegura llegar al máximo nivel de preparación.

No encontramos diferencias significativas entre países, con la excepción de Perú, que nos muestra la disparidad más relevante entre docentes con “muy baja” formación (4,61 %) y con “muy alta” (12,50 %).

¿Qué tan receptivos han sido los docentes al uso de herramientas digitales para la enseñanza online?

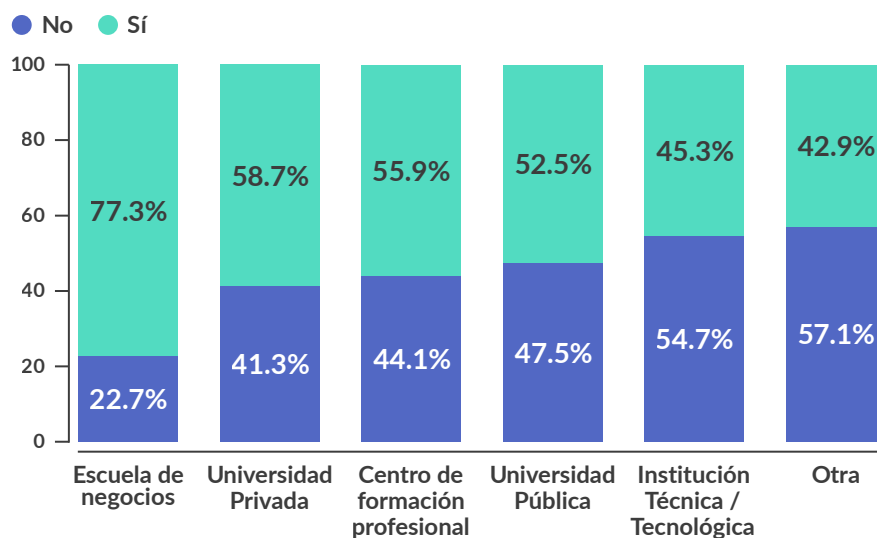


En líneas generales, los equipos docentes se muestran a favor de las herramientas digitales para la enseñanza online (83,20 %), aunque existen pequeñas 'bolsas' de reticencia en todos los países; esta 'bolsa' es más relevante en España (17,22 % de pocos receptivos y 2,65 % de no receptivos), que en algunos casos duplica los datos de los países latinoamericanos.

Cabe poner el foco en el país ibérico, que también ofrece el dato más bajo de los "muy receptivos" (25,17 %) y nos muestra cómo tal vez, por esa mayor oferta de e-learning, se produzca un efecto rebote de menor entusiasmo docente ante la digitalización de la formación.

En detalle | Evolución de la formación online según tipo de institución educativa

Estado de la oferta formativa antes de la pandemia



Proporción de oferta online antes de la pandemia por tipo de institución

	<10%	10-50%	>50%
Universidad Pública	22.3%	63.8%	13.8%
Universidad Privada	12.4%	65.7%	21.9%
Institución Técnica/Tecnológica	14.7%	73.5%	11.8%
Centro de formación profesional	19.3%	68.4%	12.3%
Escuela de negocios	23.5%	70.6%	5.9%
Otra	25%	45.8%	29.2%

Una de las preguntas a las que nos interesaba dar respuesta, más allá de los datos globales de penetración de la educación online, era cómo las diferentes organizaciones educativas se adaptaron a los cambios producidos por la pandemia de COVID–19. ¿Existían grandes diferencias entre universidades públicas o privadas? ¿Entre escuelas de negocios o centros de formación profesional? Como vimos anteriormente, antes de la pandemia algo más de la mitad de las instituciones académicas ya habían incorporado formación digital; ahora veremos cuáles son las diferencias según tipología.

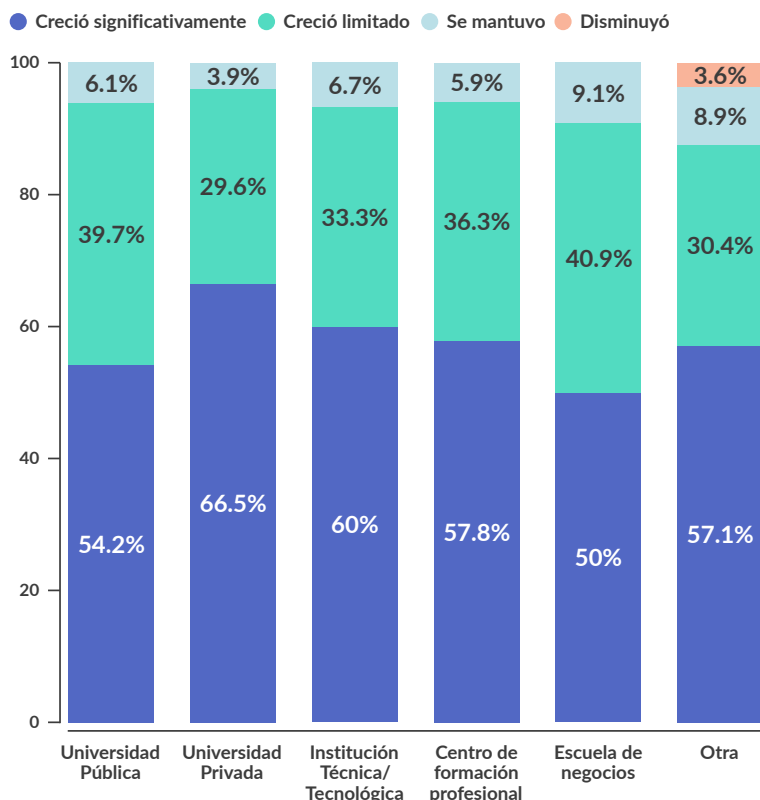
Las escuelas de negocios (77,3 %) partían con una posición muy consolidada en cuanto a la implementación de formación online. Destaca, no obstante, que su oferta formativa, en la gran mayoría de casos (70,6 %) se encontraba por debajo del 50 % del total, lo que nos apunta hacia un modelo híbrido muy arraigado que aún hoy en día continuamos viendo.

Por su parte, las universidades privadas también se situaban en un punto más maduro de oferta online (58,7 %), donde además el total de formaciones online ofrecidas por estas instituciones prácticamente dobla al resto de organizaciones, con ese 21,9 % de universidades privadas cuyo portfolio de formaciones online superaba el 50 %.

Mención aparte merece ese apartado de ‘otros’, en el que se incluyen una amplia tipología de organizaciones, como escuelas de primaria, instituciones de idiomas o academias.

El resto de las instituciones comparten porcentajes similares tanto de oferta formativa online antes de la pandemia como de porcentaje sobre el total.

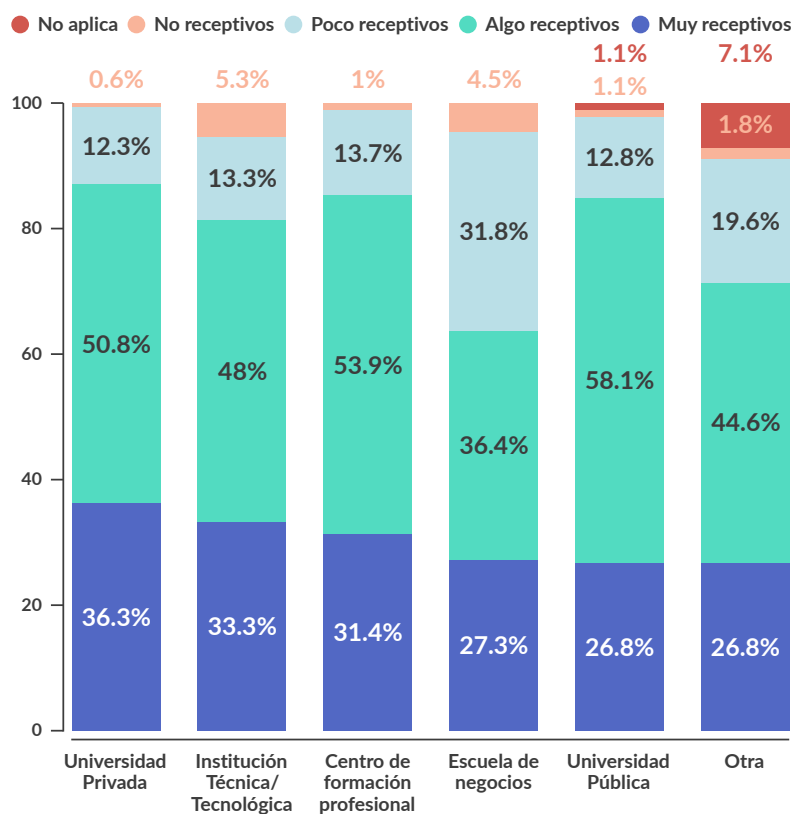
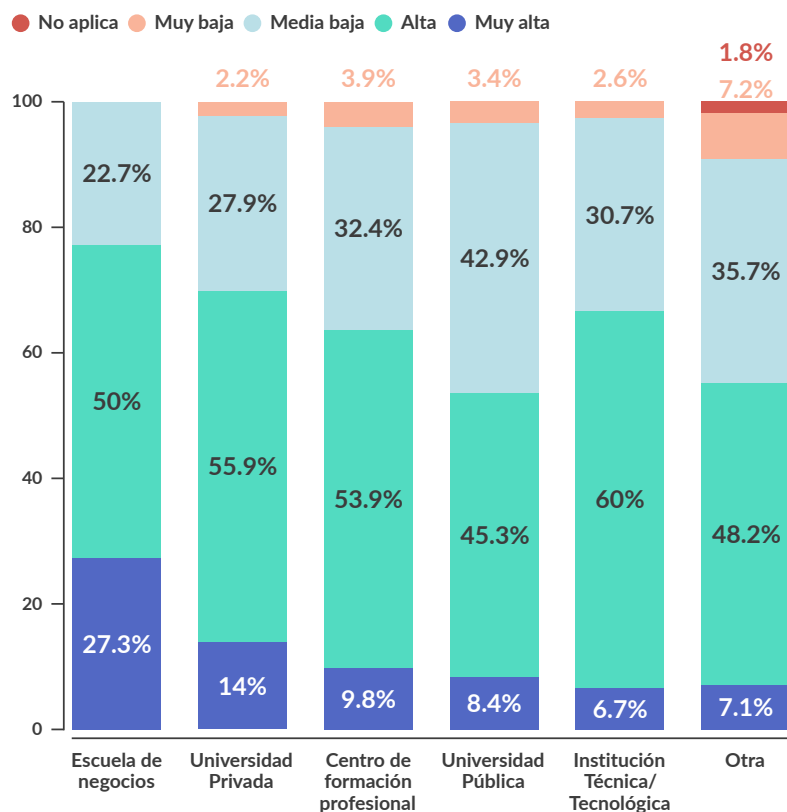
Adaptación de la formación online tras la pandemia, según institución educativa



No habiendo enormes diferencias entre instituciones educativas, y coincidiendo todas en un crecimiento mayoritario de su oferta —como vimos en el apartado anterior con ese masivo 93,80 %—, sí podemos señalar a las universidades privadas como el tipo de institución que más apostó, tras la pandemia, por incrementar su oferta formativa online (66,5 % de crecimiento significativo), reforzando así un modelo del que ya se veían tendencias antes de 2020.

Por su parte, las instituciones técnicas o tecnológicas (60 %) y los centros de formación profesional (57,8 %), que partían desde una posición algo menos madura de oferta formativa online, experimentaron también un importante crecimiento, por encima de organizaciones como las escuelas de negocios (50 %), presumiblemente por tener estas ya una oferta online más amplia antes de la pandemia.

Penetración de la formación online en base a la preparación de los docentes según su institución

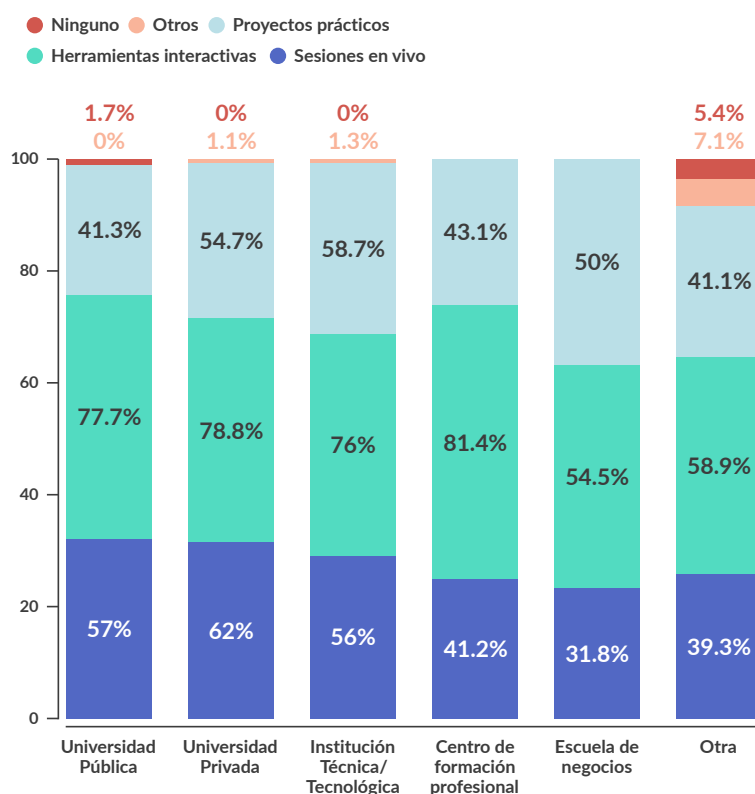


Muy en la línea de los resultados que hemos visto en el apartado anterior, son los docentes de las escuelas de negocio los que mayores porcentajes de preparación presentan (27,3 % muy alta y 50,0 % alta), seguidos de cerca por la universidad privada (14 % muy alta y 55,9 % alta); precisamente es en la universidad privada donde mayor receptividad encontramos (36,3 % muy receptivos y 50,8 % algo receptivos), lo que termina de dibujar a este tipo de instituciones como una de las más convencidas de la implementación de la formación online.

Los centros de formación profesional se sitúan en una posición intermedia en cuanto a la preparación de su profesorado (53,9 % de preparación alta), donde además estos profesionales se muestran muy receptivos (31,4 %) y algo receptivos (53,9 %) en proporciones que superan a la media.

Por su parte, las universidades públicas, que vimos que partían de un menor grado de penetración de la formación online, muestran un porcentaje un tanto alejado de las posiciones de cabeza en cuanto a la preparación de sus profesores (8,4 % muy alta y 45,3 % alta), destacando ese 43 % de instituciones encuetadas que declara que su profesorado tiene una preparación media—baja para impartir formación online, el porcentaje más elevado de las organizaciones consultadas.

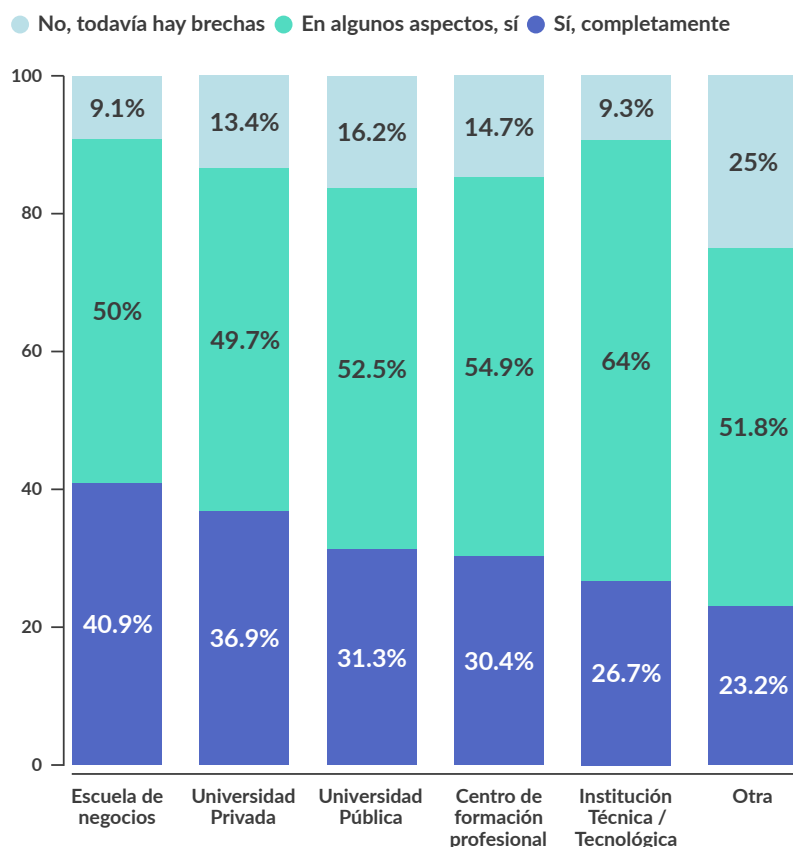
Cómo las diferentes instituciones han abordado sus cambios metodológicos tras la pandemia



En general, el cambio metodológico más fuerte que trajo la pandemia fue la incorporación de herramientas interactivas, con una adopción muy alta en centros de formación profesional (81,4 %) y universidades privadas (78,8 %). También ganaron peso las sesiones en vivo, aunque con diferencias claras: fueron frecuentes en las universidades privadas (62 %), pero mucho menos en las escuelas de negocios (31,8 %).

En paralelo, el enfoque en proyectos prácticos se consolidó sobre todo en las instituciones técnicas (58,7 %) y en las universidades privadas (54,7 %), lo que apunta a una apuesta más aplicada en estos entornos. Las categorías de “otros cambios” y “ninguno” resultan residuales, aunque destacan ligeramente en el grupo “otra”, donde un 7,1 % señaló iniciativas distintas y un 5,4 % reconoció no haber hecho ningún cambio.

Percepción de la formación online frente a la presencial, según institución



Este último cruce de datos viene a constatar la tendencia vista en los apartados anteriores, donde las escuelas de negocios (40,9 % sí, completamente) seguidas de las universidades privadas (36,9 % sí, completamente) ofrecen el mayor grado de confianza en la educación online y su percepción frente a la presencial.

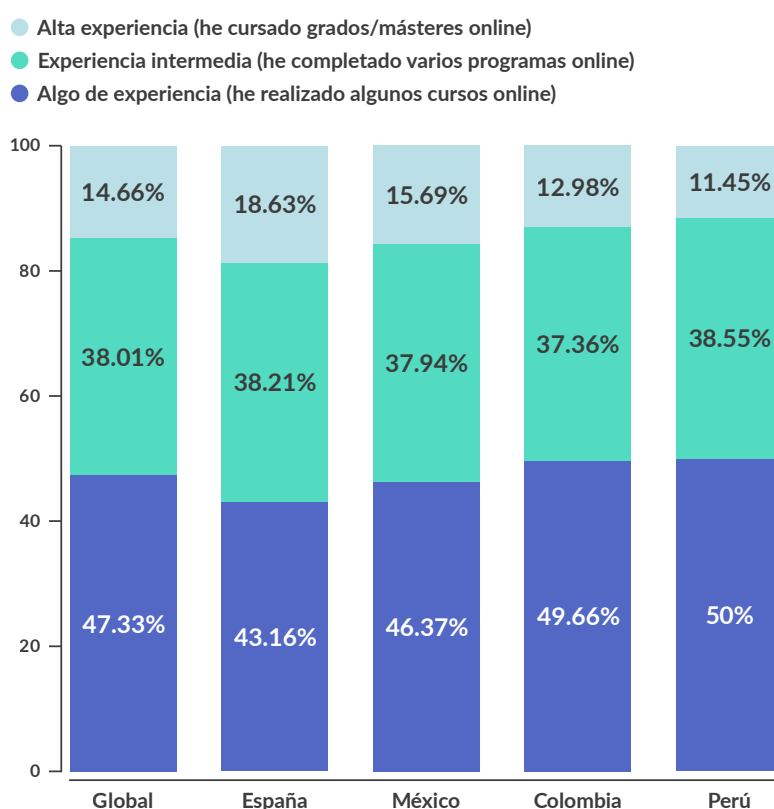
En rangos intermedios encontramos a la universidad pública y los centros de formación profesional, que se manejan en porcentajes parecidos (31,3 % y 30,4 % respectivamente para la respuesta 'sí, completamente')

En global, todas las instituciones consultadas presentan una percepción muy elevada de la paridad del e-learning frente a lo presencial, aunque es justo desde la universidad pública y los centros de formación profesional donde mayores brechas se detectan entre un formato de educación y otra: 16,2 % y 14,7 % respectivamente, aseguran que detectan brechas.

Perspectiva estudiante

En el centro de la experiencia educativa debe de estar, por supuesto, el alumno. Para ofrecer su perspectiva hemos diseñado preguntas que van de lo genérico a lo más específico, y que buscan entender las preferencias del estudiante, motivaciones y formas de utilizar el e-learning. Subrayamos aquí que para este estudio se han tenido en cuenta únicamente estudiantes que se hayan formado de manera online, al menos, una vez en su vida.

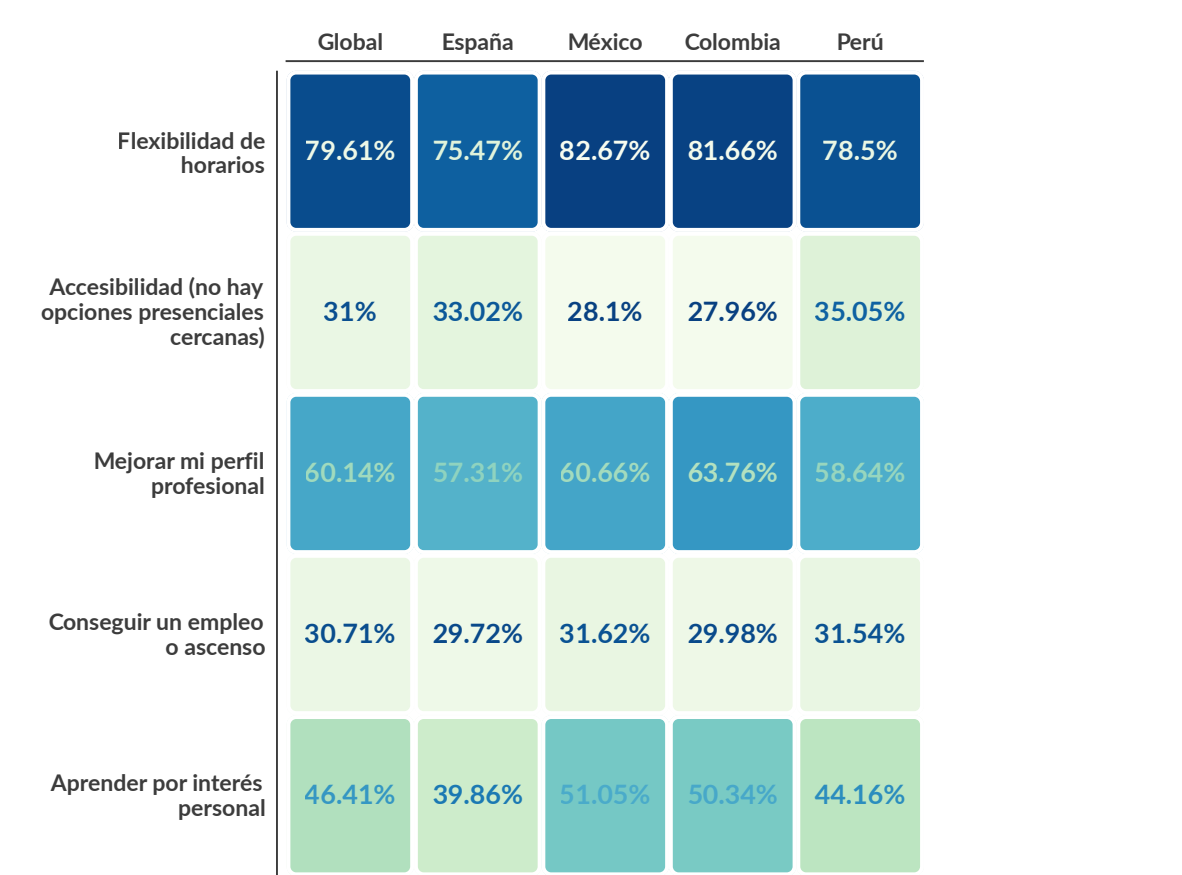
¿Cuál es su nivel de experiencia en formación en línea?



A la formación online todavía le queda un amplio recorrido para asentarse dentro del alumnado, con ese 47,33 % de encuestados que tienen 'algo de experiencia', es decir, apenas algún curso o formación breve, como veremos más adelante. Sin embargo, el porcentaje de quienes afirman tener una experiencia intermedia no se encuentra tan alejado (38,01 %), lo que nos indica un crecimiento paulatino en el uso del e-learning entre quienes ya lo probaron alguna vez.

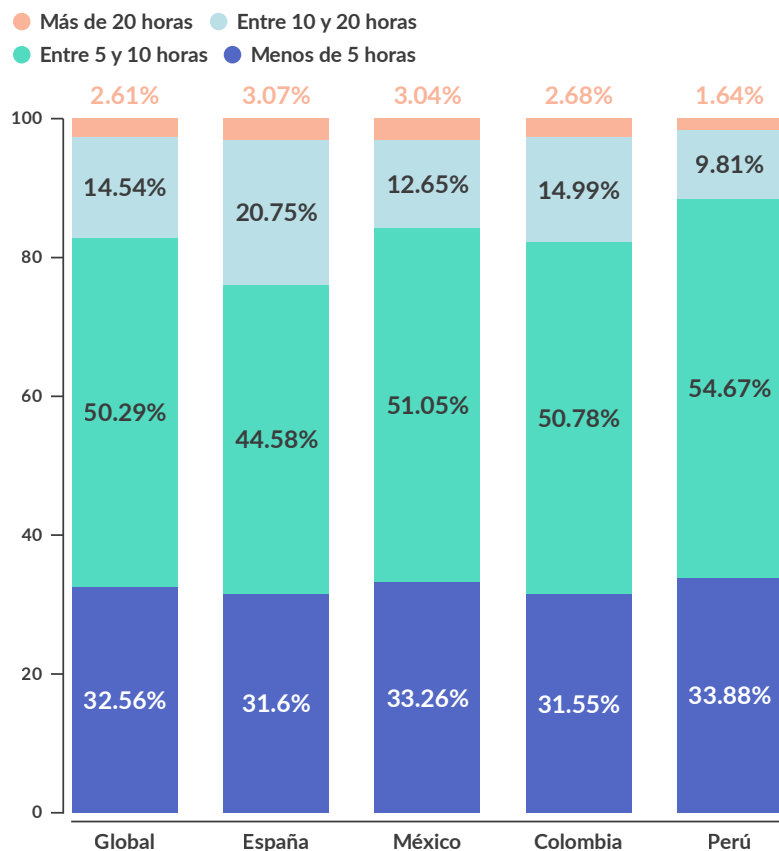
Si nos vamos a la parte alta de la gráfica, destaca el caso de España, donde el 18,63 % del alumnado declara tener una alta experiencia, presumiblemente, por una mayor madurez del sector del e-learning en el país. El contraste aquí es con Perú, que penas llega al 11,45 % entre quienes afirman esa experiencia elevada.

¿Cuál es su principal motivación para estudiar en línea?



La flexibilidad se erige como la gran protagonista a la hora de decidir estudiar en formato online, rondando el 80 % global. A partir de ahí, la mejora del perfil profesional es la segunda mayor motivación, dado que el alumnado entiende que es una manera de ampliar curriculum (60,09 % global). Sin embargo, este dato contrasta con el objetivo de conseguir un empleo o ascenso; deducimos que parte del alumnado entiende la utilidad formativa de la educación online pero no así su aplicación directa en la búsqueda de empleo o promoción (30,72 %). Mantengamos este dato en mente, porque posteriormente quedará refutado por impresiones específicas del alumnado en cuanto a empleabilidad.

¿Cuál es el tiempo medio de estudio en línea por semana?



Detectamos un equilibrio por país en cuanto a nivel de estudio, con un gran protagonismo de 5 a 10 horas semanales, que se reduce drásticamente a partir de esa décima hora, para caer a porcentajes muy reducidos ya con 20 horas o más.

Tan solo España destaca sobre la media en el rango de 10 a 20 horas semanales, con ese 20,75 %.

¿Qué tipo de formación online has cursado o estás cursando?

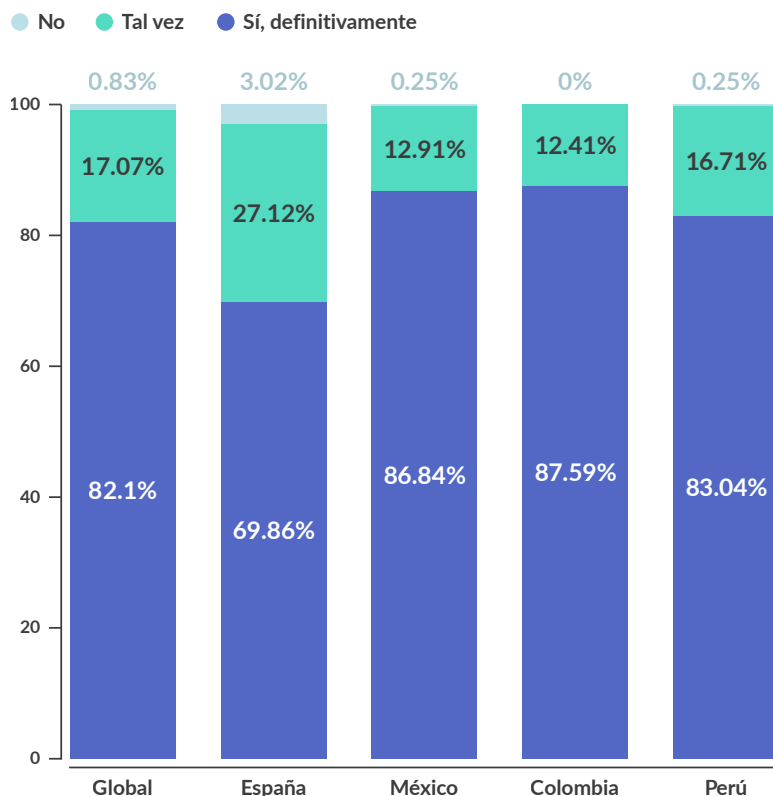
	Global	España	México	Colombia	Perú
Cursos Online	51.91%	53.97%	54.68%	63.77%	56.36%
Cursos de Especialización	31.46%	35.62%	33.16%	27.54%	42.64%
Diplomados Online	20.45%	11.78%	24.56%	29.03%	23.94%
Certificaciones Profesionales	25.03%	22.74%	30.63%	25.06%	31.67%
Certificados de Profesionalidad	12.63%	14.25%	12.41%	13.4%	15.71%
Bootcamps Online	3.48%	4.11%	2.78%	4.47%	3.99%
MOOCs (Massive Open Online Courses)	3.13%	3.01%	4.05%	2.98%	3.74%
Grado Universitario Online	9.21%	9.59%	14.43%	6.7%	9.98%
Máster Online	8.17%	12.05%	10.89%	7.94%	5.49%
Doctorado Online	1.16%	0.82%	1.27%	1.99%	1%

Desde la perspectiva del estudiante y en línea con la oferta académica, vemos una clara preferencia por formaciones más cortas (51,91 % cursos online) y prácticas (31,46 % cursos de especialización y 25,03 % de certificaciones profesionales). También los diplomados —formato popular en América Latina—, tiene un porcentaje muy relevante de alumnos.

Dicho esto, la sumatoria de grado, máster y doctorado ofrece un 18,54 % que indica un nicho de estudiantes que apuestan por ‘alta’ formación en instituciones online, quedando en porcentajes más marginales los bootcamps online o los MOOCS.

El desglose por país nos ofrece una división de países entre aquellos con mayor implementación de formación avanzada, como España y México, frente a los que priman más los formatos reducidos o prácticos.

¿Recomendarías tu formación online a alguien que quiera mejorar su empleabilidad?



Destaca que la mayoría de los países encuestados recomienda sin duda la formación online para mejorar la empleabilidad, superando el umbral del 80 % de los encuestados; la nota discordante la ofrece España, donde un 27,12 % no lo tiene tan claro, lo que podría indicar que en la península no ha calado este formato como un vehículo claro de palanca laboral.

¿Por qué? Motivo para recomendar o no la formación online

Hemos detectado que los motivos por los que alguien recomienda la formación online son muy numerosos y van, desde lo más específico a lo más general. A fin de representar fielmente los resultados de esta pregunta abierta, hemos categorizado las respuestas como sigue.

Los estudiantes destacan principalmente la flexibilidad horaria, la adquisición de nuevas habilidades y conocimientos, y el impacto positivo en la empleabilidad. También valoran la comodidad, la compatibilidad con el trabajo y la posibilidad de progresar profesionalmente. Algunas respuestas reflejan opiniones más neutras o escépticas, como la percepción de que “depende del curso”, o que las empresas valoran más la experiencia que la formación formal.

De esta forma, como se puede ver, la categoría ‘otros’ es la más amplia, por lo que a continuación se ofrece una ‘nube de reflexiones’ para ofrecer una idea general de las respuestas más representativas.

Creo que sin duda es útil para adquirir nuevas habilidades y un mayor nivel de formación que te dará mayores posibilidades de ser contratado y de tener un empleo fijo.

Es una experiencia alentadora, puedes combinar trabajo con estudios, te da opción a elegir tiempo y horarios.

Es una buena forma de ir mejorando en tu carrera profesional.

Depende del curso y de quién dé el curso.

Es una buena opción a considerar cuando tienes otras responsabilidades.

Porque es más fácil estudiar de esa manera si estás trabajando paralelamente.

Toda formación incrementa tu valor.

Porque es flexible y me ha permitido estudiar sin dejar de trabajar.

Se aprende igual que en la presencial si uno se lo toma en serio.

Los contenidos fueron actualizados y aplicables a mi entorno laboral.

Le falta interacción, pero en general es buena experiencia.

Porque me permitió crecer profesionalmente en poco tiempo.

La calidad de los docentes y la plataforma fue excelente.

Pude estudiar desde casa sin descuidar a mi familia.

No la recomendaría porque me costó mucho mantenerme motivado.

Sí, porque me ayudó a encontrar un nuevo trabajo.

Buena relación calidad-precio y contenidos útiles.

Fue una forma rápida y eficiente de actualizar mis conocimientos.

No la recomiendo porque sentí que aprendí menos que en modalidad presencial.

El formato online me permitió estudiar mientras viajaba.

Los profesores estaban muy preparados y siempre dispuestos a ayudar.

Sí la recomendaría porque es una opción accesible y flexible.

¿Qué tipo de habilidades o conocimientos buscabas adquirir con la formación online?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Técnicas específicas (programación, idiomas, etc.)	59.91%	62.26%	53.4%	61.3%	62.62%
Habilidades blandas (liderazgo, comunicación)	47.1%	40.33%	48.48%	50.34%	49.07%
Certificaciones requeridas para mi sector	49.36%	35.38%	53.63%	51.23%	57.01%

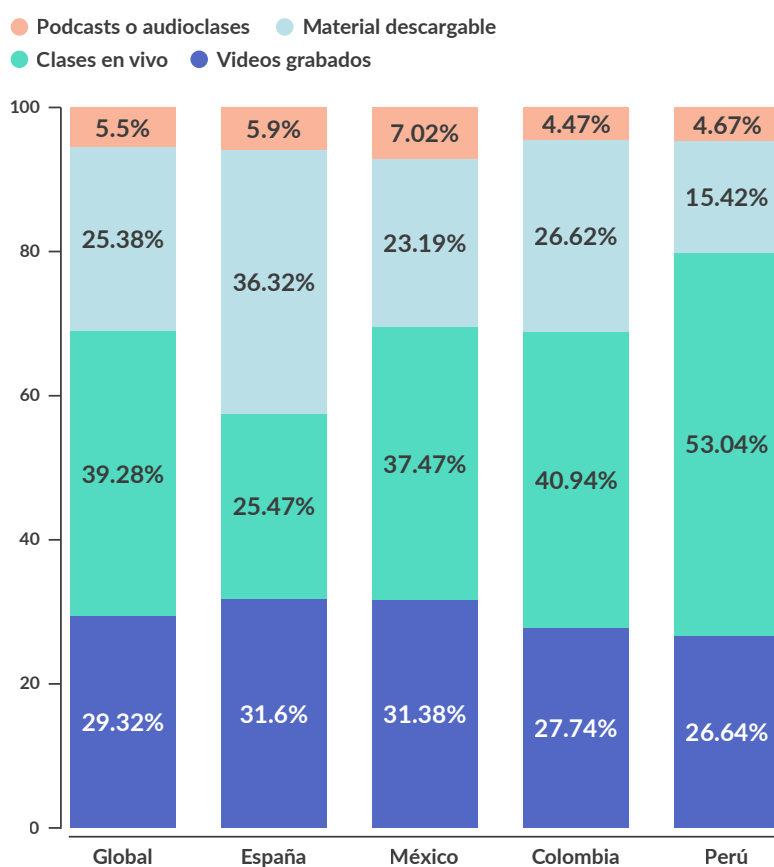
Sin duda, las habilidades técnicas específicas se coronan como lo más consumido en e-learning (59,91 %), lo que refleja el interés por obtener conocimientos muy prácticos en campos como idiomas, programación, empleo de herramientas específicas... Esta tendencia es especialmente fuerte en España (62,26 %), Perú (62,62 %) y Colombia (61,30 %). El estudiante ha entendido que a través de la formación online puede capacitarse para mejorar en su trabajo o para optar a uno.

Una mirada más detallada nos indica que, aunque no muy lejos, las certificaciones tienen una presencia importante en la formación online, con la gran excepción de

España (35,4 %), posiblemente por una cultura académica o empresarial donde las certificaciones externas tienen menos peso relativo frente a titulaciones tradicionales.

En un tercer rango encontramos las habilidades blandas, históricamente relegadas en su importancia empresarial pero que hoy adquieren una nueva relevancia en el contexto de transformación tecnológica global. Prácticamente la mitad de los encuestados a nivel global busca adquirir este tipo de habilidades.

¿Qué formato prefieres para la formación online?



Con el desarrollo de las herramientas digitales, la formación online ha comenzado a ramificarse en una miríada de experiencias que no solo le dan importancia al contenido, sino a cómo el alumno lo consume. En este sentido, constatamos cómo lo síncrono todavía prevalece entre las preferencias del estudiante, con las clases en vivo como el formato favorito para un 39,3 % de los encuestados. La lectura va en consonancia con conclusiones ya analizadas previamente: la formación híbrida ha ganado terreno y uno de los formatos que apuntala ese tipo de formación es, precisamente, la clase en vivo —es digital sí, pero hay alguien en tiempo real detrás, existe interacción...

Esta lectura no es válida para escenarios como el español, donde la clase en vivo está muy por detrás de otras opciones (25,5 %), como los vídeos ya grabados o los propios materiales descargables, presumiblemente por una mayor madurez del sector de la formación online en este país.

A partir de ahí, los materiales asíncronos juegan un papel importante, especialmente los audiovisuales, con un peso relativo por país bastante equilibrado.

Los podcasts o audio clases tienen, sin duda, un menor nivel de penetración, apenas residual, tal vez por desconocimiento del propio usuario o por ser estos formatos más asociados al ocio y tiempo libre.

¿Cuáles son tus principales criterios para elegir un curso online?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Precio	49.94%	46.7%	52.69%	46.53%	53.97%
Flexibilidad de horarios	81.58%	75.47%	83.84%	83.22%	83.64%
Reputación de la institución	46.29%	31.84%	45.2%	50.34%	57.48%
Certificación válida	61.18%	48.35%	67.68%	65.55%	62.85%
Contenido actualizado	36.44%	28.3%	39.34%	37.36%	40.65%

Por encima de cualquier otra cuestión, la formación online es apreciada por sus estudiantes por la flexibilidad de horarios (81,6 %), dejando muy atrás otro tipo de potenciales criterios.

Esta prioridad destaca especialmente en América Latina, donde más del 83 % de los estudiantes la señalan como fundamental. Este patrón revela que la principal ventaja percibida de la educación online es su capacidad para adaptarse a la vida personal y laboral del estudiante, permitiéndole organizar su formación de manera autónoma y sin las restricciones de los formatos tradicionales.

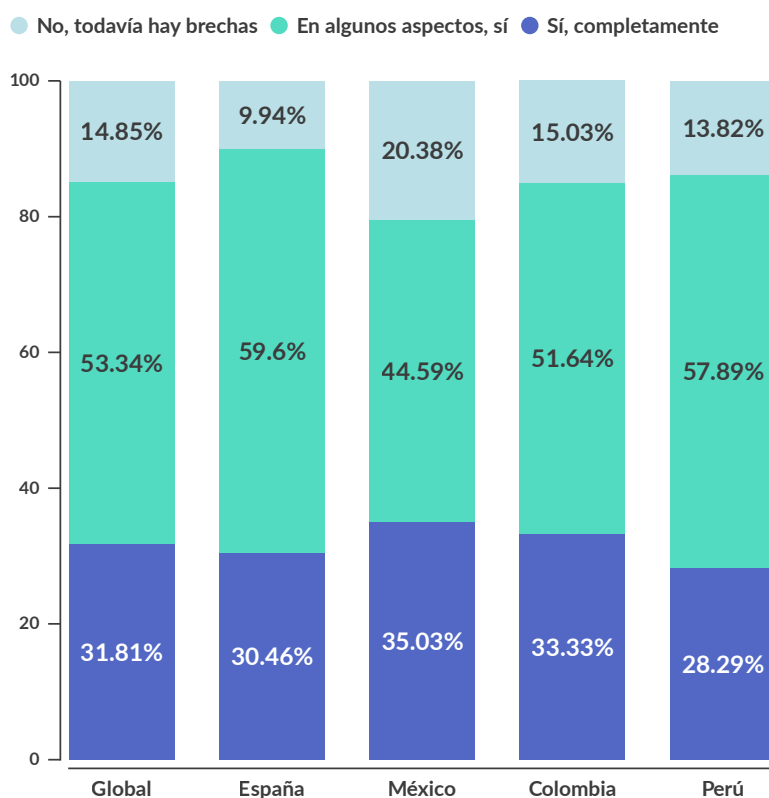
Además, la validez de la certificación ocupa el segundo lugar en importancia, lo que indica una clara orientación hacia la empleabilidad y el reconocimiento profesional. Los estudiantes no solo buscan aprender, sino también obtener una credencial que tenga peso en el mercado laboral.

Curiosamente, el contenido actualizado que se le puede presuponer a formaciones online que pueden ser más ágiles en su adaptación curricular, ocupa el último puesto, muy alejado del resto de opciones.

Desafíos de la formación online y sus principales soluciones

Diagnóstico de desafíos según los centros de formación

¿Considera que la formación online está en igualdad de condiciones respecto a la formación presencial en términos de calidad percibida?



Las instituciones educativas afirman de manera rotunda (85,15 % global) que la formación online goza de una calidad percibida similar a la presencial —con matices según el caso—. Este porcentaje sube hasta el 90 % en el caso de España y muestra cómo una de las principales barreras de entrada al e-learning —el prestigio percibido—, se ha ido cerrando con el paso de los años.

Por la parte de abajo, es México el país que muestra más dudas y reconoce que todavía existen numerosas brechas (20,38 %) en un porcentaje que duplica al del país donde esta formación parece tener mejor calidad percibida, España.

¿Cuáles son las brechas o retos percibidos?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Menor interacción humana directa	38.83%	47.62%	55.88%	62.75%	61.47%
Dificultad para mantener la atención y motivación	44.05%	59.05%	69.61%	64.71%	65.14%
Limitaciones para enseñar habilidades prácticas	33.44%	47.62%	48.04%	46.08%	54.13%
Obstáculos para evaluar y hacer seguimiento	24.8%	33.33%	36.27%	37.25%	38.53%
Brechas en competencias digitales	17.94%	13.33%	29.41%	34.31%	28.44%
Otras	0.65%	0%	0.98%	1.96%	0.92%

Un análisis más profundo nos muestra los principales retos de los estudiantes percibidos por las instituciones académicas a la hora de ofrecer formación online, siendo la atención y la motivación (44 % global) el mayor de ellos, seguido de cerca por la menor interacción humana. En este sentido, es notorio que el acceso a dispositivos o herramientas digitales empleadas para el e-learning (brechas digitales) sean la menor de las preocupaciones para las academias (18 % global).

Entendemos que trasladar la experiencia humana de la formación, la capacidad de motivar al estudiante, de interactuar con él y de ofrecerle un plus que va más allá del conocimiento escrito, es uno de los intangibles que más cuestan trasladar a la experiencia online.

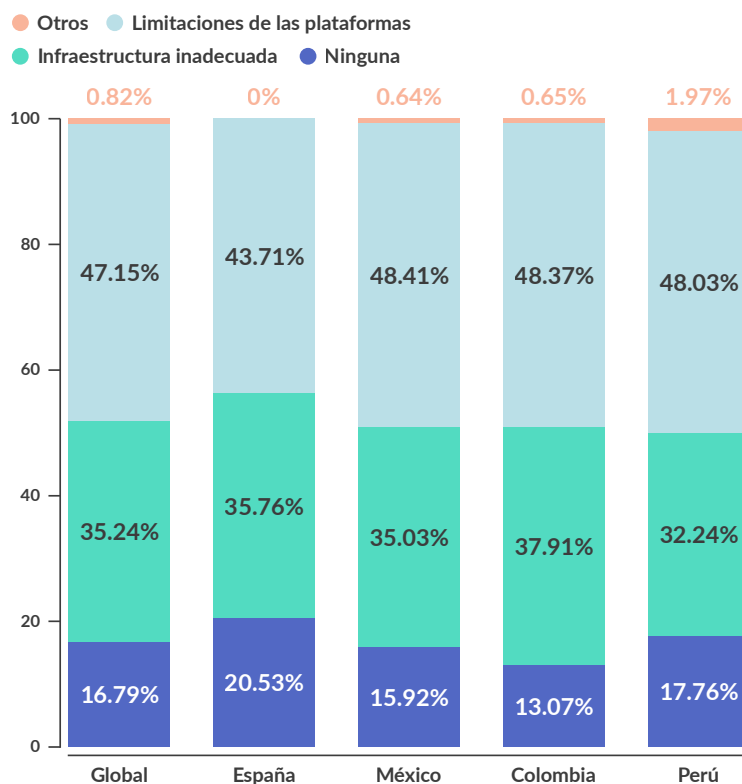
¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta su institución para ofrecer formación online de calidad?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Falta de infraestructura tecnológica	39.97%	30.46%	43.31%	42.48%	43.42%
Resistencia de docentes al cambio	45.84%	47.02%	45.86%	39.22%	51.32%
Resistencia de estudiantes al cambio	29.2%	25.17%	25.48%	33.99%	32.24%
Baja interacción en entornos virtuales	31.48%	28.48%	31.21%	29.41%	36.84%
Dificultad para evaluar el aprendizaje	23.33%	31.79%	18.47%	16.99%	26.32%
Otros	2.12%	1.99%	1.27%	3.27%	1.97%

Poniendo el foco en los propios desafíos de las instituciones académicas en su operativa cotidiana, resulta llamativa la dicotomía entre lo humano y lo tecnológico: en la mayoría de países existe un cierto equilibrio entre la ‘resistencia de docentes al cambio’ (45,8 % y la ‘falta de infraestructura tecnológica’ (40 %), con la excepción de España, donde la preocupación por la tecnología es notablemente inferior al del resto de países (30,5 %), seguramente por la mayor trayectoria del e-learning en este país.

Convencer, incentivar y empoderar al profesorado ante una formación online destaca en la mayoría de los países como el mayor de los desafíos, muy por encima de la propia resistencia de los estudiantes (29,2 % global), que en algunos países se sitúa como la menor de las preocupaciones.

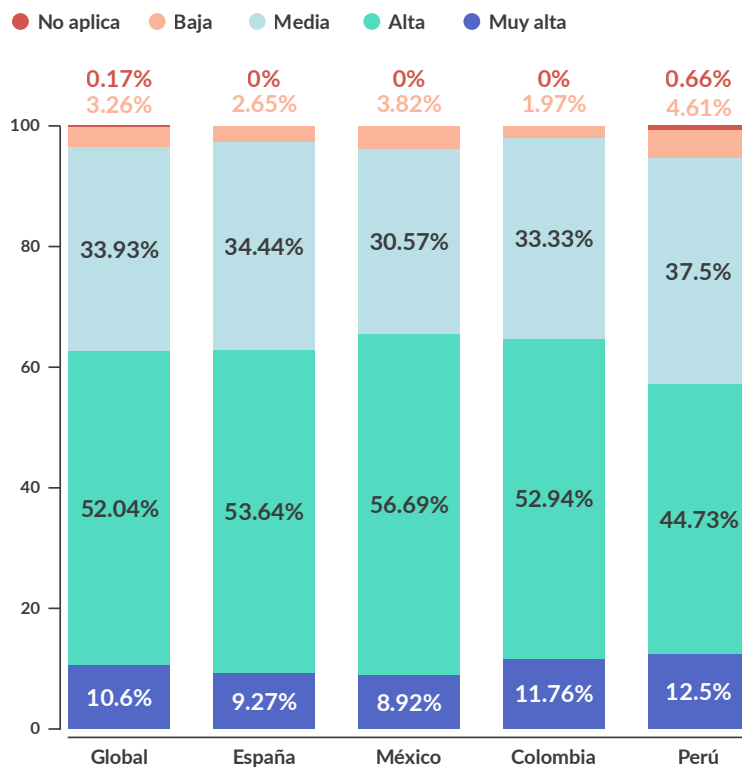
¿Cuáles son las principales dificultades técnicas que enfrenta su institución en la formación online?



Analizando más detenidamente los aspectos técnicos de la formación online, todos los países reconocen en las 'limitaciones de las plataformas' su principal desafío técnico a la hora de desarrollar su actividad (47,1 % global).

Nuevamente, España destaca por tener el mayor porcentaje de instituciones que aseguran no tener ningún desafío técnico (20,5 %), aunque países como Perú (17,8 %) la siguen de cerca.

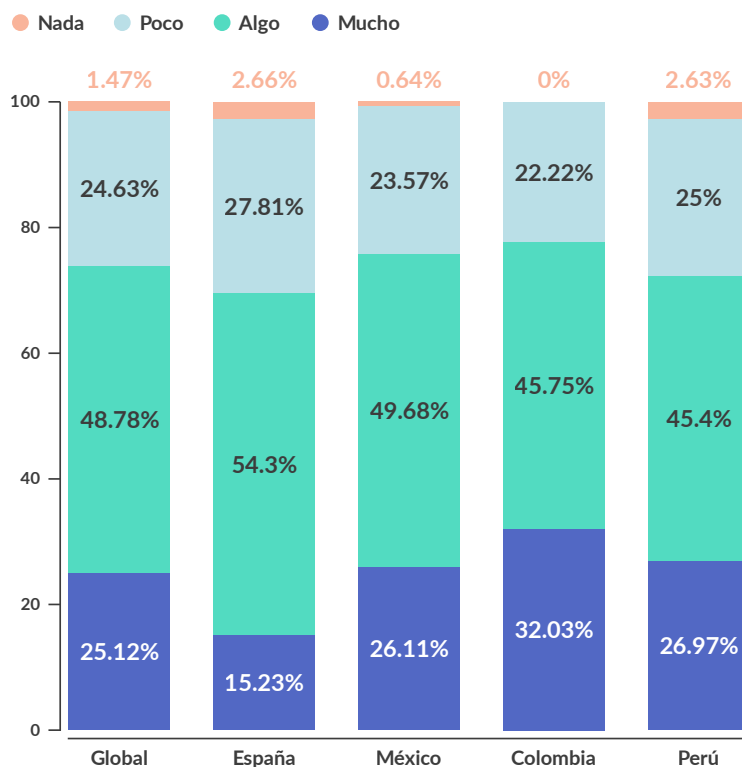
¿Qué nivel de preparación tienen los docentes en su institución para impartir formación online?



Las instituciones coinciden en señalar que sus docentes están razonablemente preparados para impartir formación online. A nivel global, más de la mitad (52,04 %) considera que su profesorado tiene un nivel alto de preparación, un dato que se mantiene bastante estable en países como Colombia, España o México, todos por encima del 50 %. El caso de México es especialmente llamativo, liderando este bloque con un 56,69 % de menciones.

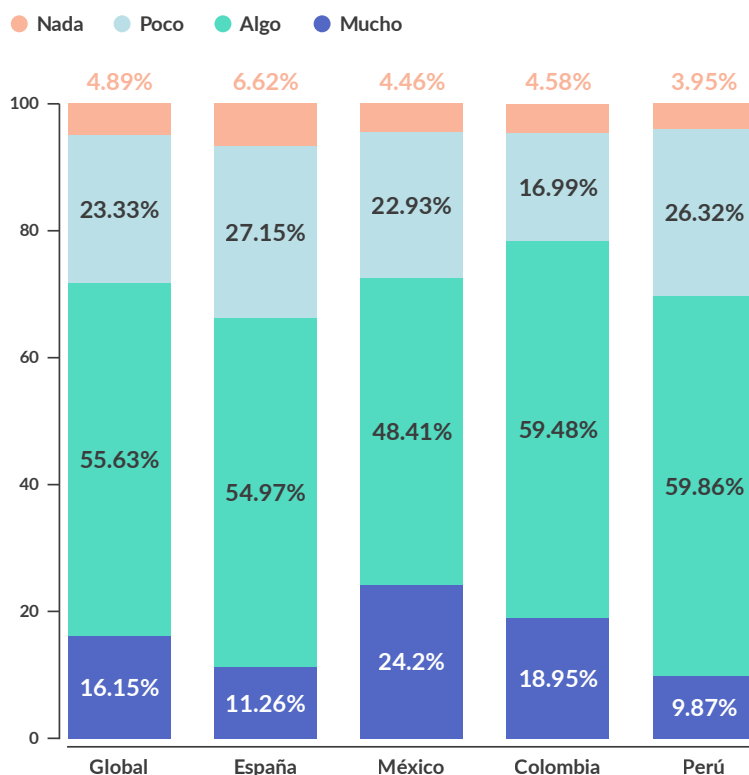
Sorprende que la opción de 'media baja' sea la segunda más señalada en todos los países analizados, con cifras que oscilan entre el 30 % y el 37,5 %, lo que nos habla de una percepción extendida de que aún hay margen de mejora en la capacitación docente.

¿Cómo afectan las barreras económicas de los estudiantes (falta de equipos o conexión) al acceso a la formación online?



A nivel global, las instituciones reconocen que en torno al 73,9 % de sus alumnos se ven afectados entre “algo” y “mucho” por las barreras económicas a la hora de acceder a equipos o conexiones adecuadas para la formación online. Es América Latina donde vemos los porcentajes más elevados de estudiantes con barreras económicas, hasta un 32 % en Colombia, frente al 15,2 % de España.

¿Cómo afectan las barreras en competencias digitales en los estudiantes al acceso a la formación online?



A nivel global, todos los países se mueven en la horquilla del 55 % al 59 % en cuanto a cómo afectan las barreras en competencias digitales a su alumnado, con ese 'algo' que nos indica que hay margen de mejora —tal y como hemos visto en gráficas anteriores.

Aquí las diferencias entre países sí son notorias. España continúa la tendencia que demuestra un país en el que la formación digital está más consolidada —el 27,1 % declara que las barreras en competencias digitales afectan 'poco' y apenas el 11,3 % aseguran que 'mucho'.

En el otro espectro tenemos a México, donde casi una quinta parte de los encuestados asegura que son 'muchas' esas barreras, estando este país muy alejado del resto de y liderando esta tabla de barreras en competencias digitales.

¿Cómo se evalúa la eficacia de las herramientas tecnológicas implementadas en su institución?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Encuestas a estudiantes	55.79%	60.16%	66.67%	68.18%	72.31%
Monitoreo de resultados	61.83%	68.29%	73.81%	78.03%	76.15%
Feedback de docentes	41.44%	56.1%	42.06%	48.48%	52.31%
Otros	0.16%	0%	0%	0.76%	0%

Detectamos una evidente inquietud por parte de las instituciones a la hora de mejorar sus herramientas tecnológicas y cómo estas afectan a la experiencia del alumnado; la gran mayoría de estas evalúa su eficiencia (83,4 % global) y lo hacen, en buena medida, a partir del monitoreo de los resultados (61,8 % global) junto con encuestas propias a estudiantes (55,8 % global).

Nos ha sorprendido la brecha existente entre el peso que las instituciones otorgan a la opinión de los estudiantes frente al del propio docente, lo que nos sugiere que la mayoría de las instituciones prioriza la experiencia del alumnado y apuntala esa reticencia por parte de los docentes, vista en preguntas anteriores.

Respuestas institucionales a los desafíos

¿Qué estrategias o herramientas ha implementado su institución para superar estos desafíos?

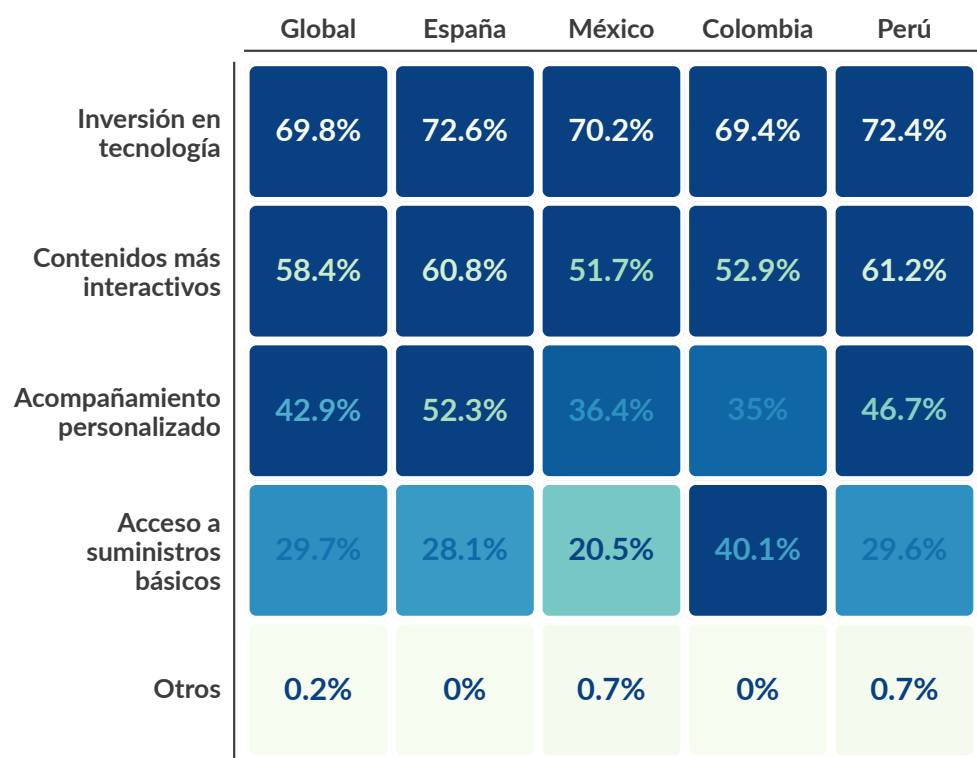
	Global	España	México	Colombia	Perú
Capacitación docente en tecnologías digitales	62.97%	49.67%	66.24%	68.63%	67.11%
Mejora de plataformas tecnológicas	60.2%	62.91%	53.5%	61.44%	63.16%
Métodos innovadores (gamificación, simulaciones)	39.64%	41.06%	32.48%	40.52%	44.74%
Personalización de contenidos	37.85%	36.42%	42.04%	32.03%	40.79%
Otros	0.33%	0.66%	0%	0.65%	0%

Como hemos visto, las instituciones académicas tienen bien detectado que uno de los mayores retos de la formación online es el que atañe a la reticencia de los docentes, ante lo cual, su respuesta es mayoritariamente una mayor capacitación de los mismos (62,97 % global). España es aquí la excepción (49,67 %) por los motivos anteriormente analizados, existe una menor percepción de que las fricciones lleguen por las habilidades de los docentes, no así por la propia infraestructura tecnológica.

En equilibrio con la capacitación docente se encuentra el enfoque de las instituciones por mejorar los entornos donde sucede la formación (60,2 % global). Nos situamos ante una respuesta tecnológica —ya sea en su vertiente hacia el profesorado o hacia la experiencia del estudiante— más que a una respuesta metodológica o de contenidos.

Nuestra lectura es que las instituciones todavía enfrentan importantes desafíos técnicos y no han podido abordar cuestiones de fondo, como la personalización de contenidos (37,85 % global). Pondremos a continuación el foco, precisamente, en este último punto, que comienza a ser tendencia en el sector del e-learning.

¿Qué medidas cree que son clave para mejorar la experiencia de formación online en su institución?



Nuevamente la inversión en tecnología vuelve a ser la principal preocupación de las instituciones, con la notoria excepción española (69,82 % global frente a 20,53 % de España), lo que reafirma el estadio avanzado de digitalización de las instituciones ibéricas en contraste con las de América Latina.

En esta pregunta, más allá de cuestiones específicas de experiencia de usuario en entornos de e-learning, también queríamos dar un paso atrás para ver el contexto global en cuanto a algo que ‘se da por sentado’, el acceso a suministros básicos: mientras que en España esta cuestión no existe —o no lo reflejan las instituciones encuestadas—, en los países latinoamericanos hablamos de hasta un 40,13 %, en el caso de México, de instituciones que indican que sus alumnos tienen dificultades con respecto a suministros básicos, como puede ser el acceso a internet.

Vemos, por tanto, dos velocidades en cuanto a la mejora de la experiencia del alumno: la de estadios más avanzados en los que se buscan contenidos más interactivos (64,9 % España) o hasta acompañamiento personalizado (58,94 % España); y la de una mejora tecnológica y de acceso a suministros básicos que debe ser la base de un sistema educativo online de calidad.

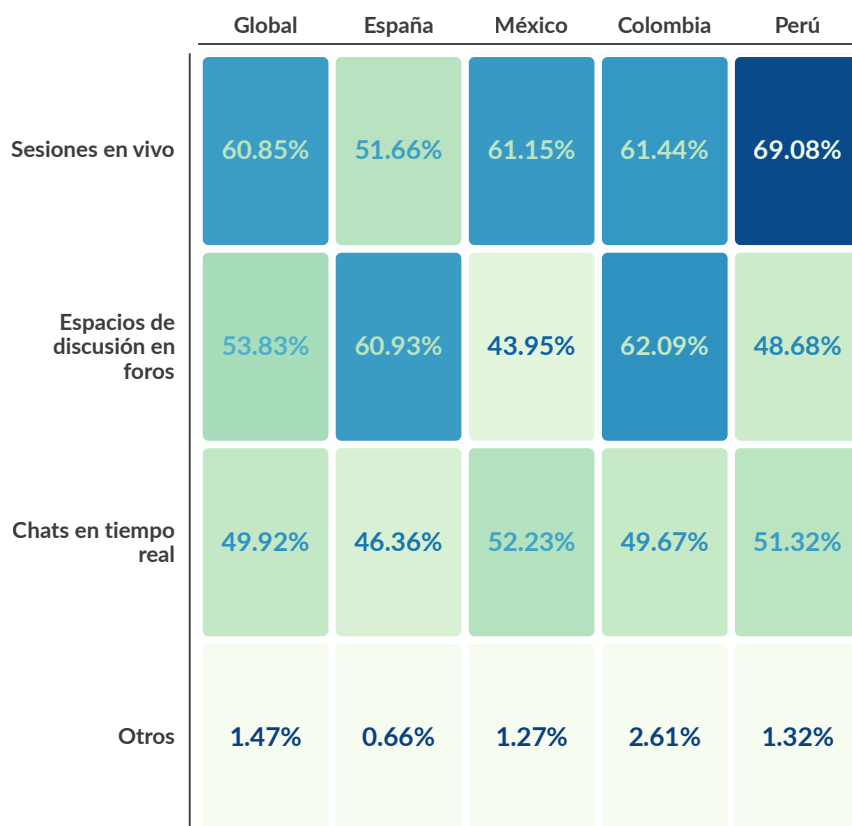
¿Qué estrategias usa su institución para mantener la motivación de los estudiantes en entornos online?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Gamificación	25.29%	27.15%	15.92%	29.41%	28.95%
Tutorías personalizadas	63.62%	66.89%	61.15%	62.09%	64.47%
Foros interactivos	55.46%	45.03%	58.6%	64.71%	53.29%
Contenidos	52.04%	50.99%	50.96%	45.1%	61.18%
Otros	0.82%	0.66%	0%	1.31%	1.32%

Comprobábamos anteriormente que mantener la atención y motivación de los estudiantes es el principal reto de las instituciones encuestadas (44 % global). Todo aquel que haya tenido experiencias online, tanto de alumno como de docente, podrá atestiguar que la pantalla actúa como frontera, a veces insalvable.

Ahí es donde las instituciones tratan de humanizar lo digital con tutorías personalizadas (63,62 %) o foros interactivos (55,46). Vemos pues, que la respuesta es fomentar la interacción más que mejorar contenidos o hacerlos más atractivos mediante la gamificación.

¿Cómo maneja su institución la baja interacción entre estudiantes y docentes en entornos online?



Como hemos venido repitiendo a lo largo el estudio, el formato híbrido se ha impuesto entre las instituciones que ofrecen formación online y estos datos lo refuerzan, con un 60,85 % global de encuestados que apuesta por las sesiones en vivo como la mejor manera de fomentar la interacción online.

Por su parte, los foros de discusión tienen una recepción desigual entre países: España y Colombia los emplean en más de un 60 % mientras que México y Perú no llegan al 50 %.

Sí hay un mayor equilibrio con los chats en tiempo real, bastante extendidos en casi el 50 % de las instituciones encuestadas.

¿Qué programas de capacitación docente se ofrecen para abordar estos desafíos?

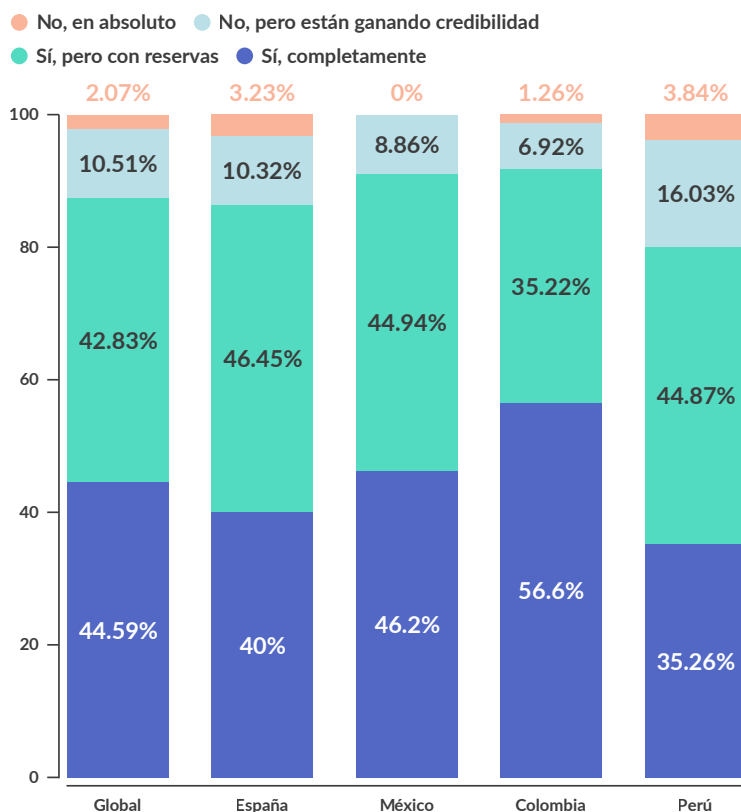
	Global	España	México	Colombia	Perú
Talleres regulares	57.26%	43.05%	56.69%	64.71%	64.47%
Cursos intensivos online	65.58%	68.21%	64.33%	61.44%	68.42%
Coaching individual	36.7%	39.74%	36.94%	33.99%	36.18%
Otros	0.16%	0%	0%	0%	0.66%
Ninguno	2.45%	0%	2.55%	1.96%	1.97%

Los datos son claros: en el esfuerzo por profesionalizar la formación online, las instituciones están apostando de forma decidida por dos grandes formatos de capacitación docente: los cursos intensivos online y los talleres regulares. Ambos aparecen como las herramientas más consistentes en todos los países analizados, con cifras que oscilan entre el 61 % y el 68 %.

Prácticamente ninguna institución —de hecho, así es en el caso de España— carece de programas de capacitación para su profesorado, un síntoma del convencimiento de los responsables académicos de la necesidad de reforzar al equipo docente.

La perspectiva de la empresa

¿Considera que los títulos obtenidos en plataformas de formación online tienen la misma validez que los títulos presenciales?



La formación online se consolida poco a poco como una vía reconocida y válida a ojos de las empresas. A nivel global, más del 87 % de los encuestados afirma que los títulos obtenidos online tienen validez completa o parcial, una tendencia que se repite en todos los países analizados.

Colombia lidera con claridad esta percepción positiva: más de la mitad de las empresas encuestadas en el país considera que los títulos online son completamente equivalentes a los presenciales (56,6 %). En el otro extremo, Perú presenta el mayor escepticismo relativo: aunque la mayoría acepta su validez, un 16 % señala que estos títulos aún están “ganando credibilidad” y casi un 4 % los considera directamente inválidos.

España muestra el reparto más equilibrado, con casi la mitad de las respuestas optando por el “sí, pero con reservas”, lo que evidencia una actitud crítica pero constructiva hacia el e-learning.

El mensaje es claro: aunque aún hay matices, la validez de la formación online ya no está en duda, sino en fase de consolidación definitiva.

¿Qué aspectos considera que podrían mejorarse en la formación online para satisfacer las necesidades de las empresas?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Mayor enfoque en habilidades prácticas y aplicables directamente al puesto	64.65%	52.9%	71.52%	64.15%	69.87%
Mayor personalización de contenidos y rutas de aprendizaje	43.47%	49.68%	44.94%	39.62%	39.74%
Mejora de la interactividad y el engagement	40.13%	34.84%	46.2%	35.85%	43.59%
Desarrollo más efectivo de habilidades blandas	38.85%	32.26%	45.57%	39.62%	37.82%
Mejores sistemas para medir el impacto (ROI)	32.32%	25.16%	35.44%	35.22%	33.33%

Cuando se trata de responder a las demandas del mercado laboral, las instituciones tienen claro el camino: más práctica, más personalización y más conexión real con el puesto de trabajo. El aspecto más señalado en todos los países es, sin excepción, el enfoque en habilidades prácticas y aplicables, con porcentajes que superan el 70 % en México y rozan el 70 % en Perú. Este consenso marca una dirección clara: la formación online necesita aterrizar mejor en el día a día profesional.

Curiosamente, las habilidades blandas están a la cola en cuanto a mejoras de la formación online de los profesionales, muy posiblemente porque esta es una de las áreas más trabajadas por las instituciones que ofrecen formación B2B online.

¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan los empleados para formarse online?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Falta de tiempo	51.75%	54.19%	48.73%	59.75%	50.64%
Costos altos	34.08%	29.03%	43.04%	29.56%	34.62%
Desinterés o falta de motivación	50.32%	47.1%	59.49%	52.83%	42.95%
No encuentran opciones relevantes	20.06%	19.35%	20.89%	18.24%	22.44%

Empresa e instituciones educativas coinciden en que la motivación del estudiante/profesional es uno de los principales retos a batir cuando se trata de e-learning. Vemos ese 50,32 % global que está en línea con el dato que nos daban las instituciones (44 %).

De igual forma, la falta de tiempo (51,75 % global) es la principal barrera para casi todos los países (con excepción de México donde el desinterés se dispara), muy en línea con esa búsqueda de la flexibilidad de horarios que los propios estudiantes manifiestan buscar cuando optan por la formación online.



7



Impacto de la educación online en la empleabilidad

Impacto de la educación online en la Empleabilidad

7

Resultados de empleabilidad: un análisis basado en el estudiante

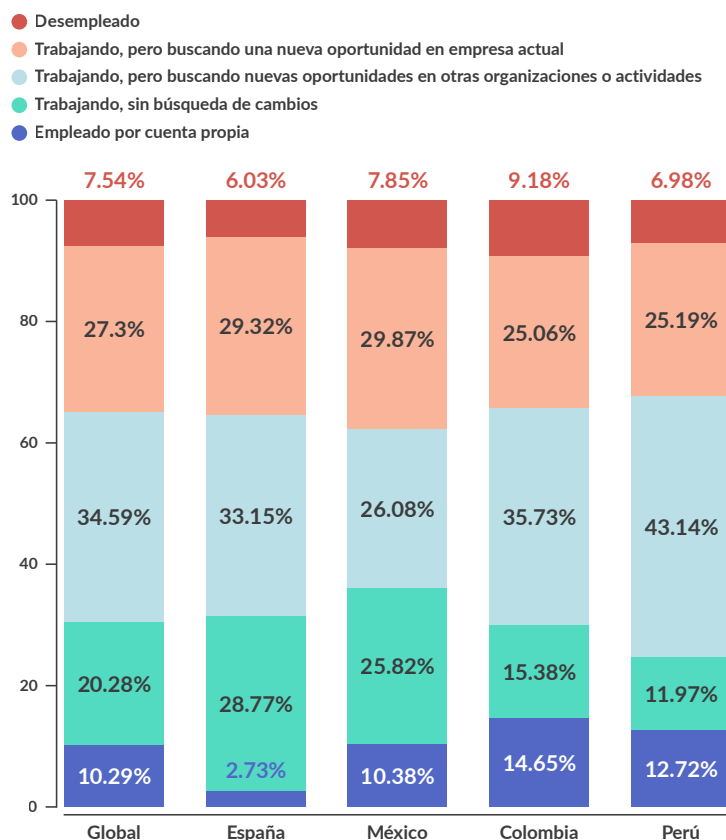
Hay muchos motivos por los que una persona decide formarse online, desde el propio placer personal por aprender y adquirir conocimientos hasta la capacitación para afrontar diferentes tareas o retos personales. Sin duda, la cualificación laboral se sitúa como uno de los principales propulsores —como vimos en capítulos anteriores, un 60 % del total de encuestados asegura que la utiliza para mejorar su perfil profesional y uno de cada tres, directamente para conseguir un ascenso o empleo.

En este capítulo que abrimos ahora queríamos entender cómo de relevante es esa formación para obtener un nuevo empleo o mejorar en el que ya se tiene: pasar de lo teórico a lo tangible, con resultados específicos que nos muestren no solo si la formación online es capacitante, sino qué tipo de formación y en qué grado.

El Foro Económico Mundial ya nos lo apunta en su informe previamente citado 'Future of Jobs Report 2025', de aquí a 2030 "el 39 % de las competencias actuales de los trabajadores se volverán obsoletas o requerirán actualización"; este escenario supone un desafío por igual para organizaciones e instituciones académicas, pero muy especialmente para los propios profesionales, que se abocan a una era de incertidumbre en la que la mejor manera de estar preparados es mediante la formación. Lo comprobaremos en las próximas páginas.

Situación laboral previa y perfil del estudiante

¿Cuál era tu situación laboral al iniciar la formación online?



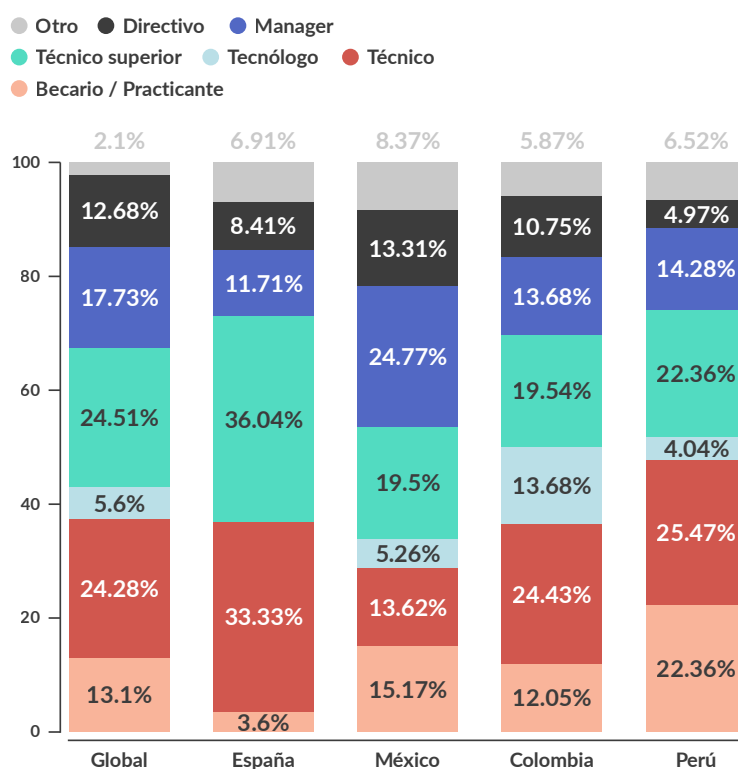
Para nuestro cuestionario hemos logrado obtener una muestra lo más heterogénea posible en cuanto a la situación laboral de los estudiantes online. A nivel general, la mayoría de los estudiantes se encontraban trabajando y en búsqueda activa de nuevas oportunidades, ya sea en otras organizaciones (34,59 %) o dentro de su empresa actual (27,3 %), mientras que un 20,27 % se mantenía en su puesto sin intención de cambios. Además, el 10,29 % declaró ser trabajador independiente y un 7,54 % estaba desempleado.

Al analizar los datos por país, se observan matices importantes: en Colombia, predomina la búsqueda de nuevas oportunidades externas (35,73 %); en España, los porcentajes se distribuyen más equilibradamente entre quienes buscaban cambios dentro de su empresa (29,32 %), quienes buscaban fuera (33,15 %) y quienes no buscaban cambios (28,77 %); en México, destaca la búsqueda de una

nueva oportunidad en la misma empresa (29,85 %) y la estabilidad laboral (25,82 %); mientras que en Perú, la proporción más alta corresponde a quienes buscaban oportunidades en otras organizaciones (43,14 %), superando ampliamente a otros grupos.

Estos resultados reflejan que, aunque existe un patrón común de movilidad laboral, cada país presenta particularidades en la forma en que los estudiantes enfrentan su situación profesional al comenzar su formación online.

¿Cuál era tu categoría dentro de la empresa antes de formarte?



¿Qué tipo de formación online has cursado o estás cursando?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Cursos Online	51.91%	53.97%	54.68%	63.77%	56.36%
Cursos de Especialización	31.46%	35.62%	33.16%	27.54%	42.64%
Diplomados Online	20.45%	11.78%	24.56%	29.03%	23.94%
Certificaciones Profesionales	25.03%	22.74%	30.63%	25.06%	31.67%
Certificados de Profesionalidad	12.63%	14.25%	12.41%	13.4%	15.71%
Bootcamps Online	3.48%	4.11%	2.78%	4.47%	3.99%
MOOCs (Massive Open Online Courses)	3.13%	3.01%	4.05%	2.98%	3.74%
Grado Universitario Online	9.21%	9.59%	14.43%	6.7%	9.98%
Máster Online	8.17%	12.05%	10.89%	7.94%	5.49%
Doctorado Online	1.16%	0.82%	1.27%	1.99%	1%

En consonancia con lo visto en el capítulo anterior en cuanto a penetración e inquietudes del estudiante, vemos cómo los Cursos Online (51,91 % global) y los Cursos de especialización (31,46 % global) son la formación predominante entre quienes se forman de manera online.

A partir de ahí y conforme la formación se vuelve más compleja —grados, másters y doctorados—, esa tiene un menor grado de uso. Las excepciones las encontramos en los bootcamps y MOOCs; los primeros, posiblemente por ser menos populares o conocidos, los segundos, tal vez por tener una percepción de menor profundidad en los contenidos o, sencillamente, porque muchos alumnos no asocian su propia formación al formato MOOC.

¿Qué motivó tu decisión de realizar una formación online?

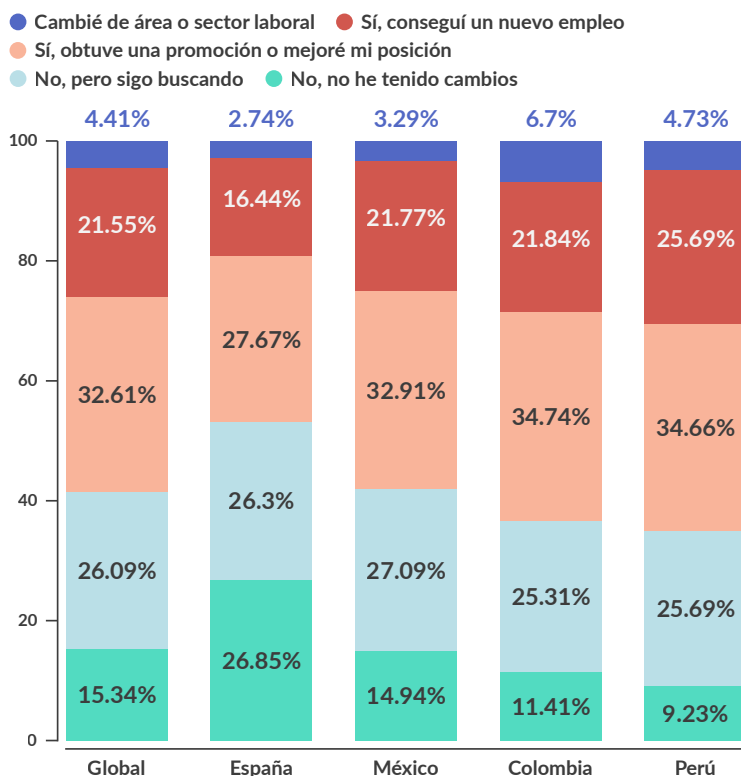
	Global	España	México	Colombia	Perú
Mejorar habilidades para mi puesto actual	73.01%	64.62%	71.43%	67.34%	73.13%
Prepararme para un cambio de carrera	38.56%	36.79%	31.85%	41.16%	35.98%
Obtener un ascenso o promoción	40.21%	28.3%	40.75%	42.51%	40.42%

En esta pregunta nos interesaba indagar en las motivaciones más asociadas a lo laboral, a la hora de escoger una formación online. De esta forma, descubrimos que la mayoría de quienes se forman a distancia (73 % global) entienden que la educación online es una herramienta para mejorar sus habilidades en su puesto actual. Es decir, es formación aplicable a su vida laboral.

Obtener un ascenso o cambiar de carrera también tienen unos porcentajes de aceptación bastante elevados que se sitúan entre el 35 % y el 40 %, con la notable excepción de España, donde detectamos una menor percepción de la formación online como motor de ascenso dentro de la empresa.

Resultados laborales tras la formación

¿Has conseguido empleo o mejorado tu posición laboral después de completar este programa de formación online?



Al hilo de la pregunta que cerraba el bloque anterior, vemos cómo alrededor de un tercio de los entrevistados (32,61 % a nivel global) ha promocionado o mejorado su situación dentro de la empresa gracias, en parte, a su formación online. Entendemos que esa mejora de las habilidades, junto con la propia intención de promocionar, han ayudado a los profesionales a asumir nuevos retos dentro de sus organizaciones.

El patrón se repite aquí y es España, en contraste con los países de América Latina, donde menor percepción de impacto ha tenido la formación online para los estudiantes: el 27,67 % mejoró su posición —frente a los resultados de LATAM que superan el 30 %— y tan solo el 16,44 % aseguran haber encontrado un nuevo empleo directamente asociado a su formación.

De cualquier forma, en cifras globales, —incluso con la mencionada excepción de España— el 54,16 % de los encuestados tuvo un impacto positivo en su situación laboral tras su formación online.

¿Con cuál de las formaciones indicadas en la pregunta Q3 conseguiste empleo o mejora?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Cursos Online	51.24%	47.2%	52.31%	56.58%	47.93%
Cursos de Especialización	37.07%	36.02%	32.41%	30.7%	47.93%
Diplomados Online	22.9%	15.53%	28.24%	25%	21.07%
Certificaciones Profesionales	27.51%	21.74%	31.02%	23.25%	32.23%
Certificados de Profesionalidad	12.28%	11.18%	12.5%	11.84%	13.22%
Bootcamps Online	7.91%	3.11%	1.85%	4.82%	2.07%
MOOCs	8.86%	1.86%	2.31%	2.63%	2.07%
Grado Universitario Online	7.79%	12.42%	13.89%	6.14%	7.85%
Máster Online	10.86%	13.04%	10.19%	6.58%	6.2%
Doctorado Online	1.53%	1.24%	1.39%	0.88%	0.41%

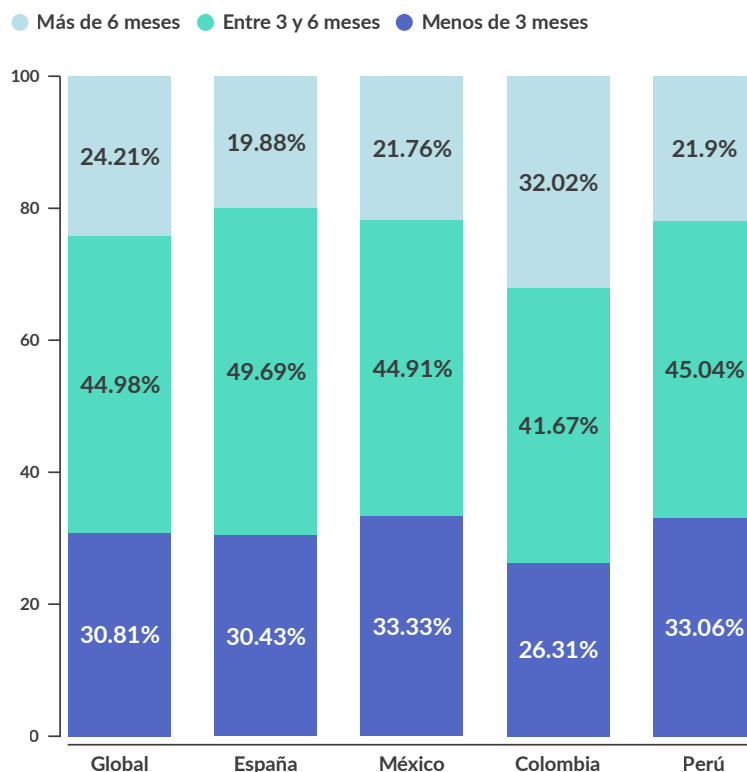
Entra dentro de la normalidad que el tipo de formación más cursada sea también el que mejores ratios de ayuda al profesional obtiene. Pero para entender mejor estos datos, necesitamos cruzarlos con los anteriores para ver una foto más completa.

En Detalle | Comparativa global: formación cursada vs con impacto laboral

	% Cursada	% Con mejora
MOOCs	3.45%	8.85%
Bootcamps Online	3.83%	7.91%
Cursos de Especialización	34.7%	37.07%
Máster Online	9.01%	10.86%
Diplomados Online	22.56%	22.9%
Certificaciones Profesionales	27.59%	27.51%
Cursos Online	57.24%	51.24%
Grado Universitario Online	10.16%	7.79%
Certificados de Profesionalidad	13.93%	12.28%
Doctorado Online	1.28%	1.53%

Al comparar el tipo de formación cursada con aquella que efectivamente contribuyó a una mejora laboral, emergen patrones interesantes. Formatos menos extendidos como los MOOCs o los bootcamps, aunque representan apenas el 3-4 % de la formación cursada, tienen una presencia desproporcionadamente alta entre quienes lograron empleo o promoción, lo que sugiere un alto rendimiento en términos de empleabilidad. En paralelo, opciones más consolidadas como los cursos de especialización o los másteres online muestran también una correlación positiva entre participación e impacto. Esta relación no siempre es lineal: los cursos online, que concentran más de la mitad de la formación cursada, no destacan por su eficacia relativa. Estos datos invitan a repensar no solo qué se oferta, sino también cómo se comunica el valor estratégico de cada formato formativo.

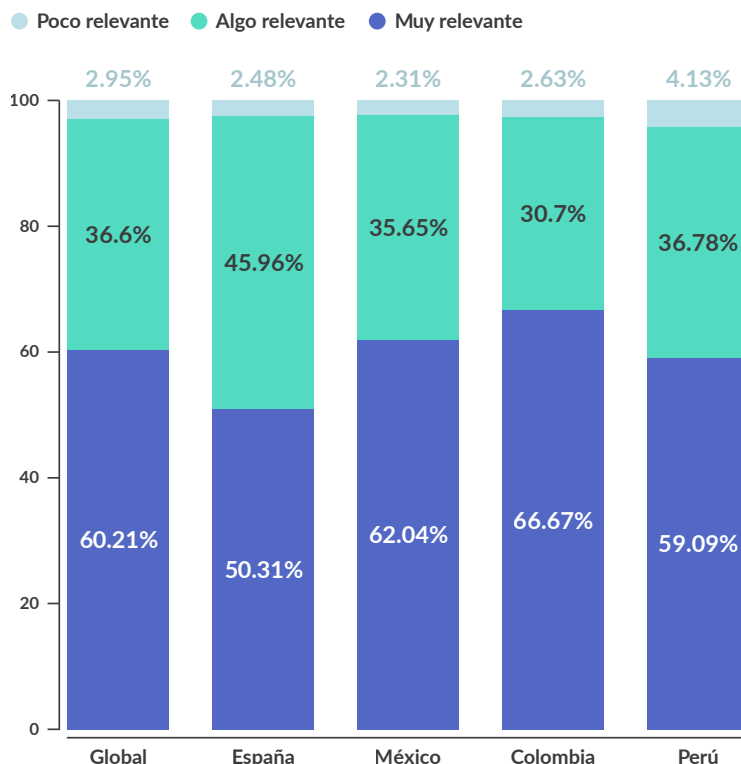
¿Cuánto tiempo tardaste en encontrar un nuevo empleo o mejorar tu posición tras completar la formación?



Dentro del proceso lógico de búsqueda de empleo o mejora del mismo, queríamos conocer los tiempos entre formación e impacto. Aquí el dato global nos lleva al 75,79 % de encuestados —que sí tuvieron impacto positivo— que aseguran haber encontrado empleo o mejorado su posición en menos de seis meses. La media, de hecho, se sitúa entre tres y seis meses, con España a la cabeza de este periodo (49,69 %).

En el otro extremo, Colombia estaca por tener un proceso más prolongado de búsqueda de empleo, en el que hasta el 32 % de quienes mejoraron su posición lo hicieron tras más de seis meses intentándolo — frente al 19,88 % de España.

¿Qué tan relevante fue el contenido de la formación online para el puesto que conseguiste o aspiras conseguir?



La relevancia percibida del contenido formativo online muestra variaciones interesantes según el país. A nivel global, el 60,2 % de quienes mejoraron su situación laboral consideró que la formación fue muy relevante para el puesto alcanzado, mientras que un 36,6 % la calificó como algo relevante. Solo un 3,2 % la consideró poco o nada relevante. Colombia destaca como el país con mayor alineación entre formación y empleo: un 66,7 % declaró que el contenido fue muy relevante, seguido por México (62 %) y Perú (59,1 %). En contraste, España presenta el porcentaje más bajo de “muy relevante” (50,3 %) y el más alto en menciones de escasa o nula relevancia (3,7 %). Estos datos subrayan la necesidad de adaptar la oferta formativa no solo a las tendencias globales, sino también a las particularidades del mercado laboral de cada país.

Relación entre formación y empleabilidad

¿En qué área o sector estás trabajando actualmente?

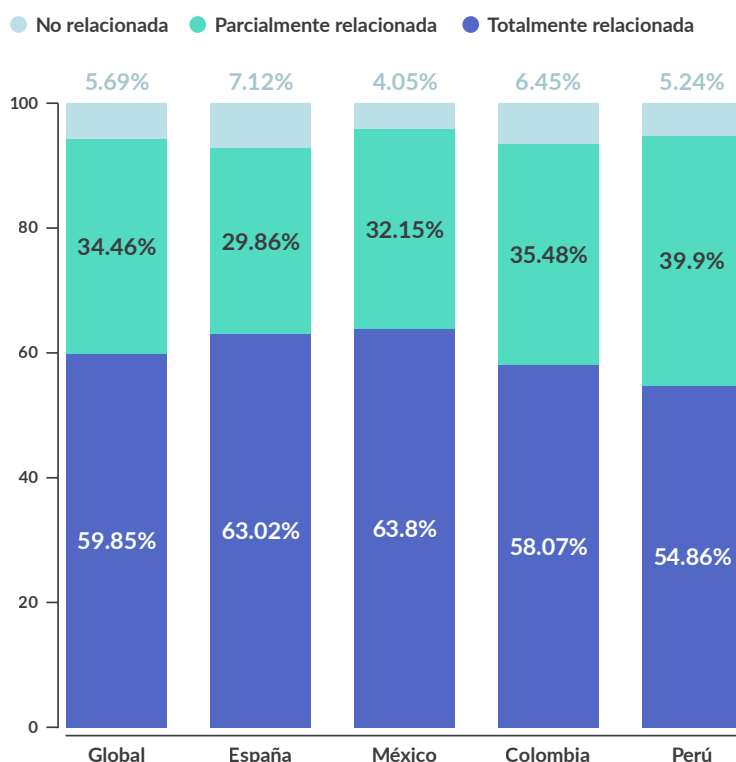
	Global	España	México	Colombia	Perú
Tecnología y TIC	18.41%	23.01%	15.95%	19.11%	15.96%
Negocios y Management	16.69%	15.89%	18.23%	17.62%	14.96%
Educación y Pedagogía	10.11%	11.78%	13.42%	8.19%	12.47%
Salud y Ciencias de la Vida	8.7%	10.96%	6.08%	8.44%	9.48%
Ingeniería y Arquitectura	5.37%	9.32%	17.97%	12.66%	18.2%
Ciencias sociales y humanidades	5.24%	5.48%	7.09%	5.21%	3.24%
Derecho y Ciencias Jurídicas	3.77%	4.11%	3.29%	3.97%	3.74%
Deportes y Actividad Física	2.17%	2.74%	1.27%	0.99%	1.25%
Arte y Diseño	1.53%	2.74%	3.8%	3.47%	4.74%
Gobierno y sector público	1.28%	1.64%	3.29%	1.49%	2.74%
Otro	25.9%	12.33%	9.62%	18.86%	13.22%

Este mapa de calor refleja que una parte significativa de los estudiantes reporta mejoras tangibles en su trayectoria laboral después de completar programas online. A nivel global, más de la mitad señala haber conseguido un nuevo empleo (21,6 %) o una promoción interna (32,6 %), lo que confirma el peso creciente de esta modalidad en la empleabilidad. Aunque un 26 % aún sigue buscando oportunidades y un 15 % no ha visto cambios, los datos muestran que la educación online sí abre puertas en el mercado laboral.

Si nos fijamos por países, la tendencia se repite con matices. En Colombia, un 34,7 % de estudiantes declara haber obtenido una promoción y un 21,8 % un nuevo empleo; en Perú las cifras son muy similares, con un 25,7 % que logró un nuevo puesto y un 34,7 % que ascendió internamente. España presenta algo más de dispersión: solo un 16,4 % consiguió un nuevo empleo y un 27,7 % una mejora

en su posición, mientras que el porcentaje de quienes no han tenido cambios es mayor (26,9 %). México, en cambio, destaca por resultados más equilibrados: un 21,8 % logró un nuevo empleo y un 32,9 % alcanzó un ascenso. En conjunto, estos datos confirman que la formación online no solo es percibida como útil, sino que está generando un impacto directo en la movilidad y proyección profesional de los estudiantes en la región.

¿La formación online que completaste estaba directamente relacionada con el trabajo que conseguiste o con tus objetivos profesionales?



Los datos revelan que una clara mayoría de los estudiantes perciben una conexión directa entre la formación online y su desarrollo profesional o la obtención de empleo. A nivel global, un 59,85 % indicó que su formación estaba “totalmente relacionada” con sus objetivos laborales, y solo un 5,69 % la consideró “no relacionada”. España y México destacan con los porcentajes más altos de relación total (63,01 % y 63,80 % respectivamente), lo que sugiere una alineación especialmente efectiva en estos contextos. En cambio, Perú registra el menor porcentaje de relación total (54,86 %) y el mayor de relación parcial (39,90 %), lo que podría señalar una percepción de desajuste más frecuente entre formación y expectativas.

¿Qué aspectos de la formación online consideras que fueron más útiles para tu empleabilidad?

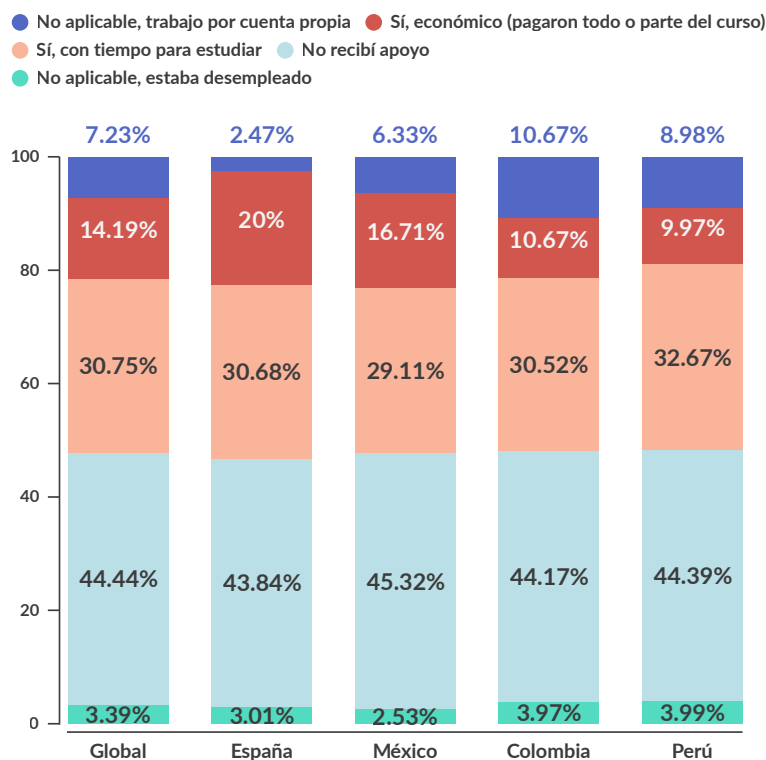
	Global	España	México	Colombia	Perú
Certificación obtenida	58.52%	54.57%	57.78%	61.01%	60%
Habilidades técnicas adquiridas	67.35%	71.09%	62.27%	73.21%	62.89%
Habilidades blandas (comunicación, liderazgo)	35.44%	27.14%	35.88%	38.73%	38.95%
Experiencia práctica (proyectos, ejercicios)	40.33%	27.43%	46.17%	44.03%	42.11%

En consonancia con otras respuestas, el contenido práctico, aplicable al puesto de trabajo, es para los encuestados lo más relevante de su formación online (67,35 % global). Este porcentaje no sorprende, pero sí lo hace el siguiente motivo en la lista de aspectos más útiles de la formación online para la empleabilidad: la certificación obtenida (58,52 % global), lo que constata la evolución del e-learning desde una opción secundaria en formación a tener categoría de 'certificante'.

De nuevo, las softskills o habilidades blandas, tan demandadas en la actualidad, caen al último puesto, seguramente por ser percibidas como más difíciles de demostrar o poner en valor ante una entrevista de trabajo.

Apoyo del entorno y percepción del impacto

¿Recibiste apoyo de tu empleador para realizar la formación online?



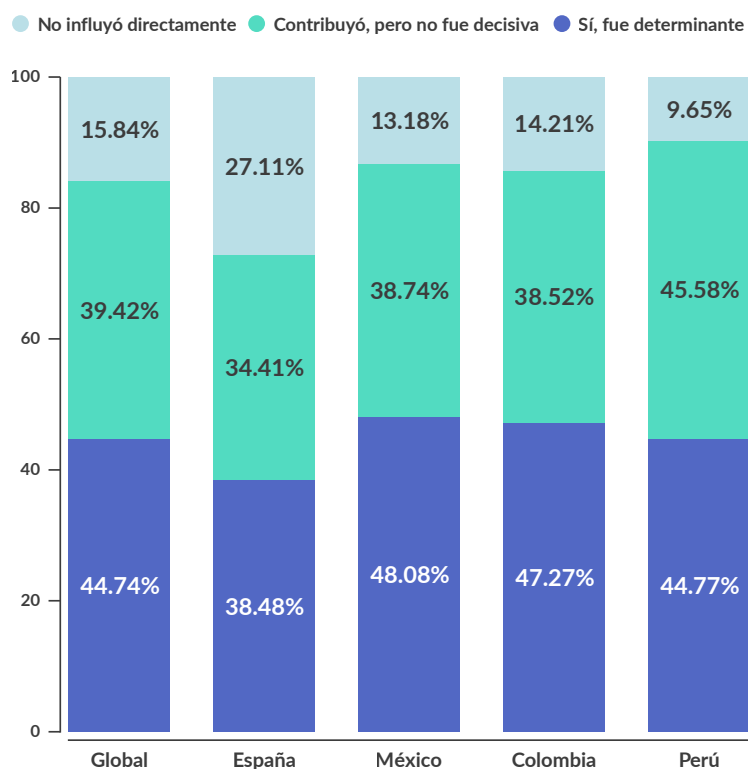
Esta gráfica muestra una importante disonancia entre la visión empresarial y la percepción del trabajador.

En el anterior capítulo dedicado a la penetración de la formación online en entornos corporativos pudimos comprobar cómo hasta el 97,45 % de las empresas encuestadas consideraba importante —en uno u otro grado— la educación continua para sus empleados. Además, en ese mismo capítulo indicábamos que hasta el 83,92 % de las empresas ha implementado algún programa de formación online. Concluíamos, pues, que el entorno corporativo tiene clara la importancia de la formación de sus equipos de trabajo.

Sin embargo, existe una enorme brecha de percepción, dado que hasta el 44,44 % global de trabajadores encuestados asegura no haber recibido ningún apoyo por parte de su empresa. Cuando sí ha existido este apoyo, —en entorno a un tercio de los encuestados—, este se ha circunscrito a la cesión de tiempo para el estudio. Aunque existen notables diferencias entre países — España un 20 % y Colombia un 10,67 %—, la empresa.

Detectamos una ventana de oportunidad para que las empresas, ya convencidas, faciliten la formación de sus empleados de cara a mejoras internas y empoderamiento de los equipos.

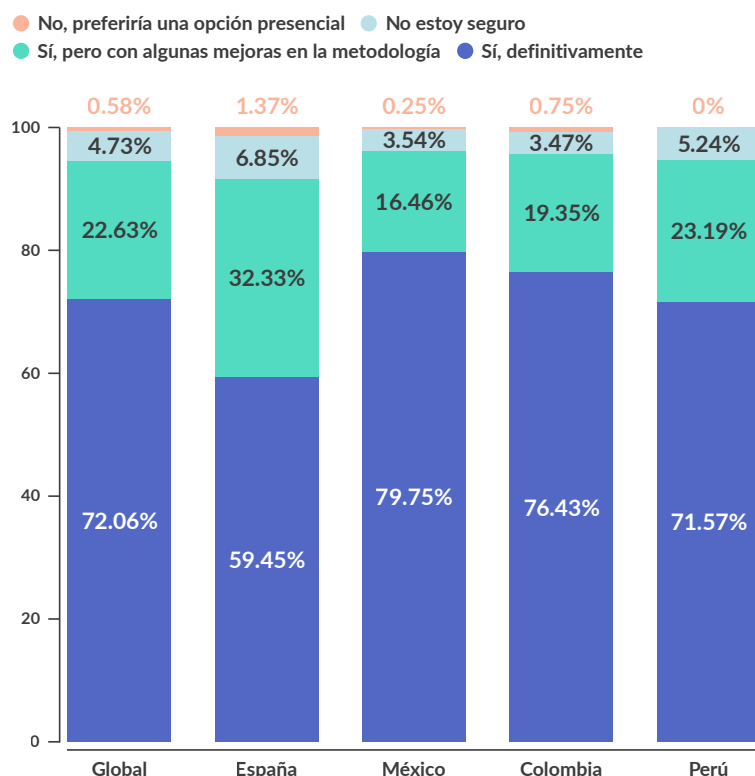
¿Crees que tu formación online fue un factor determinante para conseguir tu actual empleo o mejorar tu posición?



La percepción de los estudiantes es clara. Más del 84 %, a nivel global, considera que su formación contribuyó — de una u otra forma— a mejorar su empleabilidad. Tal vez esta misma afirmación se podría hacer de ‘cualquier’ formación, independientemente de su presencialidad, lo que nos indica que esa brecha de percepción entre lo online y lo ‘físico’ se ha ido cerrando.

Una mirada más cercana por país nos arroja diferencias entre España y los países de América Latina; en el país europeo apenas el 38,48 % de los encuestados asegura que su formación online fue determinante para mejorar su empleo o conseguir otro, un porcentaje hasta diez puntos por debajo de países como México. Una posible lectura es que en España la formación online todavía tiene recorrido para mejorar su impacto en la empleabilidad.

¿Repetirías la experiencia de formación online para seguir mejorando tu carrera profesional?



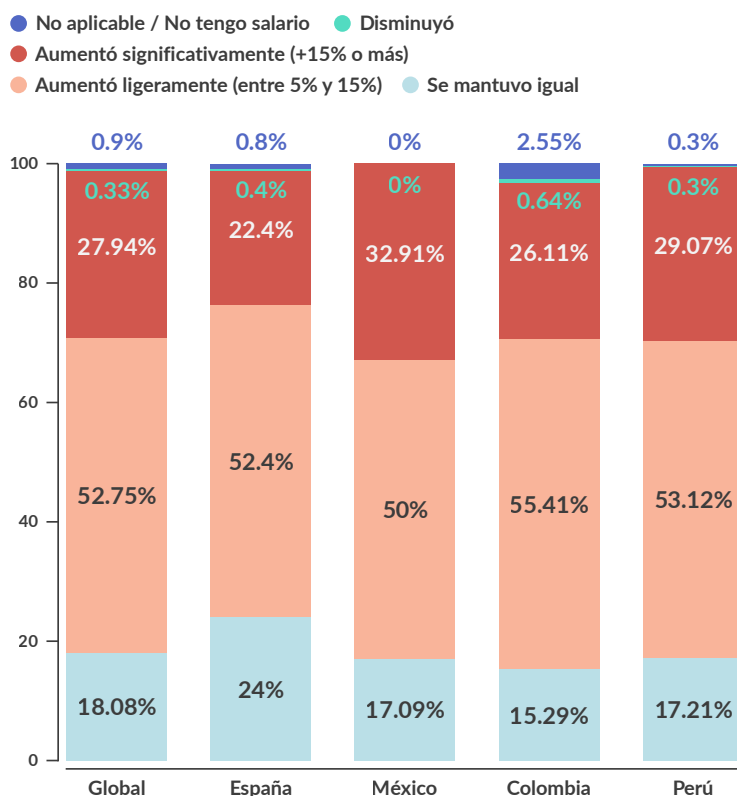
Encontramos aquí datos que van en consonancia con lo visto en el gráfico anterior, donde los países latinoamericanos muestran un mayor nivel de confianza en la formación online —México roza el 80 % de estudiantes que volverían a repetir online, sin matices.

Como decíamos, los estudiantes españoles son los que se muestran menos convencidos del formato y ese 32,33 % de 'sí, con mejoras', lo constata: hay margen de mejora en el sector.

Sin embargo, el dato más relevante es ese escaso 0,58 % de alumnos, a nivel global, que no repetirían y prefieren la formación online, lo que nos muestra una implementación muy consolidada de este formato.

Impacto económico y movilidad profesional

¿Cómo ha cambiado tu salario tras completar la formación online?

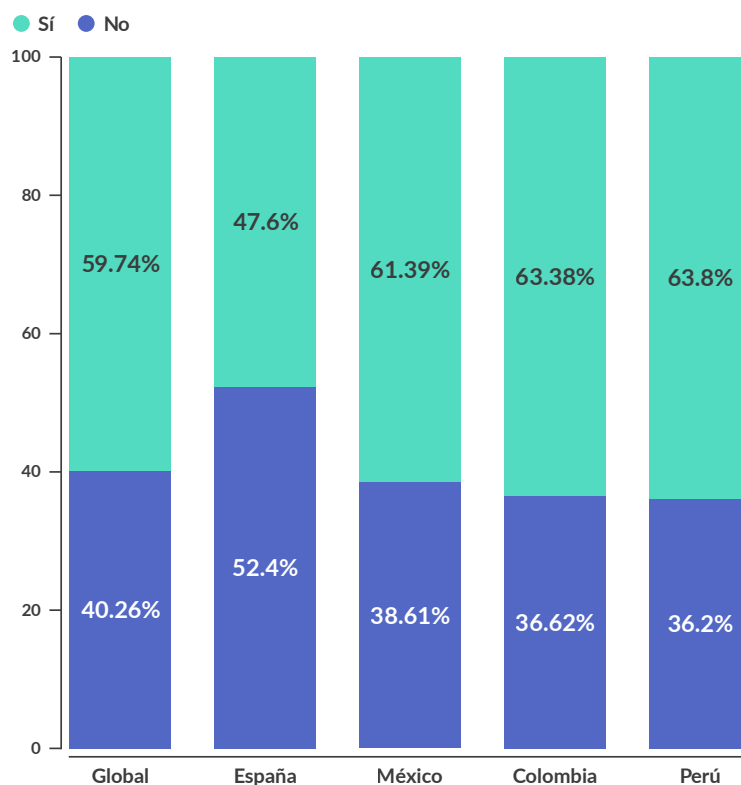


La formación online ha demostrado ser una inversión rentable para la mayoría de los estudiantes, reflejándose en mejoras salariales tras su finalización. En todos los países analizados, más del 75 % de los participantes reportaron aumentos, especialmente en la franja del 5 % al 15 %. México destaca por tener el mayor porcentaje de incrementos significativos (+15 %), mientras que los casos de disminución salarial son marginales. Esta tendencia confirma que la educación online no solo mejora la empleabilidad, sino también las condiciones económicas de quienes la cursan.

México presenta el perfil más positivo, con la mayor proporción de aumentos significativos y ningún caso de reducción salarial. España, en cambio, tiene el porcentaje más alto de estabilidad salarial y el menor de aumentos altos, lo que

podría indicar expectativas más conservadoras o menor vinculación directa con mejoras económicas. Colombia y Perú muestran un equilibrio intermedio, con datos muy similares entre sí.

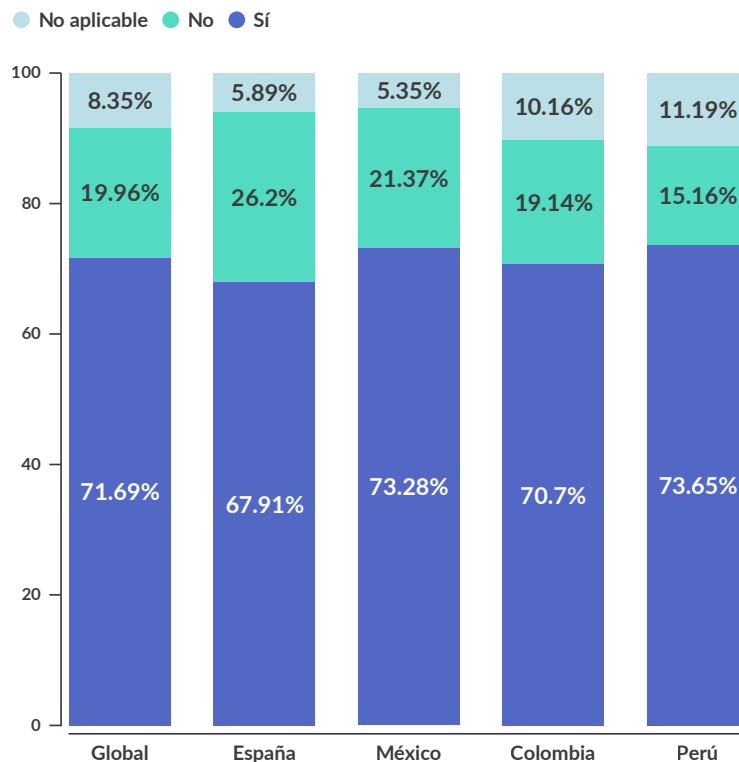
¿Lograste cambiar de sector o área profesional gracias a la formación online?



Continuamos profundizando en la tendencia ya vista en anteriores gráficas, donde la formación online tiene un mayor impacto en los estudiantes de América Latina, que en porcentajes que llegan hasta el 63,80 % (Perú) logran cambios de sector o área profesional tras sus estudios.

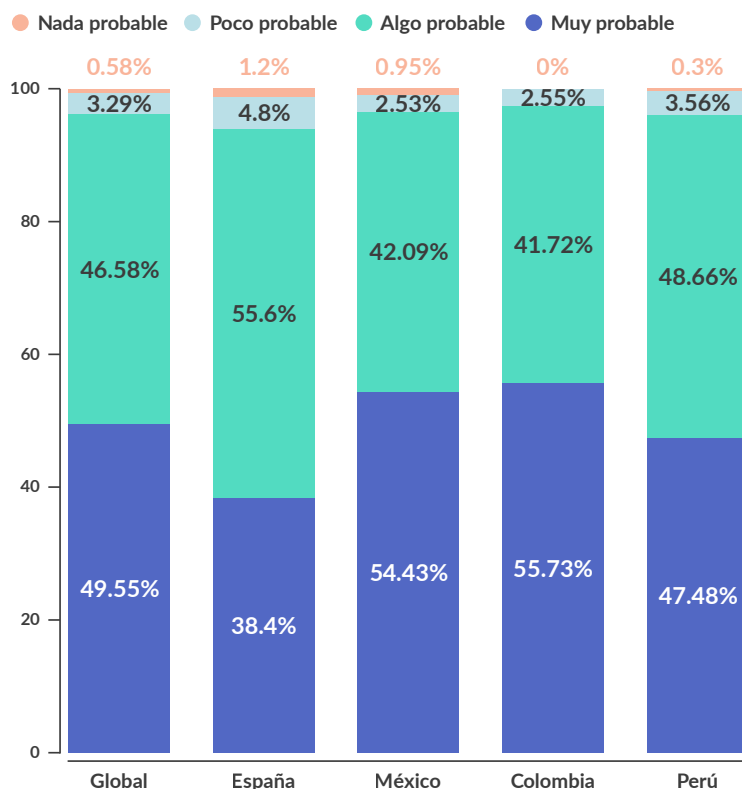
No ocurre así en España, único país en el que fueron más quienes no cambiaron de sector o área, incidiendo en el patrón ya visto de un menor impacto de esta formación.

¿En tu empresa, la formación online fue un factor clave para recibir una promoción interna?



La formación online es ampliamente percibida como un factor determinante para la promoción interna en las empresas, especialmente en Perú (73,65 %) y México (73,28 %), donde más de siete de cada diez encuestados afirmaron haber sido promovidos gracias a ella. A nivel global, el 71,69 % comparte esta percepción, en línea con lo observado en Colombia (70,70 %). España, aunque presenta el porcentaje más bajo (67,91 %), en línea con las tendencias ya vistas, mantiene una mayoría clara. En todos los países, la proporción de quienes no atribuyen la promoción a la formación online es minoritaria, destacando su creciente reconocimiento como palanca de desarrollo profesional.

¿Cómo de probable crees que es conseguir una mejor oportunidad laboral gracias a la formación online en los próximos 12 meses?



Los datos más contundentes nos los arroja la última pregunta de este bloque, en la que queda demostrada la confianza de los alumnos sobre el impacto que la formación tendrá en su carrera profesional. Ese 96,14 % global de personas que creen que sus estudios online les proporcionarán una oportunidad laboral —en uno u otro grado—, asienta la validez del e-learning en el competitivo mercado laboral.

El matiz, nuevamente, nos lo ofrece España, con el menor porcentaje de ‘muy probable’ (38,40 %) pero con el mayor dato de ‘algo probable’ (55,60 %). En definitiva, quienes cursan formación online para mejorar su empleabilidad consideran que esta tendrá un impacto muy relevante en su futuro laboral.

Percepción de los empleadores sobre la formación online

Una nota desde la perspectiva de quienes coordinan personas

Vivimos una etapa en la que los retos de las organizaciones están íntimamente ligados a la capacidad de sus personas para aprender, adaptarse y crecer. Desde la dirección de Recursos Humanos de EDUCA EDTECH Group y la responsabilidad de la fundación, observo cada día cómo la formación digital se ha convertido en un eje central de esta transformación.



No hablamos solo de una tendencia pasajera, sino de un cambio estructural que afecta a la manera en que los profesionales adquieren competencias y a cómo las empresas valoran ese aprendizaje.

En este escenario, la fundación EDUCA EDTECH nació con una convicción clara: la educación online puede y debe ser un motor de igualdad de oportunidades. Hemos comprobado, a través de nuestros programas y proyectos, que el acceso a una formación flexible y de calidad no solo favorece el desarrollo individual, sino que también genera un impacto positivo en comunidades enteras. El aprendizaje deja de ser un privilegio de unos pocos para convertirse en un derecho compartido, que trasciende fronteras y contextos.

Los resultados que recoge este informe muestran que la educación online ya no es una alternativa secundaria, sino una vía plenamente reconocida para acceder al empleo, mejorar la empleabilidad y acompañar la reconversión laboral que exige un mercado cambiante. Nos recuerdan también que queda camino por recorrer: debemos reforzar las habilidades prácticas, personalizar las rutas de aprendizaje y garantizar que la digitalización llegue a todos sin dejar a nadie atrás.

Este es un desafío que no puede abordarse en soledad; requiere alianzas entre empresas, instituciones académicas y administraciones públicas.

En EDUCA EDTECH Group y en la fundación tenemos claro nuestro papel. Apostamos por programas de becas que abran puertas, por proyectos de sensibilización que derriben barreras culturales y por la innovación tecnológica que facilite experiencias formativas más humanas y cercanas. Creemos en un modelo en el que la educación online no sustituye, sino que complementa, amplía y democratiza el acceso al conocimiento.

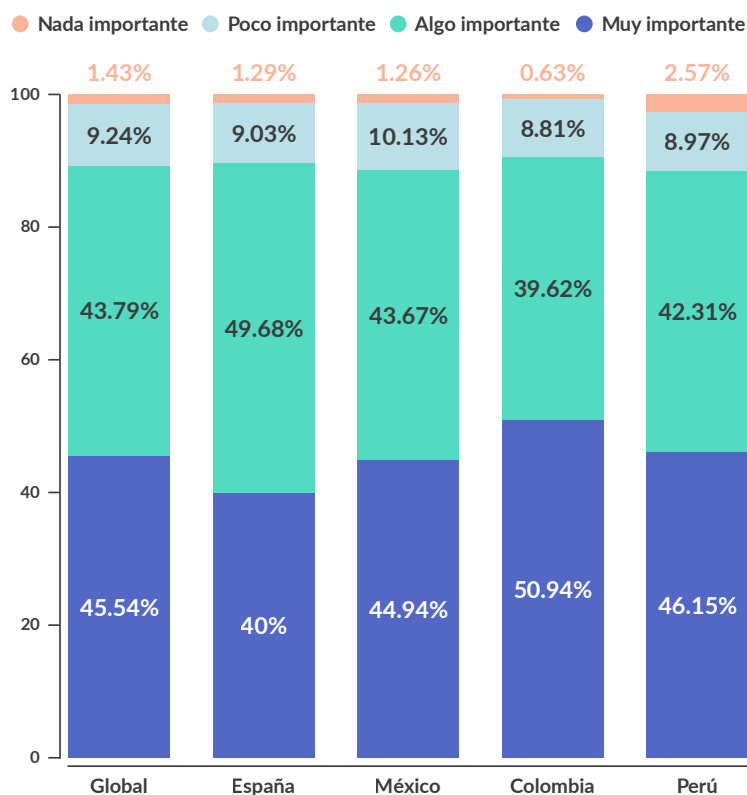
Mi deseo es que las páginas de este documento sirvan de punto de encuentro entre todos los actores implicados. Que las empresas encuentren aquí claves para acompañar a sus empleados, que las instituciones educativas se inspiren en nuevas formas de enseñar y que los estudiantes vean reflejada la validez de su esfuerzo. La educación es la herramienta más poderosa de la que disponemos para responder a la incertidumbre, y está en nuestras manos convertirla en una verdadera palanca de progreso social y laboral.

Viridiana López

Directora de RRHH de EDUCA EDTECH Group

Responsable de la Fundación EDUCA EDTECH

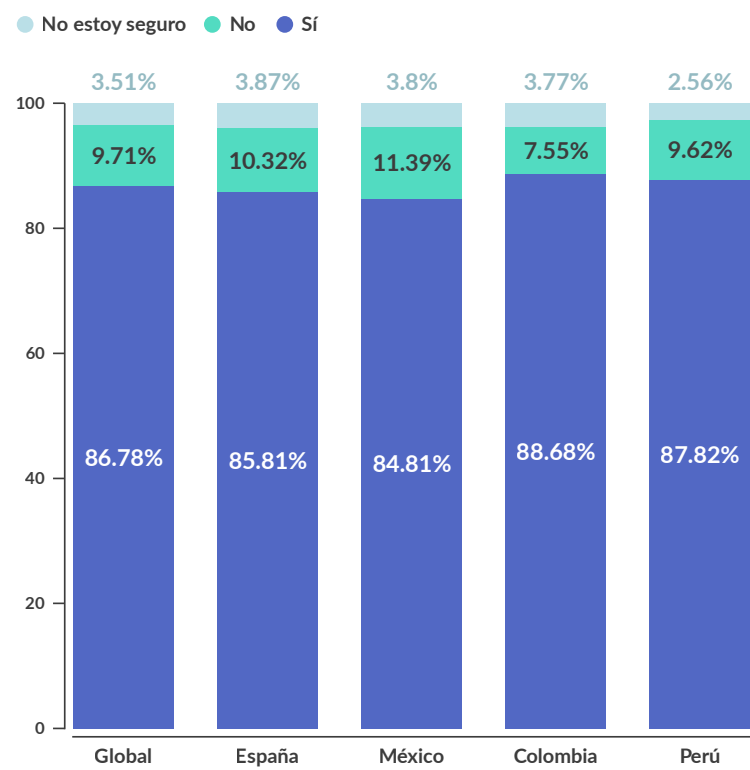
¿Qué importancia le da su empresa a que un candidato haya completado una formación online al momento de contratar?



En anteriores epígrafes ya vimos cómo los entornos corporativos otorgaban cada vez una mayor importancia a la formación de sus empleados. Esta idea cobra mayor relevancia aún en los procesos de contratación, donde la formación juega un papel fundamental para casi el 90 % de los responsables de RR. HH. encuestados a nivel global.

En los países latinoamericanos estos porcentajes de relevancia —muy importante— llegan hasta el 50,94 %, en el caso de Colombia, mientras que en España no es tan definitorio, con el 49,68 de respuestas de ‘algo importante’.

¿Ha observado un incremento de candidatos con formación online en los últimos años?



¿Cuáles son los principales beneficios que ve en la formación online para sus empleados?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Flexibilidad	74.84%	77.42%	79.75%	76.73%	65.38%
Actualización rápida de habilidades	60.83%	58.06%	65.19%	56.6%	63.46%
Ahorro de tiempo	70.7%	62.58%	72.15%	79.87%	67.95%

Uno de los elementos recurrentes a lo largo de esta investigación es la versatilidad de la formación online a la hora de adaptarse a quienes la cursan, esa flexibilidad que permite a los profesionales en activo aprender y actualizarse, sin que haya detrimento de su desempeño. En esta pregunta lo vemos claramente también desde la perspectiva de los contratadores: flexibilidad (74,84 %) y ahorro de tiempo (70,70 %) son los principales beneficios percibidos.

¿Tiene algún sesgo o duda respecto a los programas de formación online en comparación con los presenciales?

Categoría temática	Descripción breve	Nº resp.	% sobre total*
1. Sin dudas / Confianza plena	Expresan que no tienen ninguna reserva; equiparan la formación online a la presencial o incluso la valoran más.	145	45 %
2. Ventajas percibidas	Destacan flexibilidad, ahorro de tiempo, comodidad o rapidez como puntos fuertes exclusivos del formato online.	20	6 %
3. Preferencia por la presencialidad	Consideran que el aprendizaje cara a cara es más “humano”, rico en interacción o práctico; ven el online solo como complemento.	48	15 %
4. Autenticidad y control	Preocupaciones acerca de trampas, suplantaciones, fiabilidad de exámenes o dificultad para medir la asistencia y el esfuerzo real.	31	10 %
5. Validez y reconocimiento	Dudan de la homologación, oficialidad o prestigio de los títulos online; exigen acreditación de instituciones reconocidas.	26	8 %
6. Calidad del aprendizaje / Contenido práctico	Sospechan que se aprende “menos”, falta práctica o la oferta masiva disminuye la calidad; temen que no se transfieran bien las competencias.	28	9 %
7. Compromiso y motivación del alumnado	Señalan menor atención, autodisciplina o implicación en los cursos online frente a los presenciales.	17	5 %
8. Otros comentarios	Observaciones puntuales (dudas técnicas, propuestas de mejora, preguntas abiertas) que no encajan claramente en las categorías anteriores.	5	2 %

Aunque la mayoría de los encuestados declara no tener dudas ni sesgos respecto a la formación online —casi la mitad (45 %)—, el resto del espectro revela una variedad de percepciones críticas o matizadas. Un 15 % muestra preferencia por la presencialidad, valorando especialmente la interacción humana y la experiencia práctica. Otro 10 % manifiesta inquietud por la autenticidad de los procesos de evaluación o la posibilidad de trampas, mientras que un 8 % cuestiona la validez o el reconocimiento oficial de algunos títulos online. A esto se suma un 9 % que percibe debilidades en la profundidad del aprendizaje o en la calidad del contenido, y un 5 % que duda del compromiso del alumnado en entornos virtuales. En conjunto, los datos revelan que, aunque la confianza en la formación online está bien asentada, aún persisten áreas sensibles vinculadas a la experiencia, la evaluación y el reconocimiento.

Respuestas destacadas

Sin dudas / Confianza plena

No tengo ningún sesgo inherente a favor de la formación online o presencial. Creo que ambas modalidades tienen sus propias ventajas y desventajas, y la mejor opción depende de las necesidades y preferencias individuales del estudiante, así como del tipo de formación.

No, mientras que la persona en cuestión cuente con las competencias requeridas y sepa aplicarlas correctamente, su tipo de formación no es relevante.

Ventajas percibidas

Pienso que la formación online tiene muchas ventajas, además de ser eficaz, es una ventaja para la empresa, ya que permite ampliar la búsqueda de candidatos, sin preocupaciones logísticas.

Me parece muy práctico y accesible, porque ahorra tiempo, elimina distancias y da opciones.

Preferencia por la presencialidad

En los cursos presenciales, la interacción cara a cara con instructores y compañeros suele facilitar el aprendizaje, la resolución inmediata de dudas y la participación activa. En línea, esto puede ser limitado o más impersonal.

Siempre la formación presencial tradicional ha sido como más íntima a la hora de la resolución de cuestiones y como más empática y empírica, aunque está ganando terreno bastante la formación online por ser más práctica y flexible en horarios.

Autenticidad y control

Sí, como se califica realmente el aprendizaje, si hay muchas formas de copiar, buscar las respuestas o procedimientos.

Sí, en un programa presencial se aprende mejor... en lo virtual uno no sabe si el que está en clases es uno mismo o una tercera persona.

Validez y reconocimiento

La validez de los programas, puesto que algunos tienen una certificación dudosa. Es importante que provengan de instituciones reconocidas.

Si tienen la misma validez y no son empresas fantasma que solo buscan estafar o robar datos.

Calidad del aprendizaje / Contenido práctico

Me parece que deberían de tener más horas de práctica física; eso sería ideal para poder obtener más habilidades en todos los aspectos y ser igual o más competentes que los formados de manera presencial.

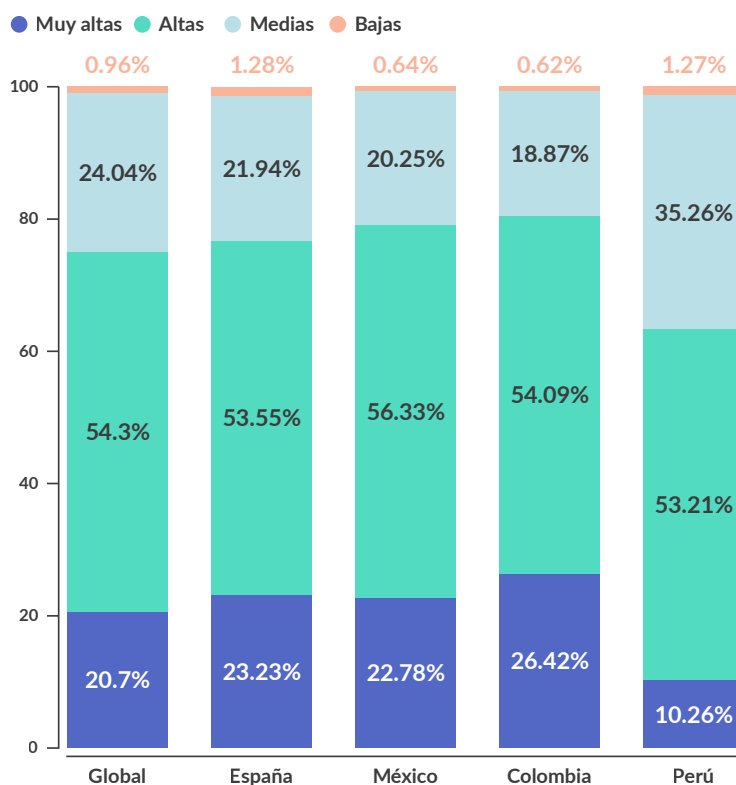
La práctica de estas habilidades no se presenta igual como en una formación presencial, donde el aprendizaje empírico y la experiencia directa son más efectivos.

Compromiso y motivación del alumnado

Hay una falta de compromiso con los cursos en línea. Menor implicación.

El poco compromiso de parte de los capacitados y la falta de interacción e interés que se puede tener en los cursos online.

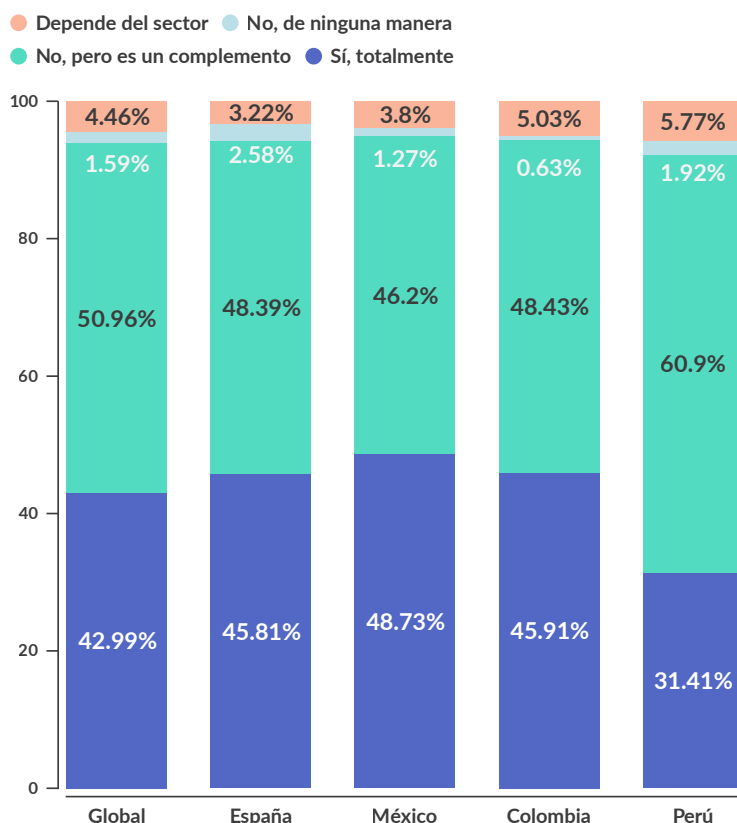
En su experiencia, ¿cómo calificaría las competencias de los empleados que han completado programas online?



La formación online ha dejado atrás el estigma de formación 'menor' o menos capacitante que la presencial. Esta es la percepción de los responsables de Recursos Humanos consultados, que en una amplia mayoría califican de 'altas' o 'muy altas' (75 % global) las competencias de los empleados formados a través de e-learning.

Nos sorprende aquí no encontrar diferencias reseñables con respecto a países, con la excepción de Perú, donde ese 35,26 % de 'medias' señala que todavía existen dudas en el país.

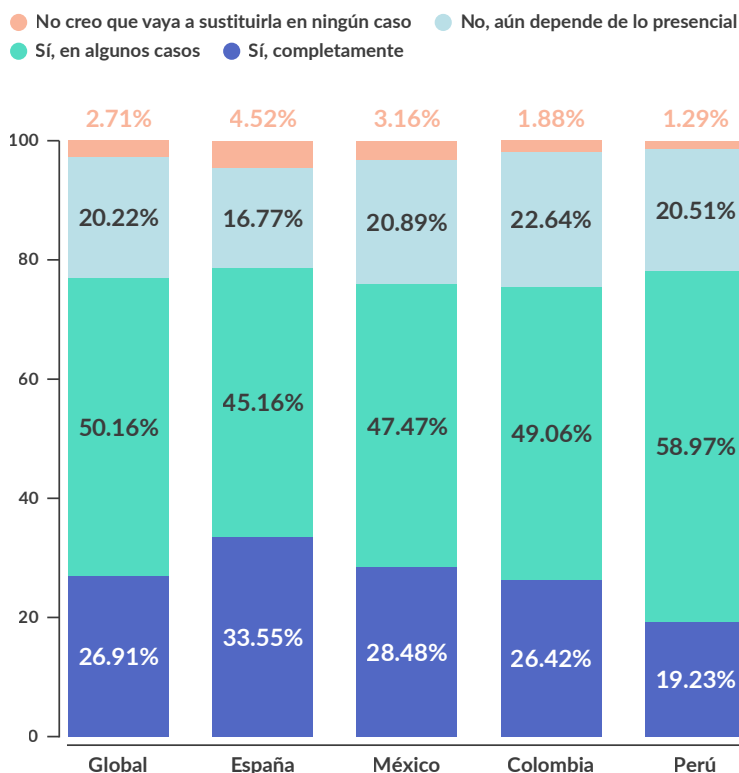
¿Cree que la formación online prepara suficientemente a los empleados para los desafíos del mercado laboral actual?



La formación online comienza a jugar un papel destacado dentro de los departamentos de Recursos Humanos, aunque existe una diferencia clave en el rol que debe tener. Para la mayoría (50,96 % global), el e-learning es un complemento a lo presencial, un porcentaje que se dispara hasta el 60,90 % en el caso de Perú. Sin embargo, el 42,99 % global asegura que, por sí misma, la formación online prepara y capacita sin problemas a los profesionales.

Es destacable que apenas un 1,59 % de los encuestados no confía en la educación online para preparar a sus trabajadores, por lo que entendemos que las dudas sobre la validez de este modelo están ya superadas en el entorno corporativo.

¿Considera que la formación online está reemplazando gradualmente a la formación presencial en su empresa?



Los datos confirman una transición progresiva hacia la formación online en el ámbito empresarial, donde el reemplazo total de la presencialidad aún es minoritario, pero el avance parcial es la norma. En los cuatro países analizados, la opción “Sí, en algunos casos” es la más común, especialmente en Perú, donde alcanza casi el 59 %, indicando un cambio gradual más pronunciado. España destaca con el porcentaje más alto de reemplazo completo (33,55 %), mientras que Colombia y México presentan cifras muy similares a la media global.

España destaca como es el país en el que mejor penetración ha tenido esta formación —un tercio de los responsables de Recursos Humanos asegura que ha reemplazado a la formación tradicional—, aunque, en contraste, también es el país en el que existe una mayor ‘isla’ de reticencia corporativa, con ese 4,52 % de encuestados que asegura que el e-learning no reemplaza en ningún caso a lo presencial.

En conjunto, más de tres cuartas partes de los profesionales de RR. HH. coinciden en que el formato online está ganando terreno, aunque aún convive con prácticas presenciales, dando lugar a modelos formativos híbridos que parecen consolidarse como estándar. Vemos cómo la tendencia vista en anteriores capítulos de esta investigación, se refuerza también desde el ángulo corporativo.

¿Qué innovaciones le gustaría ver en formación online en los próximos años?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Contenido hiper personalizado por usuario	37.26%	39.35%	37.97%	31.45%	40.38%
Uso de realidad aumentada y realidad virtual	45.7%	41.94%	49.37%	47.17%	44.23%
Plataformas más accesibles desde dispositivos móviles	60.67%	54.19%	60.13%	64.15%	64.1%
Integración de sistemas de analítica avanzada y Big Data	36.62%	35.48%	37.97%	37.11%	35.9%
Modelos híbridos con experiencias colaborativas online	51.43%	42.58%	59.49%	56.61%	46.79%

Los profesionales de Recursos Humanos coinciden en que el futuro de la formación online debe ser más accesible, interactivo y personalizado. La mejora de las plataformas móviles (60,67 % global) encabeza las prioridades en todos los países, reflejando una clara demanda por entornos formativos más flexibles y adaptados al ritmo del trabajador.

Junto a esto, destacan el interés por experiencias más inmersivas mediante realidad aumentada y virtual, así como por modelos híbridos que integren colaboración online. Aunque en menor medida, también gana fuerza la personalización del contenido y el uso de analítica avanzada, evidenciando un giro hacia formaciones más centradas en el usuario y orientadas a resultados.

Curiosamente, una de las tendencias actuales en e-learning, el contenido hiperpersonalizado, no tiene tanta tracción como otras innovaciones, aunque en la mayoría de países encuestados roza el 40 %.

¿Qué es lo que más valora de la formación online?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Flexibilidad	83.92%	74.84%	91.14%	86.79%	82.69%
Precio	41.08%	42.58%	35.44%	42.77%	43.59%
Contenidos	44.75%	48.39%	44.94%	43.4%	42.31%
Personalización	37.74%	41.94%	40.51%	34.59%	33.97%
Herramientas tecnológicas	53.18%	38.71%	56.96%	58.49%	58.33%

Sin duda, la flexibilidad es el gran argumento a favor de la formación online tanto para empleadores como para empleados. De nuevo, en esta gráfica comprobamos cómo la posibilidad de compatibilizar trabajo y formación es también lo más valorado por los propios profesionales de RR. HH. (83,92 % global).

Dado esto por sentado, vemos cómo las herramientas tecnológicas y los contenidos son otros de los elementos más valorados —aunque en proporciones diferentes entre los países de América Latina y España—.

Sí, cabe resaltar nuevamente que la personalización —dentro de porcentajes elevados, como el 41,94 % de España— es comparativamente menos atractiva para los empleadores. Cabría reflexionar que, tal vez por una menor implementación de esta personalización, los equipos de RR. HH. todavía no lo sitúan como una prioridad en formación online.

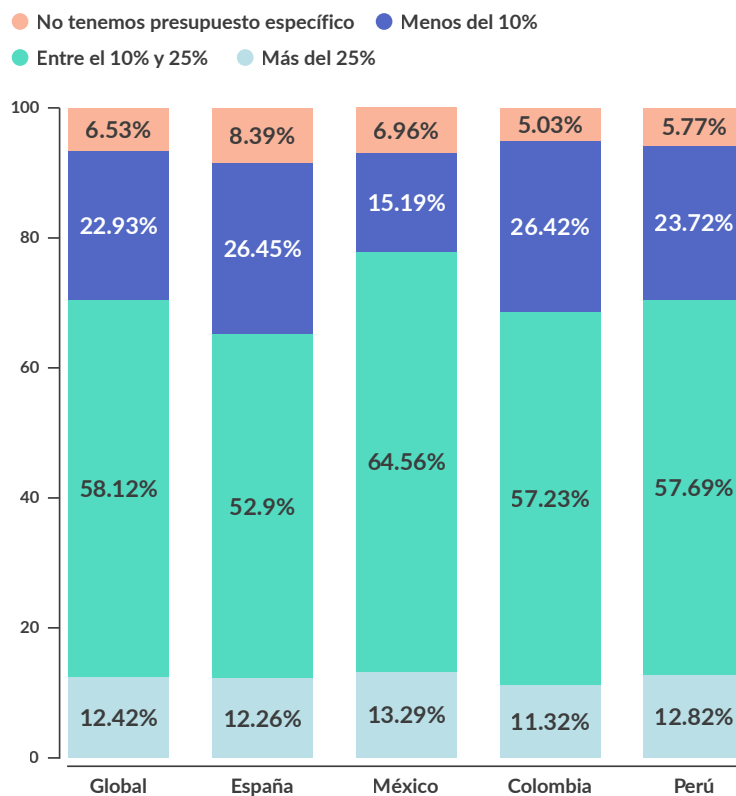
¿Cuáles son las principales motivaciones para que sus empleados participen en formaciones online?

	Global	España	México	Colombia	Perú
Mejora profesional	72.61%	61.29%	81.65%	74.21%	73.08%
Promoción interna	39.65%	50.32%	34.81%	39.62%	33.97%
Adquisición de nuevas habilidades	70.06%	62.58%	73.42%	69.81%	74.36%
Cumplimiento legal o normativa	22.45%	23.87%	18.99%	28.3%	18.59%

Mejora profesional y adquisición de nuevas habilidades —que, naturalmente, deben ir de la mano—, se alcanzan como principales motivaciones para cursar formación online dentro de las empresas, aunque con matices en el caso de España. En este país se nota un reparto más ajustado de prioridades, sumándose a las dos ya vistas la de promoción interna, que alcanza el 50,32 %, muy por encima del resto de países. Al otro lado, México se alza como el país en el que la mejora profesional es la motivación más fuerte para los empleados (81,65 %).

Con respecto a la formación obligatoria, entendemos que más que una motivación, es un requisito legal que no es prioritario, pero sí necesario dentro de las empresas.

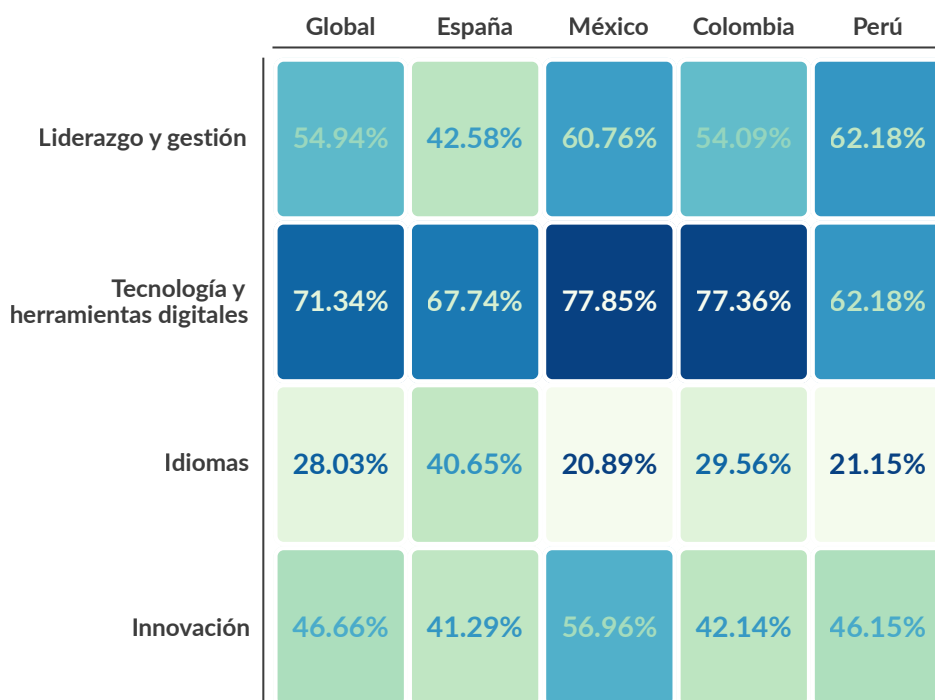
¿Qué porcentaje del presupuesto anual de formación está destinado a programas de upskilling o reskilling?



El patrón que se dibuja es claro: las organizaciones reconocen la importancia de formar a sus equipos para adaptarse a los cambios del entorno, aunque el esfuerzo presupuestario, aunque constante, aún no es masivo. Se trata de una apuesta sostenida, más pragmática que ambiciosa.

De esta forma, la inversión en upskilling y reskilling se sitúa, en la mayoría de los casos, en una franja intermedia: entre el 10 % y el 25 % del presupuesto anual de formación. Esta tendencia se mantiene estable tanto a nivel global como en cada uno de los países analizados, con México destacando ligeramente por encima (64,56 %). Solo una minoría de empresas supera el umbral del 25 %, y menos aún son las que no destinan presupuesto específico.

¿Qué áreas de formación se priorizan en su empresa para el upskilling?



Sin duda, el uso de la tecnología y las herramientas digitales son la principal preocupación para los equipos de Recursos Humanos de las empresas, con una media global del 71,34 %, seguido del liderazgo y gestión de personas, que en la mayoría de países supera el 50 %.

Destaca el bajo peso relativo que obtiene la formación en idiomas, que no supera el 30 % en ninguno de los países de América Latina, una tendencia que se suma a la histórica baja penetración del aprendizaje de idiomas como el inglés en los países hispanohablantes.

España es la nota discordante en esta cuestión, con una respuesta más balanceada entre prioridades y donde precisamente los idiomas superan el 40 % en prioridad para RR. HH..

Notamos que la innovación, aunque baja en comparación con otras áreas, sí está bajo el radar de los responsables de formación de las organizaciones, con un 46,66 % global y con un peso destacable en países como México, que alcanza el 56,96 %

¿Cómo mide su empresa el impacto de la educación continua en el desempeño de los empleados?

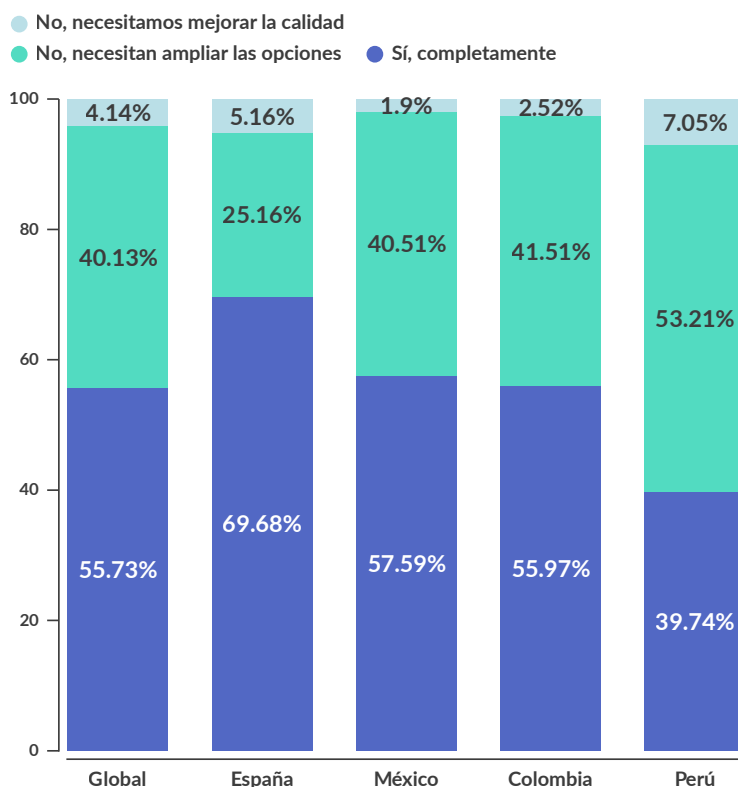
	Global	España	México	Colombia	Perú
Evaluaciones internas	60.51%	47.74%	68.35%	60.38%	65.38%
Feedback de los empleados	38.85%	53.55%	33.54%	25.79%	42.95%
Mejora en resultados	63.06%	50.97%	70.25%	69.18%	61.54%
No lo medimos	3.03%	4.52%	1.27%	4.4%	1.92%

En este apartado, el resultado más relevante es ese 96,97 % global de empresas que, de una u otra forma, miden el impacto de su formación en los empleados. El cómo, sin embargo, ya es diferente y presenta importantes discrepancias entre países y, especialmente, entre regiones.

México (70,25 %) y Colombia (69,18 %) destacan por su marcado enfoque orientado a resultados, siendo los países con mayores porcentajes de medición a través de indicadores de rendimiento y productividad. En ambos casos, la “mejora en resultados” es la métrica más frecuente, acompañada de un uso intensivo de evaluaciones internas, lo que refleja un modelo de seguimiento muy ligado a objetivos cuantitativos y KPIs.

Por otro lado, España se desmarca con un enfoque cualitativo, donde el feedback de empleados es el principal método de medición, incluso por encima de las evaluaciones internas y la mejora en resultados. Esto sugiere que, en el contexto español, las percepciones, la satisfacción y la experiencia de los trabajadores tienen un peso relevante en la valoración del impacto formativo, posiblemente en línea con modelos de gestión más centrados en el bienestar y la cultura organizacional.

¿Considera que los programas de educación continua que ofrecen actualmente son suficientes para cubrir las necesidades de su empresa?



La calidad de los programas de formación continua corporativos está fuera de toda duda para los países encuestados —apenas el 4,14 % asegura que necesitan mejorar la calidad—, lo que en próximas preguntas constaremos con datos específicos.

De hecho, la confianza es tal que un 40,13 % global de encuestados siente que se necesitan ampliar opciones de formación para continuar potenciando esta modalidad formativa dentro de las empresas. Aquí, Perú es el país en el que se tiene una mayor percepción de que estos programas deben potenciarse (53,21 %), en claro contraste con España, donde este porcentaje cae a la mitad (25,16 %)

Es en este país donde hay una mayor sensación de 'satisfacción' hacia el estado actual de los programas de educación continua (69,68 %), muy posiblemente debido a la mayor implementación de estos a nivel nacional.

¿Qué habilidades blandas considera más relevantes en sus empleados?

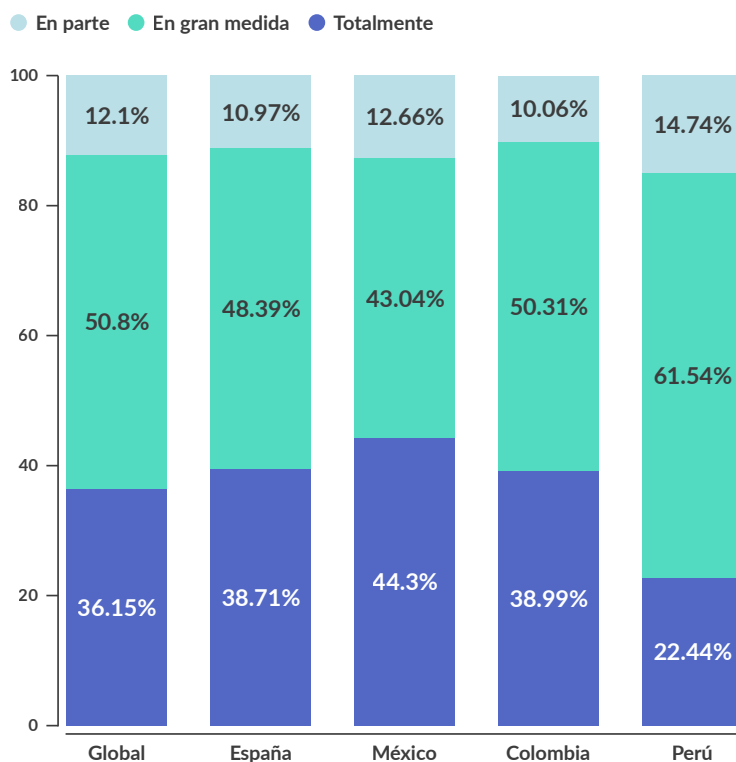
	Global	España	México	Colombia	Perú
Comunicación efectiva	62.26%	50.97%	64.56%	68.55%	64.74%
Trabajo en equipo	77.23%	76.77%	75.32%	76.73%	80.13%
Resolución de problemas	62.26%	56.13%	67.09%	64.15%	61.54%
Adaptabilidad	48.25%	47.1%	52.53%	48.43%	44.87%
Liderazgo	41.24%	24.52%	46.84%	40.88%	52.56%

Nos ha resultado llamativo que, en la era de las automatizaciones y las herramientas de inteligencia artificial, el trabajo en equipo se sitúe como la habilidad blanda más valorada por los responsables de RR. HH., con un 77,23 % global.

En segundo plano, pero con gran relevancia, se encuentran la comunicación efectiva y la resolución de problemas, ambas con el mismo peso a nivel global (62,26 %), aunque con variaciones por país. Colombia y Perú muestran una mayor valoración de la comunicación efectiva, mientras que España y México dan un peso ligeramente superior a la resolución de problemas.

En contraste con el fuerte peso del trabajo en equipo, encontramos el apartado de liderazgo, que apenas supera el 52 % en Perú y que, en países como España, no alcanza el 25 %. Deducimos que, en el contexto español, el liderazgo en el contexto español tiende a asociarse a puestos directivos o de coordinación, no como una competencia transversal que deba desarrollarse en todos los niveles de la plantilla.

¿En qué medida los programas de formación actuales (online o presenciales) ayudan a desarrollar las habilidades clave que busca su empresa?

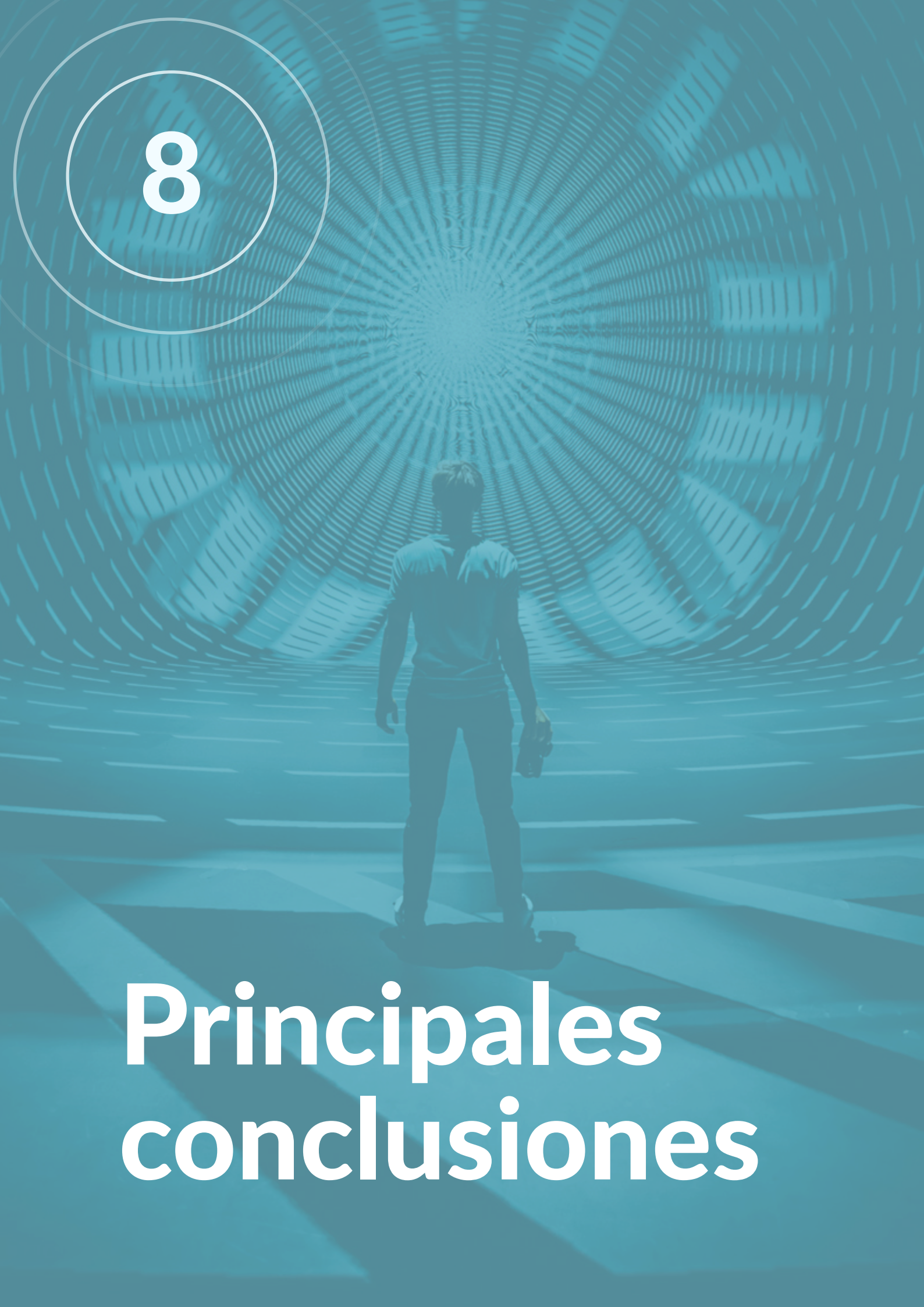


Los datos muestran un alto consenso en todos los países: los programas de formación, ya sean online o presenciales, son percibidos como efectivos para desarrollar las habilidades clave que demandan las empresas. A nivel global, casi 9 de cada 10 profesionales de RR. HH. los consideran efectivos en gran medida o totalmente, lo que refleja una alta confianza en la capacidad formativa actual.

En el detalle por países, México es el único donde la respuesta “totalmente” (44,30 %) supera ligeramente a “en gran medida” (43,04 %), lo que indica una percepción especialmente sólida de la eficacia plena de la formación. En Colombia y España se observa un patrón muy similar al global, con un equilibrio entre ambas categorías y porcentajes moderados de quienes consideran que la contribución es solo parcial.

Perú destaca por un perfil diferente: concentra el porcentaje más alto de respuestas en “en gran medida” (61,54 %) y el más bajo en “totalmente” (22,44 %). Esto podría sugerir que, aunque la formación es vista como útil, existe cierta percepción de que todavía hay margen para alcanzar un impacto pleno en el desarrollo de habilidades.

En conjunto, las cifras confirman que los programas formativos son ampliamente valorados, pero también que la percepción de efectividad plena varía según el contexto nacional. Factores como la calidad y adaptación de los contenidos, la pertinencia de las metodologías o la alineación con las necesidades del mercado pueden influir en que algunos países — como México — presenten mayor confianza total que otros —como Perú—, donde predomina una valoración alta pero no absoluta.



8

Principales conclusiones

Principales conclusiones

8

Situación actual

La formación online se ha consolidado, en los últimos cinco años y tras la pandemia de COVID—19, como un pilar estructural del sistema formativo en España y América Latina. La evidencia empírica del estudio muestra que casi todas las instituciones ampliaron su oferta digital y continuarán haciéndolo en los próximos años, aunque la velocidad de esta adaptación depende, en buena medida, del tipo de institución; al mismo tiempo, las empresas reconocen la importancia y el valor de la educación online. Este crecimiento se ha consolidado también gracias al cambio de percepción sobre la formación online de estudiantes y empleadores, que ahora recomiendan en gran medida e implementan —estos últimos—, programas de formación en los que cada vez tiene más presencia lo online. Donde todavía hay reservas es en la autenticidad de la evaluación, la transferencia práctica, el reconocimiento de credenciales y el compromiso del alumnado.

El formato híbrido es el líder indiscutible entre los tres grupos de encuestados, un estándar que combina flexibilidad, escalabilidad y presencia humana en tiempo real y que aborda algunos de los principales desafíos de la formación online, como la retención del estudiante. Este predominio no es coyuntural: el híbrido responde a una doble necesidad. Por un lado, amplía el acceso y la flexibilidad del online; por otro, preserva la interacción humana, la práctica situada y la confianza asociada a la presencialidad. Así, se convierte en el punto de encuentro entre escalabilidad y calidad percibida. Desde la óptica de empleabilidad, el híbrido aporta legitimidad adicional a las credenciales digitales, al enraizarlas en contextos de trabajo reales.

La percepción sobre la educación online ha evolucionado radicalmente: a nivel global, el 85,2 % de las instituciones educativas considera que ofrece una calidad similar a la presencial. Es una percepción compartida con las empresas, donde más del 87 % reconoce sus títulos como válidos, total o parcialmente. En conjunto, la validez del e-learning ya no se cuestiona, sino que se encuentra en fase de consolidación definitiva.

Empleabilidad

El empleo es el gran vector de valor y el impacto ya es medible. Más de la mitad del alumnado declara efectos positivos en su carrera (promoción, cambio de empleo o incremento salarial), con ventanas de impacto cortas (3-6 meses) y mejoras salariales concentradas entre el 5 % y el 15 %. La formación online no solo “prepara”: está actuando como palanca real de movilidad profesional y mejora de rentas. Sin duda, las motivaciones laborales pesan con fuerza en la elección de la formación online: el 73 % de los encuestados la ve como vía para mejorar habilidades en el puesto actual, es decir, formación directamente aplicable a su trabajo

América Latina muestra mayor “retorno percibido” que España, pero parte de infraestructuras menos homogéneas. En América Latina la confianza del estudiante y del empleador en el valor profesional del online es muy alta y se traduce en más cambios de sector y promociones. España está más madura tecnológicamente y metodológicamente, pero exhibe una percepción comparativamente más crítica sobre el impacto directo en la empleabilidad. Convivimos, por tanto, con dos velocidades: (a) ecosistemas muy confiados en el resultado pero con brechas de acceso, y (b) ecosistemas maduros donde el reto es demostrar diferenciación e impacto incremental.

La formación online se confirma como una inversión rentable, ya que en todos los países más del 75 % de los estudiantes reporta aumentos salariales, sobre todo en la franja del 5-15 %.

La visión corporativa

La formación online ha ganado un protagonismo notorio dentro de las estrategias de formación de las empresas que, en su gran mayoría han implementado este tipo de formaciones —83,92 %— y cuentan con ella como un complemento a la tradicional formación presencial; esto ayuda a apuntalar el modelo híbrido, dado que la mitad

de los responsables de RR. HH. coinciden en que la formación online, por sí sola, no prepara suficientemente a sus empleados. Sin embargo, para el propio profesional, el formato online es el elegido, principalmente por su flexibilidad y capacidad de conciliación.

Aunque la formación online está muy extendida en las empresas, su alcance es todavía limitado, ya que apenas un 26 % de estas forma a más de la mitad de sus empleados de esta manera, mientras que la restante mayoría no supera ese umbral. Esto contrasta con la percepción de la práctica totalidad de encuestados —97 %—, que asegura que la formación continua para sus empleados es importante o muy importante y, sin embargo, hasta un 44,4 % de los empleados afirma no haber recibido ningún apoyo para formarse. Las empresas continúan experimentando sobre los modelos educativos que quieren implementar y en los que lo online continuará ganando cuotas de autoridad en el futuro.

El tamaño de la empresa condiciona la estrategia formativa. Las más pequeñas (<50 empleados) reparten su oferta entre lo híbrido (50 %) y lo presencial (40,4 %), siendo además las que más usan formación 100 % online (9,6 %). En los tramos intermedios (50 a 1.000 empleados) domina el híbrido (61,4 %). Las grandes corporaciones (>1.000 empleados), aunque apenas recurren al formato puramente online (1,5 %), son las que más han desplegado programas internos (92,3 %) y concentran el mayor uso intensivo entre empleados (26,2 % forma online a la mitad o más de su plantilla). En contraste, un 20,7 % de las pequeñas aún no ha implementado formación online, aunque se lo plantea.

La visión académica

La pandemia actuó como un catalizador decisivo para la expansión de la educación online: de media, un 93,8 % de las instituciones aumentó su oferta digital, ya fuera de manera significativa o limitada. Aunque las diferencias entre países son menores, Colombia sobresale con un 66,0 % de instituciones que declararon un crecimiento fuerte, por encima de México (58,6 %), Perú (57,2 %) y España (54,9 %), donde el desarrollo fue más moderado debido a que ya existía una mayor normalización de la modalidad online. En conjunto, la experiencia dejó claro que el futuro educativo pasa por modelos híbridos y flexibles, capaces de responder tanto a la demanda coyuntural como a una transformación estructural del sector.

Cuanto mayor es la exigencia académica de un programa, menor ha sido su trasvase al entorno online, con los cursos como formato más natural para digitalizarse y los doctorados como los más rezagados. La oferta académica posterior a la pandemia confirma esta tendencia al orientarse hacia programas de corta y mediana duración, con los Cursos Online como formato predominante en todos los países, complementados por Cursos de Especialización y Diplomados que refuerzan la actualización de competencias y la formación continua. Sin embargo, el fuerte crecimiento de las licenciaturas rompe este patrón: pese a su complejidad, su expansión online en países como México, Colombia, Perú y también España muestra que las instituciones no solo reaccionaron a la coyuntura pandémica, sino que avanzan estratégicamente hacia la consolidación de la educación universitaria online como un canal sostenible y estructural dentro del sistema académico.

Los principales cambios metodológicos impulsados por la pandemia se centraron en la adopción de herramientas interactivas y el desarrollo de sesiones en vivo. En esta línea, la capacitación docente en e-learning se perfila como un factor decisivo para la efectividad de los sistemas síncronos: a nivel global, un 52 % del profesorado declara contar con una preparación alta y apenas un 10,6 % alcanza el máximo nivel, lo que evidencia avances notables pero también un amplio margen de mejora. En términos de percepción, la mayoría de los docentes valora positivamente el uso de herramientas digitales en la enseñanza online (83,2 %), aunque persisten resistencias en todos los contextos.

La visión del estudiante

La flexibilidad se erige como el principal beneficio percibido por el estudiante, una verdadera palanca de decisión para el 80 % de los encuestados, que buscan compatibilizar vida personal y trabajo, con la mejora de sus competencias. De la misma forma, la mejora del perfil profesional es otra de las claves (60 %) para escoger la formación online, lo que vincula este tipo de formación con una percepción de utilidad.

La formación online se ha diversificado con el avance digital, poniendo énfasis no solo en el contenido, sino en cómo se consume. Lo síncrono sigue siendo clave: las clases en vivo son el formato favorito para un 39,3 % de los estudiantes, lo que refuerza el auge del modelo híbrido al aportar interacción en tiempo real. Sin embargo, en España este formato pierde protagonismo (25,5 %) frente a vídeos grabados y materiales descargables, reflejo de un sector más maduro. En general,

los materiales asíncronos mantienen un peso relevante y equilibrado entre países, mientras que podcasts y audioclases apenas tienen presencia, quizás por su asociación al ocio más que al aprendizaje.

Los estudiantes muestran una clara preferencia por formaciones cortas y prácticas, destacando los cursos online (51,9 %), cursos de especialización (31,5 %) y certificaciones profesionales (25,0 %). Los diplomados, especialmente relevantes en América Latina, también reúnen una participación significativa. En contraste, la formación avanzada (grado, máster y doctorado) suma un 18,5 %, mientras que formatos como bootcamps o MOOCs quedan en niveles marginales.

Los principales desafíos

El mayor reto que las instituciones y empresas enfrentan en la formación online es mantener la atención y motivación del estudiante (50 % y 44 % respectivamente), en un entorno donde la pantalla puede convertirse en una barrera. A esta dificultad se suma la falta de interacción humana, mientras que las brechas digitales aparecen como una preocupación menor (18 %). En definitiva, lo más complejo de trasladar al entorno virtual no es la tecnología, sino los intangibles de la experiencia educativa: motivar, interactuar y generar vínculos más allá del contenido escrito. Para afrontarlo, las estrategias más efectivas apuntan a humanizar lo digital, con un claro protagonismo de las tutorías personalizadas (63,6 %) y los foros interactivos (55,5 %), muy por encima de recursos como la gamificación o la simple mejora de contenidos. En esta línea, las instituciones también miran a las sesiones en vivo (60,9 %) como una de las mejores maneras de retener la atención y el interés del estudiante, remachando la importancia de lo híbrido dentro de la formación online.

Aunque casi la mitad de los estudiantes encuestados (45 %) declara no tener dudas sobre la formación online, persisten percepciones críticas que no deben ser ignoradas. Un 15 % prefiere la presencialidad por la interacción humana, un 10 % cuestiona la autenticidad de las evaluaciones y un 8 % la validez de algunos títulos.

La inversión en tecnología continúa siendo la principal preocupación de las instituciones a nivel global (69,8 %), aunque con notables diferencias regionales: en España, donde el alto nivel de digitalización reduce la presión sobre la infraestructura, solo un 20,5 % lo señala como reto, frente a Latinoamérica, donde hasta un 40 % de las instituciones aún reporta problemas de acceso a suministros básicos como internet. Esto configura un escenario a dos velocidades: en los

países más avanzados el foco se desplaza hacia contenidos interactivos (64,9 %) y acompañamiento personalizado (58,9 %), mientras que en otros contextos todavía prima garantizar la infraestructura mínima. En paralelo, los principales desafíos reflejan la tensión entre lo humano y lo tecnológico: globalmente, la resistencia de los docentes al cambio (45,8 %) se sitúa apenas por encima de la falta de infraestructura (40 %), lo que evidencia que motivar y empoderar al profesorado es visto como el gran reto, mientras que la resistencia de los estudiantes (29,2 %) queda en un plano secundario.

Implicaciones estratégicas

A) Para instituciones educativas

- Diferenciarse por evidencia de empleabilidad, no por catálogo: portafolios verificables, prácticas con empresas, simuladores y casos contextualizados por país/sector.
- Acreditación y transparencia de credenciales: “qué sabe hacer el egresado” y cómo se verificó.
- Hiper-personalización pragmática: itinerarios modulares escalables en los que se va de menos a más: (microcredenciales → certificaciones → máster), adaptativos por nivel inicial y objetivos laborales.
- Diseños que desarrollen soft skills de forma observable: trabajo en equipo evaluado, presentaciones grabadas, negociación en role-play, peer feedback estructurado.
- Tutorización basada en datos: analítica para identificar riesgo de abandono y activar intervenciones humanas (coaches, mentores, comunidades) en el momento oportuno.

I B) Para empresas (RR. HH. y negocio)

- Integrar el aprendizaje en el trabajo: tiempo protegido, objetivos de equipo ligados a upskilling y evaluación de desempeño que reconozca credenciales válidas.
- Orquestar rutas “skills-to-role”: mapear brechas por familia de puestos, prescribir itinerarios validados y medir resultados (productividad, calidad...).
- Patrocinios inteligentes: cofinanciar programas con retorno esperado y exigir evidencia de transferencia (proyectos aplicados al negocio).
- Política de reconocimiento: aceptar microcredenciales y certificados reputados, con equivalencias internas (puertas de entrada a roles, bandas salariales).
- Inclusión en LATAM: abordar barreras de acceso (dispositivos, conectividad) y competencias digitales básicas como coste de hacer negocios, no como “beneficio”.

Principales conclusiones por país

España

1. España presenta un ecosistema maduro de educación online: alto grado de digitalización en empresas y academia, estudiantes con mayor experiencia acumulada en e-learning y una percepción más exigente hacia su impacto en la empleabilidad. La pandemia actuó como catalizador, pero a diferencia de los países latinoamericanos, España ya partía de una base sólida, lo que explica que su evolución sea más moderada y sus valoraciones más críticas.
2. El alumnado español valora la flexibilidad como principal ventaja (75,5 %) y ve la formación online como útil para mejorar el perfil profesional (57,3 %). Sin embargo, muestra más escepticismo que otros países: un 27,1 % no recomendaría la formación online de manera clara, frente a porcentajes mucho menores en Latinoamérica.
3. Los resultados en empleo son tangibles: un 16,4 % consiguió un nuevo trabajo y un 27,7 % una promoción tras su formación online. Esto significa que cerca de la mitad de los estudiantes percibe impacto laboral, pero otro 53 % aún no ve resultados directos.
4. El principal reto estudiantil está en la motivación y la percepción empresarial. Muchos creen que las compañías en España siguen valorando más la experiencia previa que los cursos online, lo que limita la confianza plena en la formación como palanca de empleabilidad.
5. Las empresas españolas muestran una confianza creciente: un 40 % valora “muy importante” que un candidato tenga formación online y un 49,7 % lo considera “algo importante”. Aun así, persiste un 20 % con preferencia clara por la formación presencial.
6. El 45,8 % de los profesionales de RR. HH. cree que la formación online prepara totalmente para los desafíos del mercado laboral, mientras que un 48,4 % la ve solo como complemento. Las competencias más reconocidas son técnicas (54,8 %) e innovación (47,7 %), lo que apunta a un valor claro en áreas digitales, aunque aún con cautela respecto a habilidades blandas.

7. El gran reto corporativo es aumentar el enfoque en habilidades prácticas (52,9 %) y la personalización de contenidos (49,7 %). España lidera en formación híbrida (58,7 %) y en implementación de programas internos online (87,1 %), pero todavía forma online a menos de la mitad de su plantilla en la mayoría de las empresas.
8. Las instituciones españolas muestran una percepción positiva hacia el e-learning, aunque más crítica que en otros países. Un 54,9 % reportó un crecimiento significativo de su oferta online tras la pandemia, menor que en Latinoamérica, lo que refleja que ya partían de una base más alta.
9. La academia identifica como clave alinear contenidos con el mercado laboral. Tras la pandemia, la apuesta estratégica se ha orientado al postgrado y a la especialización, con un refuerzo de programas prácticos y certificaciones que impacten en la empleabilidad profesional.
10. Las universidades y centros españoles enfrentan dos grandes barreras: la resistencia docente (17 % poco o nada receptivos) y la necesidad de metodologías más interactivas. Aunque destacan en el uso de herramientas y en oferta híbrida, aún existe una brecha en el entusiasmo del profesorado y en el reconocimiento pleno de la equivalencia entre online y presencial.

México

1. México combina un alto nivel de adopción del e-learning en empresas (83,5 % con programas online) y una valoración positiva de estudiantes y RR. HH., pero con un peso todavía muy fuerte de la presencialidad (39,9 % de empresas). Este escenario mixto refleja un país en plena transición hacia modelos digitales, donde la demanda de actualización tecnológica convive con la preferencia por entornos presenciales.
2. El alumnado mexicano ve el online como un recurso clave de flexibilidad (82,7 %) y crecimiento profesional (60,7 %). Destaca la alta confianza: el 86,8 % recomienda la formación online como vía para mejorar la empleabilidad, el porcentaje más alto entre los países analizados.
3. El impacto es contundente: más de la mitad de los estudiantes (54,7 %) logró un empleo o promoción tras su formación online, muy por encima de España (44 %). Los cursos online (52,3 %) y certificaciones profesionales (31,0 %) son las credenciales con mayor efecto en la carrera.
4. El gran reto para México está en la diversidad de resultados laborales: un 27,1 % de estudiantes sigue buscando empleo tras formarse online y un 14,9 % no ha visto cambios, lo que muestra que el potencial del e-learning no siempre se traduce en oportunidades inmediatas.
5. El 88,6 % de los responsables de RR. HH. mexicanos considera importantes las credenciales online en procesos de contratación y un 91,1 % cree que preparan adecuadamente para el mercado laboral. La percepción de legitimidad es elevada: un 46,2 % equipara ya los títulos online a los presenciales.
6. Las empresas mexicanas destacan al online como vía eficaz para competencias técnicas (63,9 %), innovación (64,6 %) y resolución de problemas (58,9 %). Esto confirma la alineación entre necesidades corporativas y el tipo de habilidades que provee el e-learning.
7. El 71,5 % de empresas reclama un mayor énfasis en habilidades prácticas, mientras que el 46,2 % pide mejoras en interactividad y engagement para asegurar la aplicación real del aprendizaje. Aunque se avanza en programas internos online (83,5 %), todavía predominan acciones focalizadas en áreas específicas.

8. Las instituciones mexicanas fueron de las más impactadas por la pandemia: un 58,6 % reportó un crecimiento “significativo” de su oferta online, cifra superior a España (54,9 %). Este salto refleja un cambio estructural más que coyuntural, con universidades privadas y técnicas como motor de transformación.
9. El refuerzo institucional se centra en programas prácticos y aplicados, como cursos, especializaciones y certificaciones, alineados con demandas de mercado. México también avanza en grados y másteres online, lo que muestra una estrategia más profunda hacia credenciales de alta empleabilidad.
10. Aunque la digitalización avanza, persisten dos grandes retos: la preparación docente (solo un 56,7 % con nivel alto) y la necesidad de metodologías interactivas que mantengan motivación y participación estudiantil. A diferencia de España, la resistencia del profesorado es menor, pero el desafío está en consolidar calidad y la interacción.

Colombia

1. Colombia muestra un ecosistema en plena expansión: la pandemia fue un fuerte catalizador (66,0 % de instituciones reportaron un crecimiento “significativo” en su oferta online, el dato más alto entre los países analizados). Aunque la digitalización todavía enfrenta barreras de infraestructura, el país destaca por un fuerte reconocimiento empresarial de la formación online y una elevada percepción de impacto laboral entre los estudiantes.
2. El alumnado colombiano confía de manera clara en el online: el 87,6 % lo recomendaría como vía para mejorar la empleabilidad. La motivación principal es la flexibilidad (81,7 %), pero también gana peso el objetivo de mejorar el perfil profesional (63,8 %).
3. Más de la mitad de los estudiantes (56,6 %) consiguió empleo o promoción tras formarse online, el dato más alto de la región. Los cursos online (56,6 %) y certificaciones (23,2 %) son los que más incidencia tuvieron en logros profesionales.
4. El reto está en la calidad y profundidad del aprendizaje: aunque el 66,7 % de quienes encontraron empleo lo consideró “muy relevante” para el puesto conseguido, un 25,3 % aún no ha visto cambios laborales y persisten dudas sobre si la formación online garantiza práctica suficiente.
5. Las compañías en Colombia valoran fuertemente el e-learning: un 50,9 % lo considera “muy importante” en contratación, el porcentaje más alto de los cuatro países, y un 56,6 % ya reconoce los títulos online como plenamente equivalentes.
6. El 94,3 % de las empresas considera que la formación online prepara adecuadamente para el mercado laboral (46 % totalmente y 48 % como complemento). Destacan competencias en innovación (64,2 %), técnicas (61,0 %) y resolución de problemas (49,1 %).
7. Los principales retos corporativos son aumentar la practicidad (64,1 % pide más habilidades aplicables), mejorar la personalización de contenidos (39,6 %) y fortalecer el desarrollo de soft skills (39,6 %). Aunque el 81,8 % de empresas ya implementa programas online, todavía predomina el híbrido como modelo central.

8. Las instituciones colombianas fueron las que más crecieron tras la pandemia: un 66,0 % amplió significativamente su oferta online. La receptividad docente también es alta: un 88,9 % se declara muy o algo receptivo al uso de herramientas digitales.
9. Las universidades y centros de formación se orientan a reforzar contenidos prácticos e interactivos (60,8 %), junto con acompañamiento personalizado (52,3 %). El objetivo es claro: garantizar que la formación online tenga un efecto directo en la inserción laboral.
10. Colombia enfrenta más que otros países limitaciones de infraestructura y conexión: un 32,0 % de las instituciones reconoce que las barreras económicas de los estudiantes afectan “mucho” al acceso online. Además, persiste la percepción social de que lo presencial tiene mayor calidad, lo que obliga a redoblar esfuerzos en legitimidad y confianza.

Perú

1. Perú parte de un nivel de digitalización más limitado: un 44,9 % de las empresas aún destina presupuestos reducidos (<10.000 €) a formación y solo un 1,9 % apuesta por modelos 100 % online como predominantes. Sin embargo, la pandemia actuó como un acelerador: el 57,2 % de instituciones académicas reportó un crecimiento significativo de su oferta online, lo que ha reducido brechas y abierto oportunidades de empleabilidad, aunque con fuertes tensiones en acceso y equidad.
2. La flexibilidad horaria es la motivación principal (78,5 %), seguida de la mejora del perfil profesional (58,6 %) y el interés personal (44,2 %). El alumnado peruano muestra una confianza elevada en el online: el 87,3 % lo recomendaría para mejorar la empleabilidad, en línea con Colombia y México.
3. El 60,3 % de los estudiantes consiguió empleo o promoción tras su formación online, el dato más alto de los cuatro países analizados. Destacan los cursos de especialización y las certificaciones profesionales como los formatos con mayor impacto laboral.
4. El reto es la persistente brecha digital: aunque el 97 % tiene internet, un 14 % carece de suministro eléctrico estable y un 10 % no dispone de dispositivos adecuados. Además, un 25,7 % de estudiantes sigue sin lograr mejoras laborales pese a su formación, lo que genera frustración en un contexto de alta expectativa de empleabilidad.
5. El 88 % de las compañías reconoce la importancia de la formación online en la contratación, aunque solo un 38 % de responsables cree que los títulos online tienen la misma validez que los presenciales. La confianza empresarial crece, pero aún con reservas.
6. Un 93 % de las empresas cree que la formación online prepara para el mercado laboral, aunque el 50 % la entiende más como complemento. Valoran especialmente competencias técnicas (62 %) y habilidades de innovación (57,7 %).
7. El gran reto corporativo está en la falta de recursos: Perú presenta el mayor peso de empresas con bajo presupuesto y el menor uso de formación online intensiva en empleados. A ello se suma la demanda de mayor interactividad (46,7 %) y de un mejor desarrollo de habilidades blandas (45,6 %).

8. Las instituciones peruanas han avanzado rápido en digitalización, pero con un 71 % aún “en proceso” y solo un 15,8 % completamente digitalizadas. La resistencia docente es elevada (51,3 %), lo que convierte el factor humano en el principal freno a la consolidación del e-learning.
9. El esfuerzo académico se concentra en capacitación docente en tecnologías (67,1 %) y en metodologías innovadoras como gamificación o simulaciones (44,7 %). El objetivo es mejorar la preparación práctica del alumnado y su inserción en un mercado laboral cambiante.
10. El reto mayor es superar las barreras estructurales: un 27 % de instituciones admite que las condiciones económicas de los estudiantes afectan mucho al acceso online y un 36,8 % reporta baja interacción en entornos virtuales. Esto evidencia que, más allá de la oferta académica, la brecha socioeconómica sigue siendo el obstáculo decisivo.

A woman with blonde hair, wearing a dark sweater and jeans, stands in profile facing a large screen. She is gesturing with her hands as if presenting. In the foreground, the back of a person's head and shoulders are visible, looking towards the screen. The screen displays a business diagram with nodes labeled 'Production', 'Technology', 'Service', and 'Profit' connected by lines. The word 'GLOBAL' is partially visible at the top of the screen. The entire image has a blue tint.

9

Visión comparativa

Visión comparativa

9

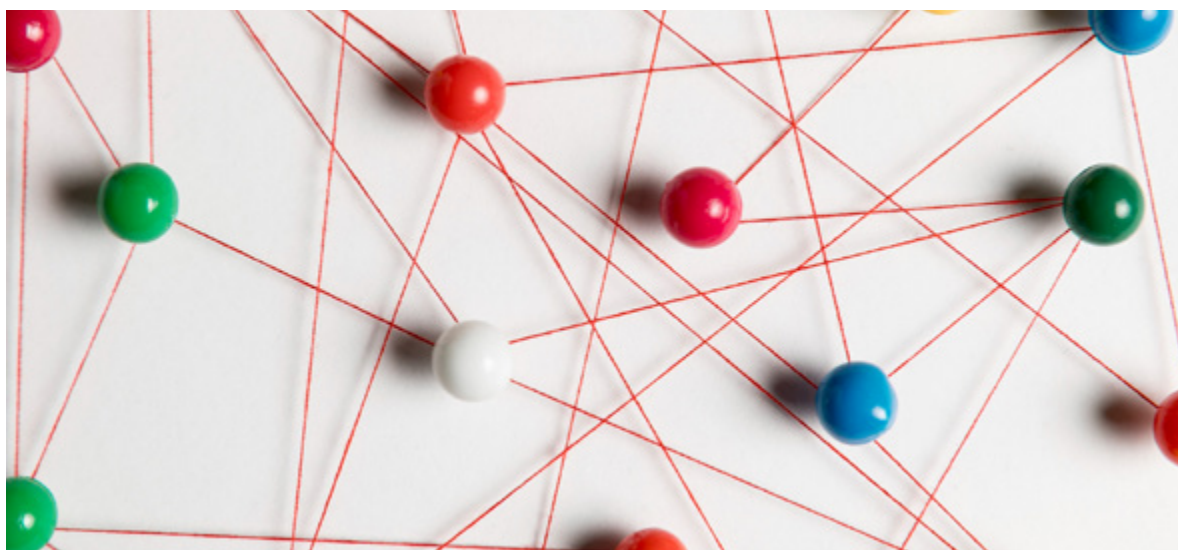
Síntesis y contexto

España: Ecosistema maduro, alto nivel de digitalización y experiencia acumulada; percepciones más críticas y exigentes.

México: Escenario en transición, fuerte peso de lo presencial, pero alto reconocimiento y confianza en el e-learning.

Colombia: País en plena expansión digital, pandemia como catalizador; fuerte aceptación social y empresarial de la formación online.

Perú: Avances rápidos pero desiguales; la brecha digital y económica es el gran obstáculo pese al crecimiento académico.



Estudiantes

Percepción

España: Valoran flexibilidad (75,5 %), pero muestran mayor escepticismo (27 % no recomendaría con claridad).

México: Alta confianza (86,8 % recomendaría), motivados por flexibilidad (82,7 %) y perfil profesional.

Colombia: Confianza muy alta (87,6 % recomendaría), flexibilidad (81,7 %) y mejora profesional (63,8 %).

Perú: Confianza elevada (87,3 % recomendaría), motivación por flexibilidad (78,5 %) y perfil profesional (58,6 %).

Empleabilidad

España: 44 % logró empleo o promoción; impacto real pero moderado.

México: 54,7 % consiguió empleo o promoción; cursos y certificaciones destacan.

Colombia: 56,6 % consiguió empleo o promoción; mejor dato regional.

Perú: 60,3 % consiguió empleo o promoción; el porcentaje más alto de todos.

Desafíos

España: Credibilidad empresarial limitada; percepción de que pesa más la experiencia laboral que los cursos online.

México: Un 27 % sigue buscando empleo tras formarse; diversidad en resultados.

Colombia: Dudas sobre la profundidad del aprendizaje; 25 % no ha visto cambios laborales.

Perú: Brecha digital y socioeconómica fuerte; 25 % no logra mejoras laborales.

Empresas

Percepción

España: 89,7 % valora formación online en contratación, aunque 20 % aún prefiere presencial.

México: 88,6 % lo considera importante; 46 % equipara títulos online a presenciales.

Colombia: 90,6 % lo considera importante; 56,6 % equipara títulos online a presenciales (máximo).

Perú: 88 % reconoce su importancia, pero solo 38 % cree que los títulos son equivalentes.

Empleabilidad

España: 94,2 % cree que prepara; énfasis en técnicas (54,8 %) e innovación (47,7 %).

México: 91,1 % cree que prepara; destacan innovación (64,6 %) y técnicas (63,9 %).

Colombia: 94,3 % cree que prepara; innovación (64,2 %) y técnicas (61 %).

Perú: 93 % cree que prepara; técnicas (62 %) e innovación (57,7 %).

Desafíos

España: Piden más practicidad (52,9 %) y personalización (49,7 %); la mayoría forma online a <50 % de la plantilla.

México: Retos en practicidad (71,5 %) e interactividad (46,2 %); programas online aún focalizados.

Colombia: Piden practicidad (64,1 %) y mejor personalización (39,6 %); híbrido sigue siendo la norma.

Perú: Limitaciones de presupuesto y recursos; mayor necesidad de interactividad (46,7 %) y desarrollo de soft skills (45,6 %).

Academia

Percepción

España: 54,9 % creció significativamente tras la pandemia; percepción positiva, pero más crítica.

México: 58,6 % creció significativamente; fuerte salto estructural.

Colombia: 66 % creció significativamente; el mayor impulso regional.

Perú: 57,2 % creció significativamente; avances rápidos pero desiguales.

Empleabilidad

España: Foco en postgrados y especializaciones; alineación con demandas de mercado.

México: Apuesta por programas prácticos y aplicados; también grados y másteres.

Colombia: Refuerzo de contenidos prácticos y acompañamiento personalizado.

Perú: Énfasis en capacitación docente y metodologías innovadoras (gamificación, simulaciones).

Desafíos

España: Resistencia docente (20 % poco receptivos), el más alto entre países.

México: Calidad y engagement en metodologías interactivas; preparación docente intermedia (56,7 %).

Colombia: Brecha de infraestructura (32 % reconoce impacto fuerte); percepción social de menor calidad online.

Perú: Brecha socioeconómica decisiva; 27 % reconoce que afecta mucho al acceso online.



10

Sobre EDUCA EDTECH Group

Sobre EDUCA EDTECH Group

10

Mirando hacia el futuro

En qué creemos

Entendemos la educación como un aprendizaje significativo, personalizado y aplicable a la vida real. Ayudamos a **adquirir conocimientos de forma flexible**, práctica, con el apoyo de profesorado especializado y en un **entorno digital** que se sirve de las últimas tecnologías y de la inteligencia artificial.

Cómo lo hacemos

Democratizamos el acceso a la educación para llevarla **a todos los rincones del mundo** y conseguir paliar las desigualdades con el objetivo de que cada estudiante alcance sus metas profesionales. Ofrecer **facilidades y ayudas** para que el alumnado pueda tener acceso a una formación de calidad que le permita acceder a nuevas oportunidades.



Una misma manera de entender la educación

EDUCA EDTECH Group lidera la revolución digital en la educación, impulsando el **aprendizaje continuo y la transformación tecnológica**. Compuesto por reconocidas y experimentadas instituciones de formación, su misión es **democratizar el acceso a la educación**, fomentar la transferencia de conocimiento, el desarrollo tecnológico y la investigación.

Por eso, creamos **nuestros propios contenidos**, orientados a la formación online de **estudiantes, instituciones y empresas**, facilitando una gran variedad de recursos, incluyendo **vídeos, audios, ejercicios, foros de discusión y tutores en línea**.

Además, con la experiencia obtenida a lo largo de los años hemos perfeccionado nuestra plataforma de aprendizaje “**EDUCA LXP -Learning Experience Platform-**”, la base para crear **nuestra propia metodología educativa**, que ofrece a los estudiantes una experiencia de formación online significativa y práctica, y nuestra **herramienta educativa respaldada por inteligencia artificial** que actúa como un tutor personal disponible las 24 horas del día.

Creemos que **todos merecen tener acceso a una educación de calidad**, sin importar su ubicación o situación.

Dónde estamos

GRANADA

MADRID

SALAMANCA

AMSTERDAM

MÉXICO

MIAMI

COLOMBIA



Edificio EDUCA EDTECH



Equipo humano

EDUCA EDTECH Group está integrado por un **equipo de profesionales** apasionados de la educación y vinculados al mundo de la docencia. Desde las distintas sedes operan **cerca de 800 trabajadores especializados** en múltiples áreas para garantizar el flujo de los procesos y el correcto desarrollo de las acciones.



El grupo cuenta, además, con un comité de dirección que actúa como motor para el **impulso y crecimiento** de todos los agentes implicados. Con este fin, se apuesta por una **cultura empresarial sólida** que centra sus esfuerzos en la **innovación tecnológica** y en la **investigación**.



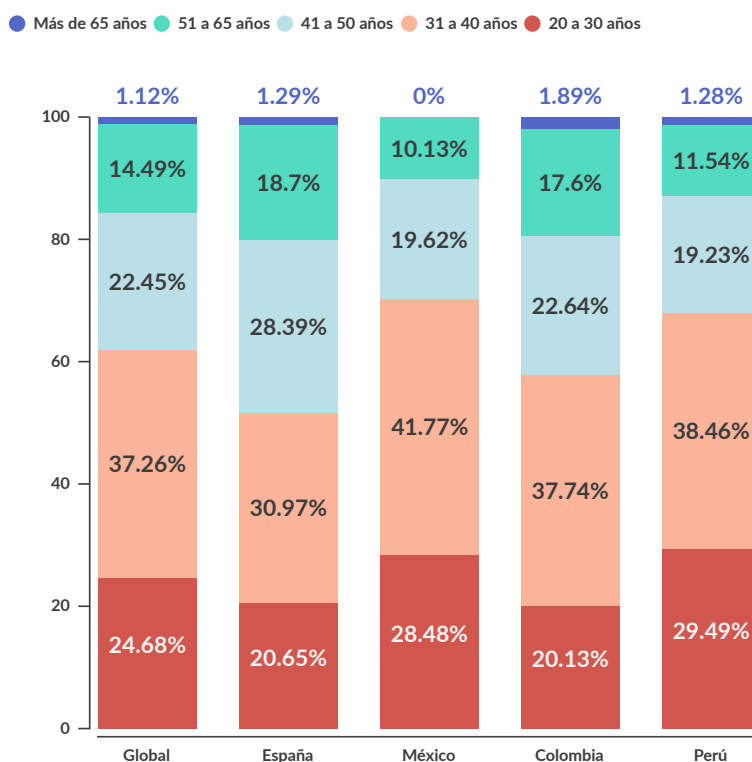
11

Anexos

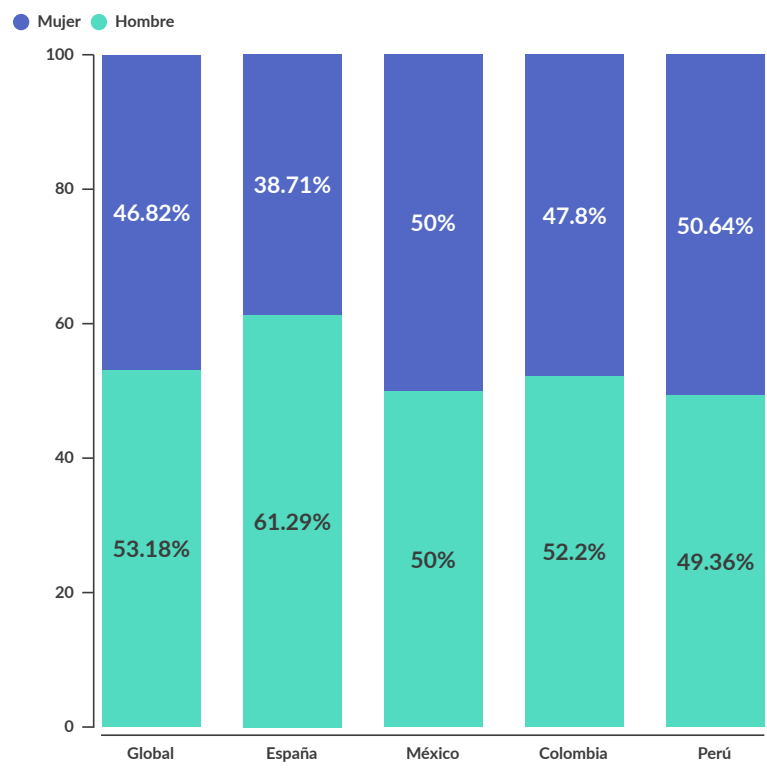
Recursos Humanos

Perfil sociodemográfico

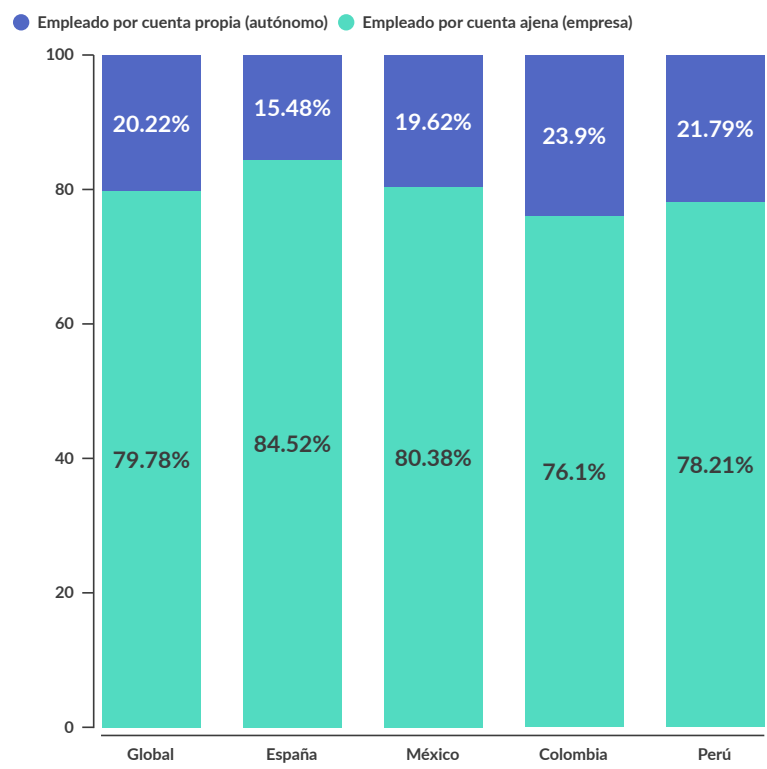
Edad



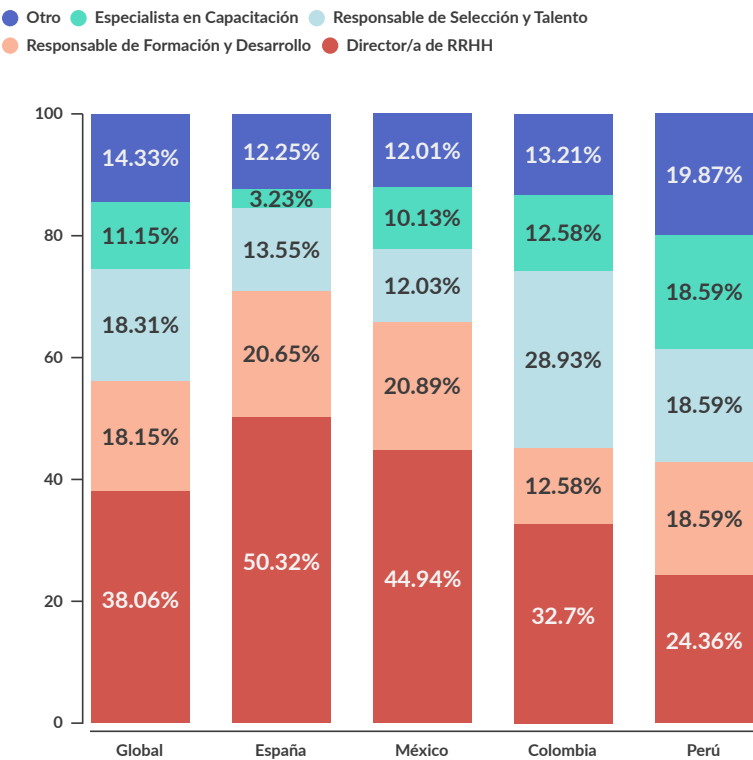
Género



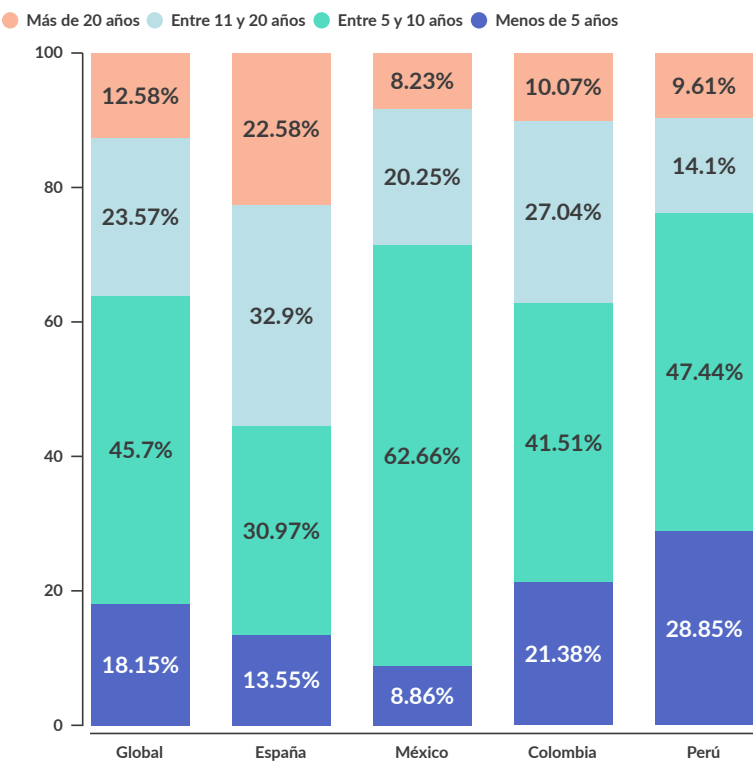
Situación laboral actual



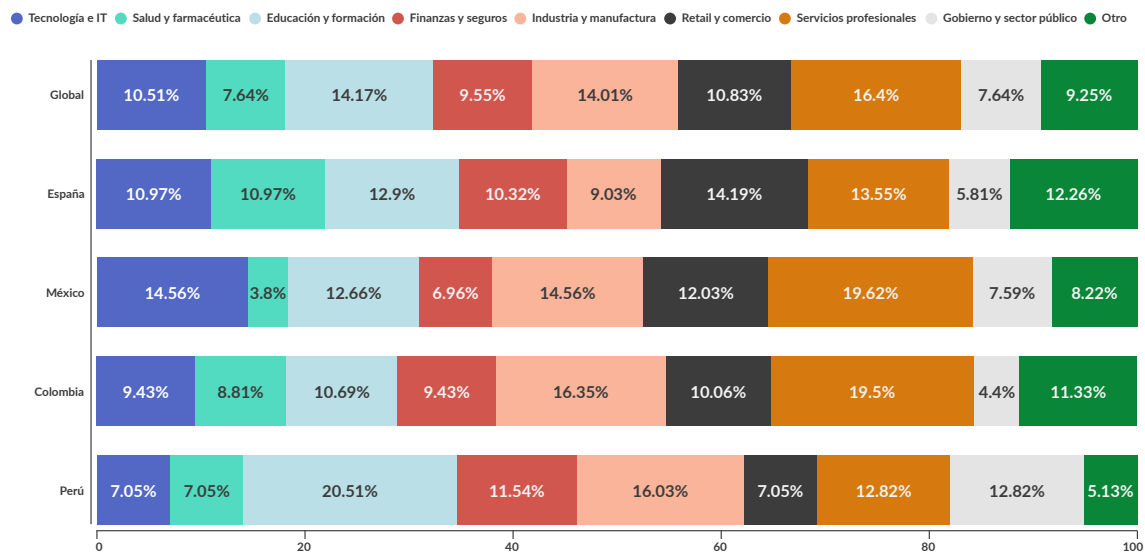
Puesto de trabajo



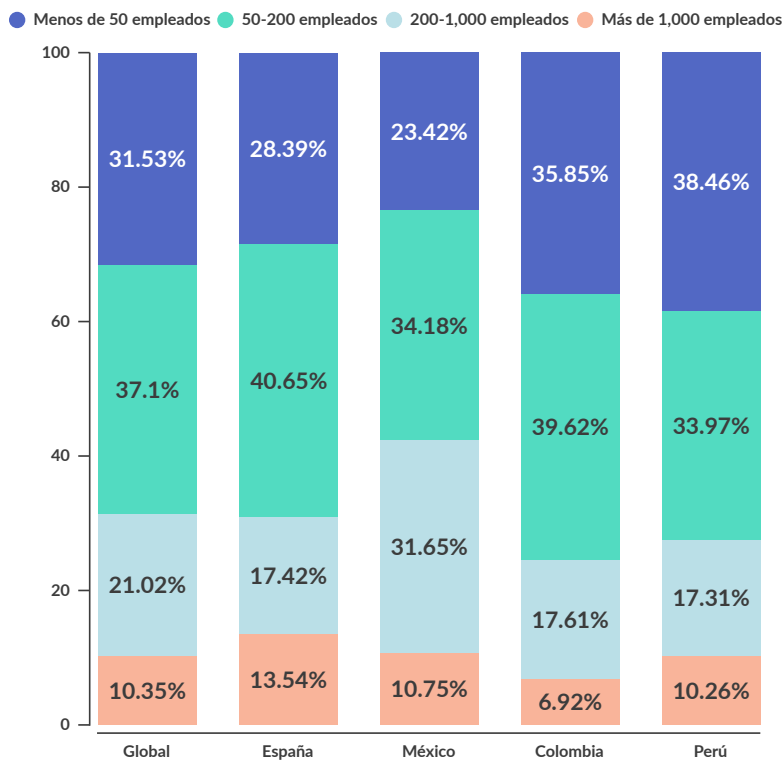
Años de experiencia



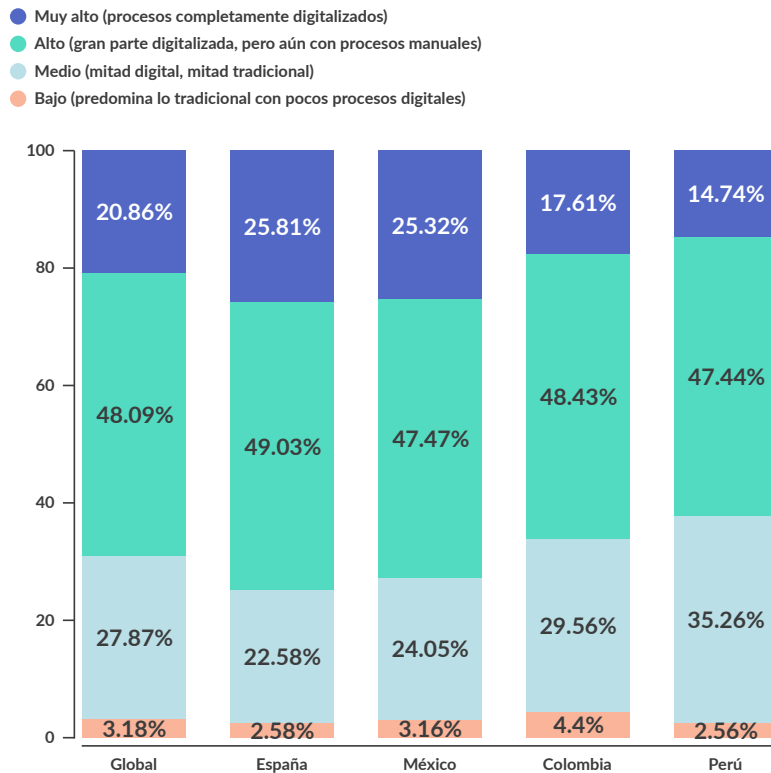
Sector en el que trabaja



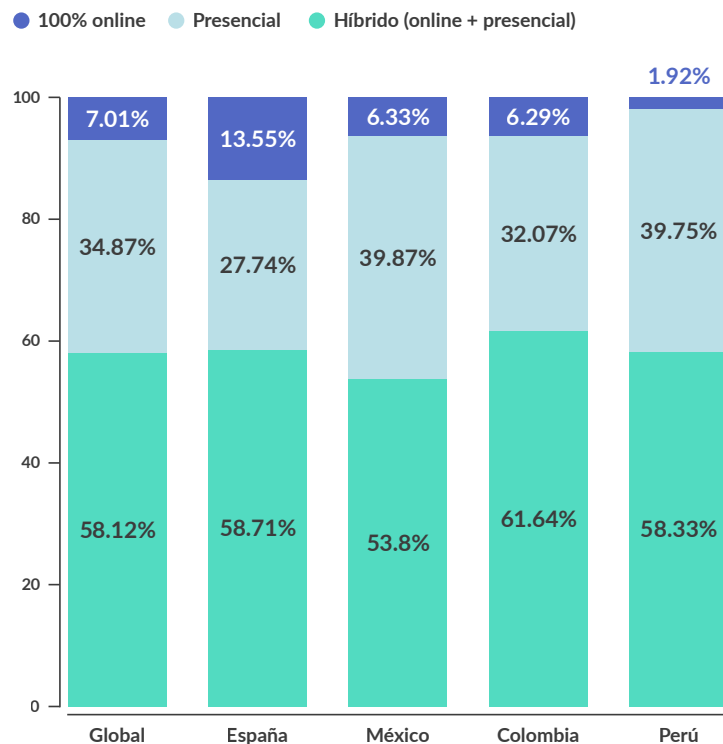
Tamaño de la empresa en la que trabaja



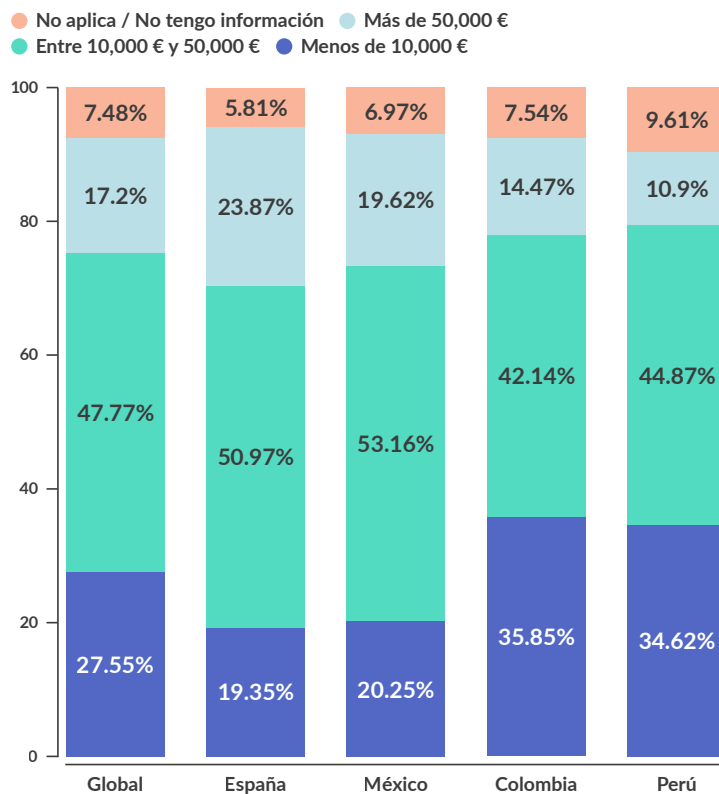
Nivel de digitalización en la gestión de recursos humanos y la formación



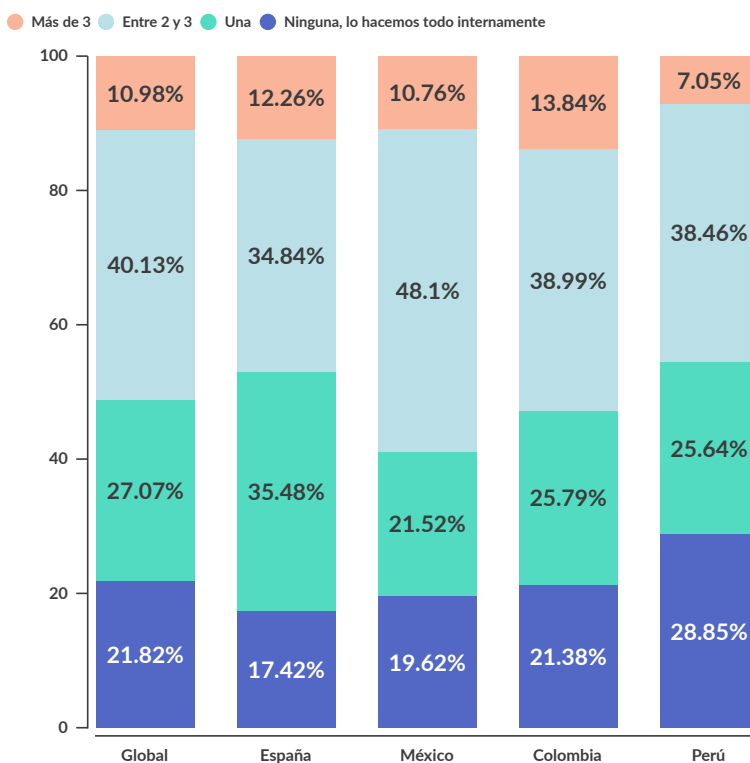
Tipo de formación predominante en la empresa



Presupuesto anual aproximado para formación y desarrollo



Número de empresas externas que colaboran con la formación

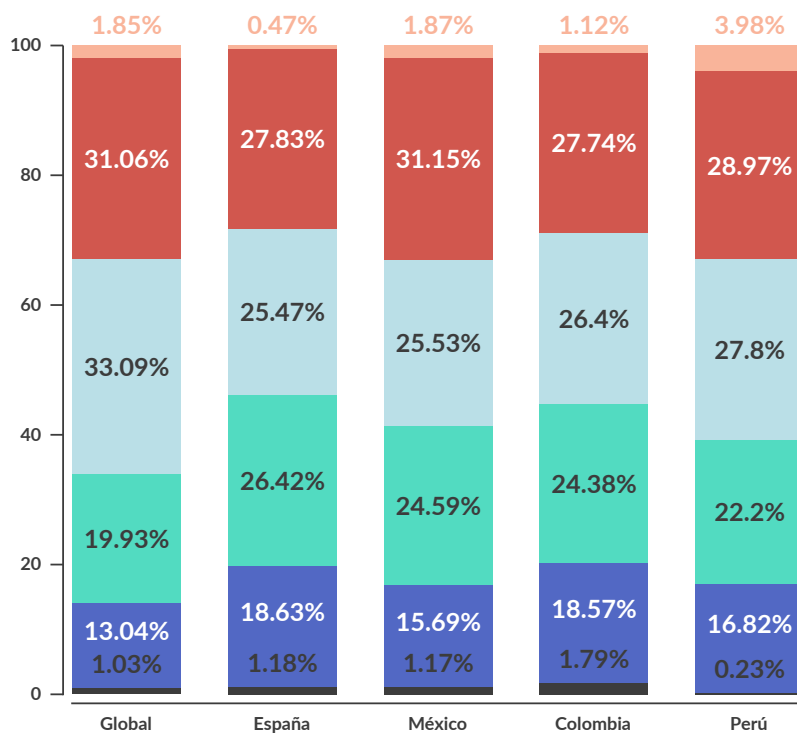


Estudiantes

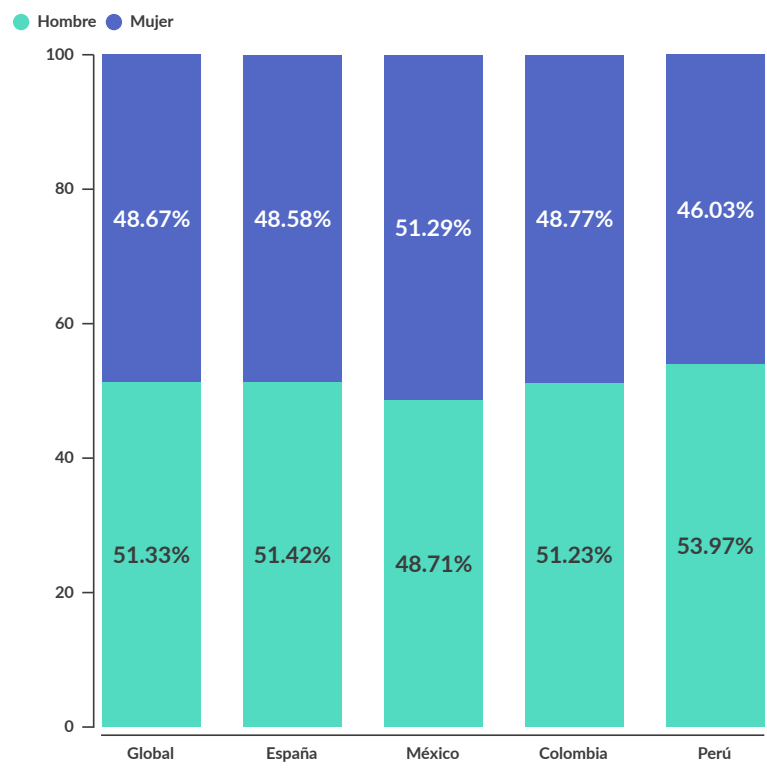
Perfil sociodemográfico

Edad

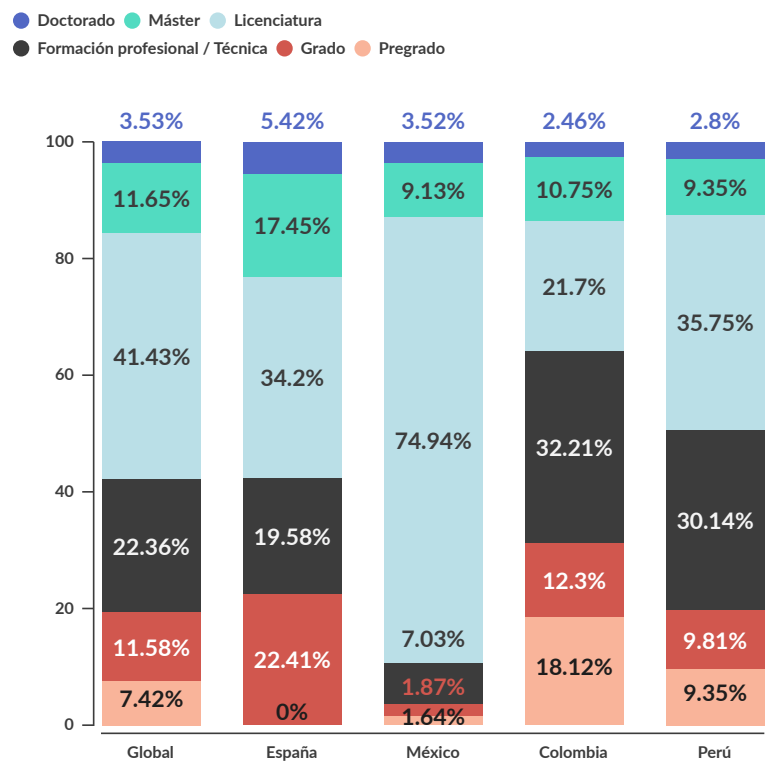
Menores de 20 20 a 30 31 a 40
41 a 50 51 a 65 Más de 65



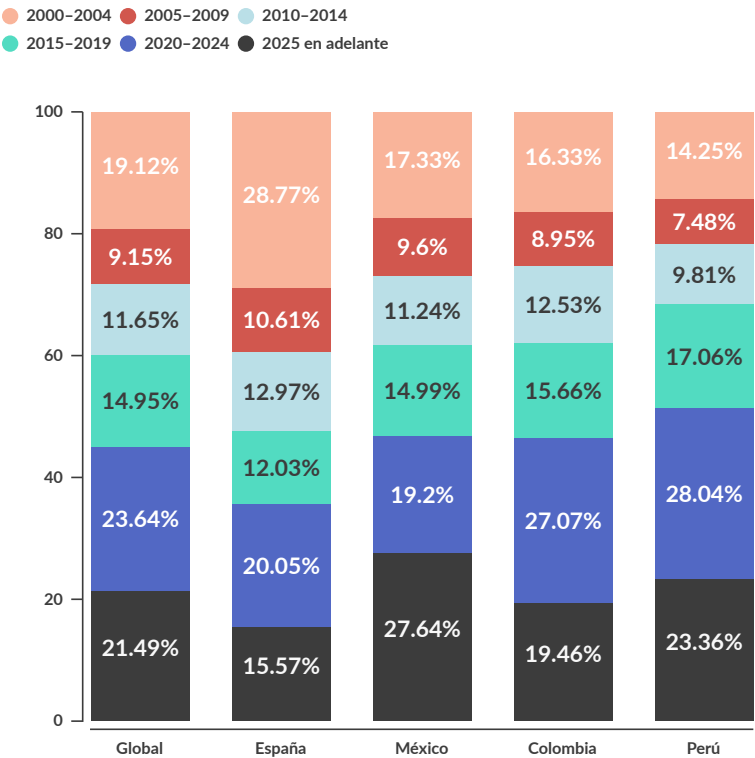
Género



Nivel educativo actual



En qué año ha terminado o terminará sus últimos estudios



Área de estudio o interés

	Global	España	México	Colombia	Perú
Negocios y Management	19.31%	17.45%	20.84%	19.46%	21.5%
Tecnología y TIC	22.83%	23.11%	19.44%	26.85%	21.73%
Salud y Ciencias de la Vida	11.65%	13.21%	9.37%	10.51%	13.55%
Derecho y Ciencias Jurídicas	6.6%	11.32%	6.56%	3.36%	5.37%
Ciencias sociales y humanidades	10.49%	9.91%	11.01%	13.42%	7.48%
Educación y Pedagogía	13.04%	12.74%	13.82%	10.51%	15.19%
Ingeniería y Arquitectura	21.38%	14.15%	26%	20.36%	25%
Arte y Diseño	8.17%	4.72%	7.26%	9.62%	10.98%
Deportes y Actividad Física	4.81%	5.66%	4.68%	3.8%	5.14%
Otra	0%	8.96%	7.73%	10.96%	10.75%

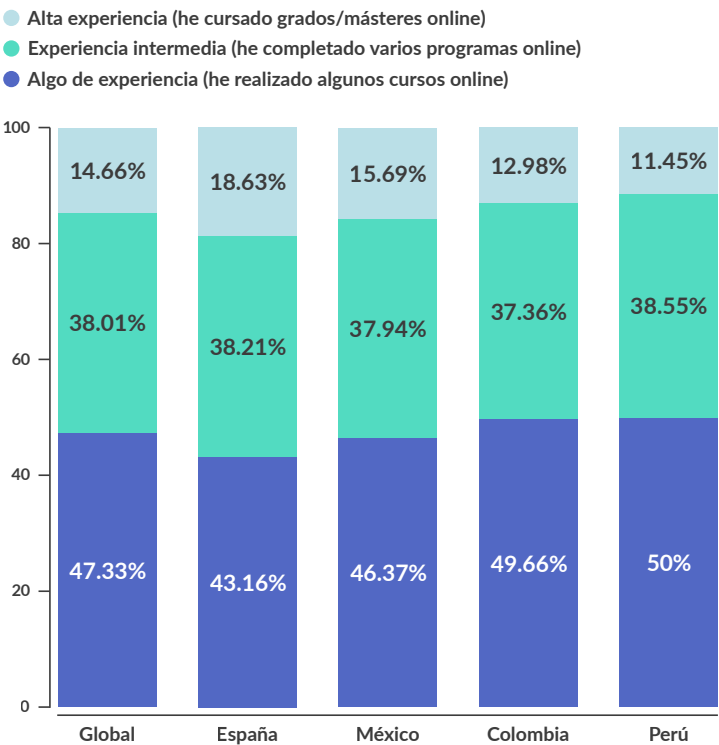
Tipo de institución en la que estudia o ha estudiado

	Global	España	México	Colombia	Perú
Universidad	79.2%	72.88%	88.06%	78.97%	76.87%
Centro de formación profesional	19.58%	26.89%	8.43%	23.71%	19.16%
Escuela de negocios	3.19%	4.25%	3.04%	2.24%	3.27%
Academia de formación online	10.37%	5.66%	10.3%	18.57%	6.54%
Autodidacta / Aprendizaje independiente	5.33%	3.07%	7.03%	7.61%	3.5%

Tiene acceso a los elementos básicos para estudiar online

	Global	España	México	Colombia	Perú
Suministro eléctrico	80.48%	81.84%	76.58%	77.63%	85.98%
Acceso a internet	97.16%	97.41%	97.66%	96.64%	96.96%
Dispositivo tecnológico (móvil, tablet, ordenador)	87.31%	85.61%	84.54%	88.59%	90.42%

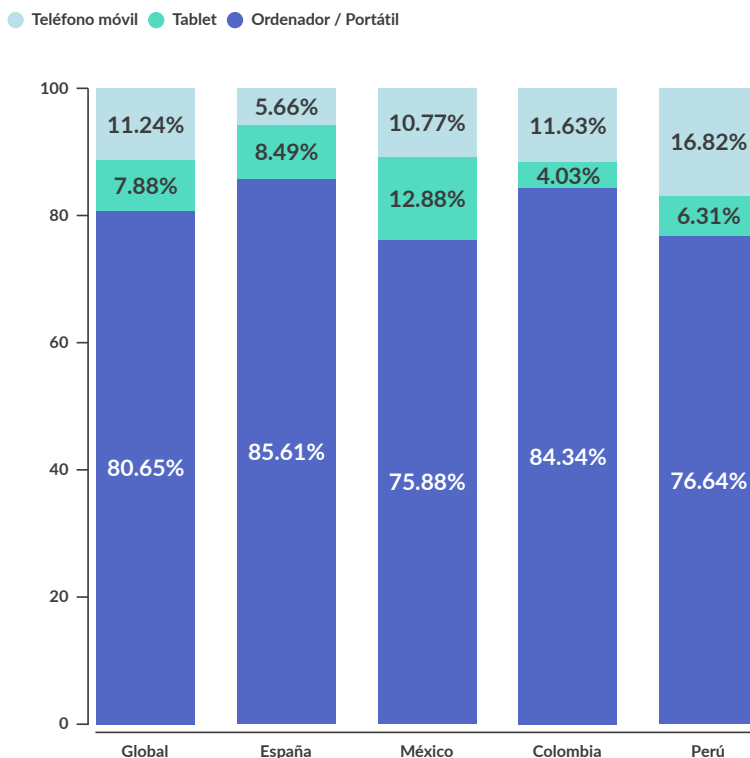
Nivel de experiencia en formación online



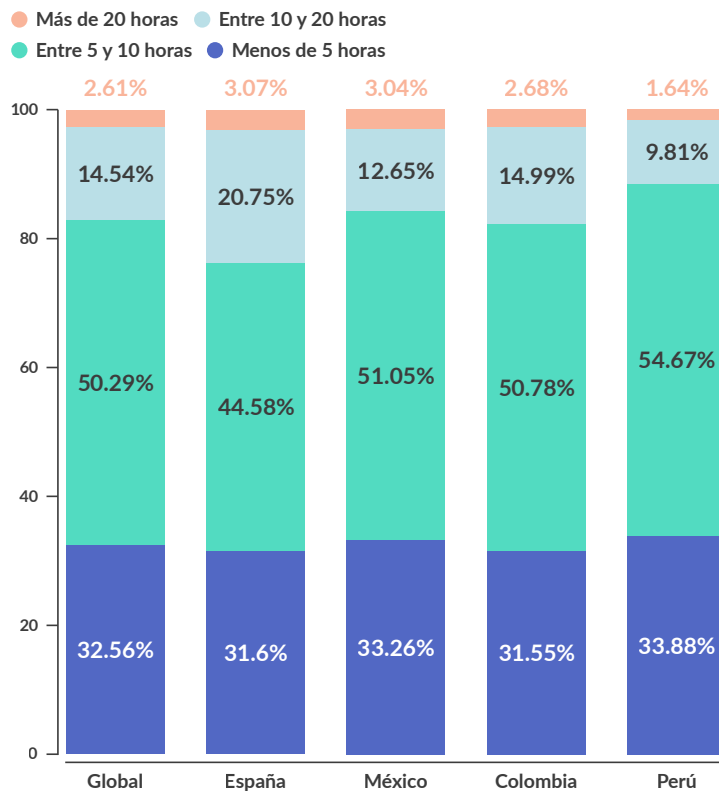
Principal motivación para estudiar online

	Global	España	México	Colombia	Perú
Flexibilidad de horarios	79.61%	75.47%	82.67%	81.66%	78.5%
Accesibilidad (no hay opciones presenciales cercanas)	31%	33.02%	28.1%	27.96%	35.05%
Mejorar mi perfil profesional	60.14%	57.31%	60.66%	63.76%	58.64%
Conseguir un empleo o ascenso	30.71%	29.72%	31.62%	29.98%	31.54%
Aprender por interés personal	46.41%	39.86%	51.05%	50.34%	44.16%

Dispositivo principal para estudiar online

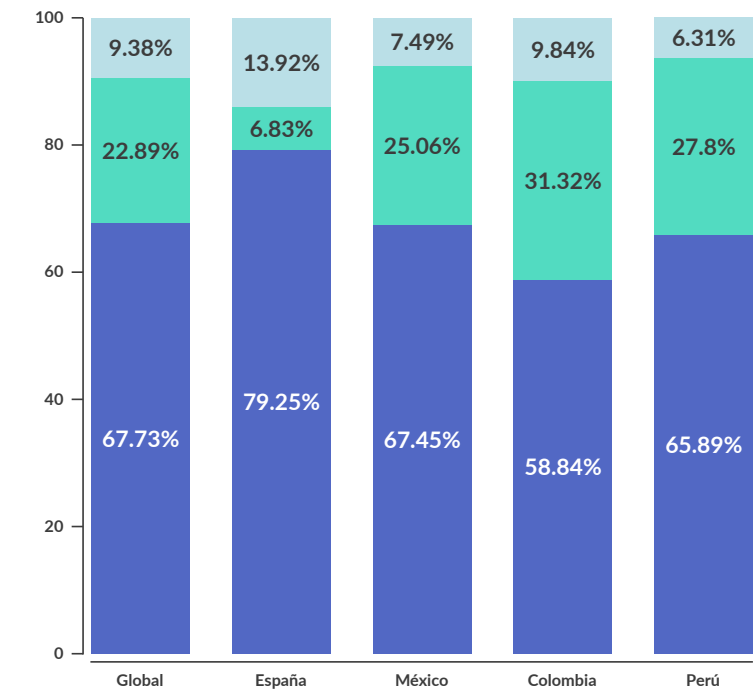


Tiempo medio de estudio online por semana



Situación laboral actual

● Desempleado ● Empleado por cuenta propia (autónomo) ● Empleado por cuenta ajena (empresa)



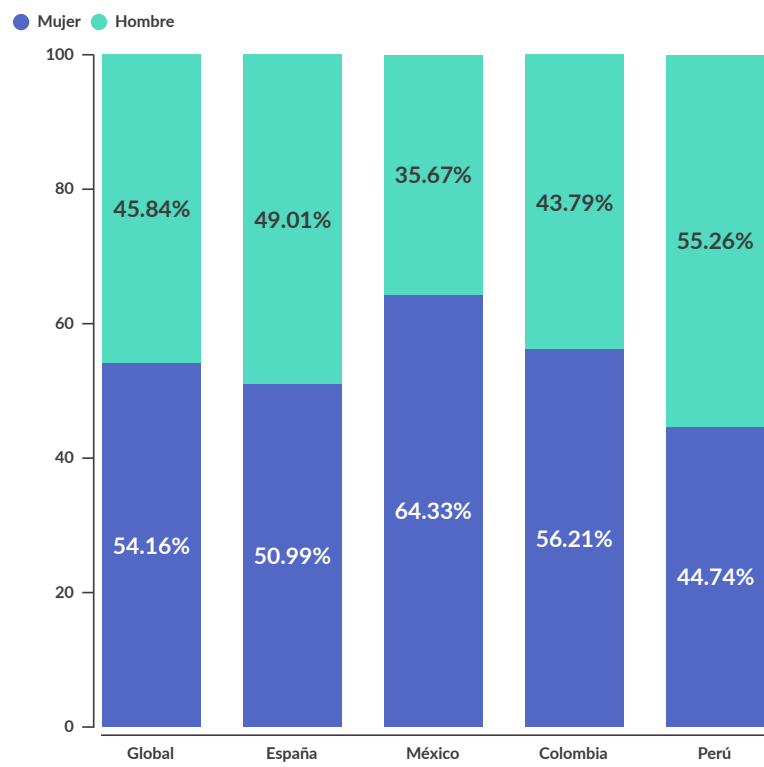
Académico

Perfil sociodemográfico

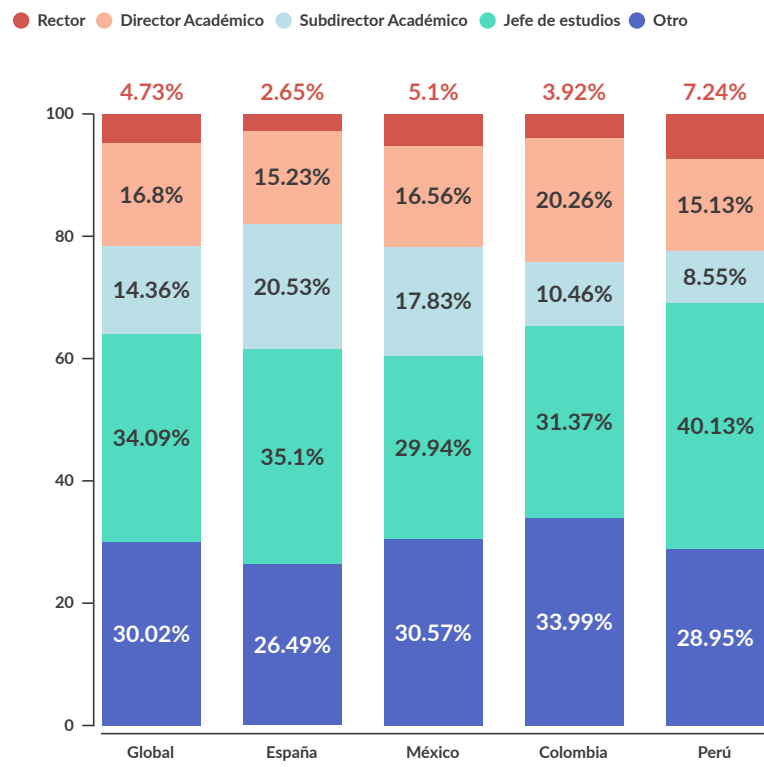
Edad

	Global	España	México	Colombia	Perú
<20 años	1.63%	0.66%	1.91%	2.61%	1.32%
20 a 30	27.41%	17.88%	31.85%	28.76%	30.92%
31 a 40	33.93%	35.1%	34.39%	29.41%	36.84%
41 a 50	19.74%	21.85%	14.65%	24.18%	18.42%
51 a 65	15.33%	18.54%	15.92%	14.38%	12.5%
>65 años	1.96%	5.96%	1.27%	0.65%	0%

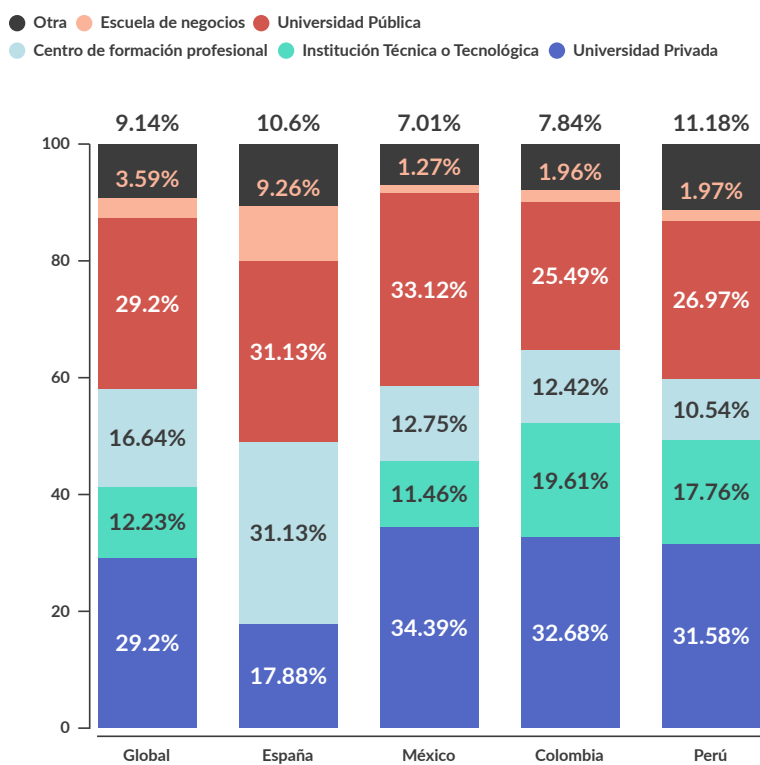
Género



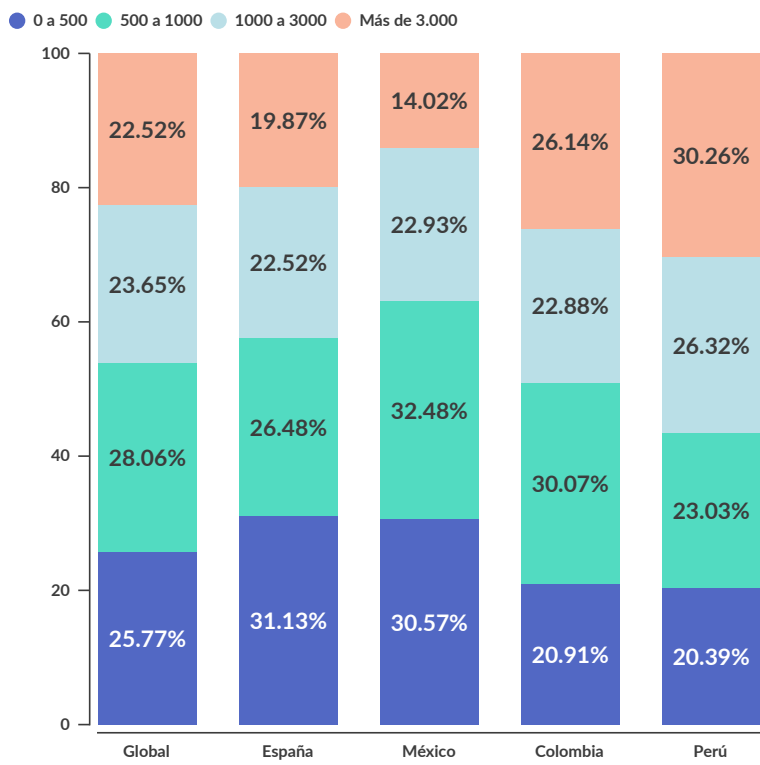
Cargo académico



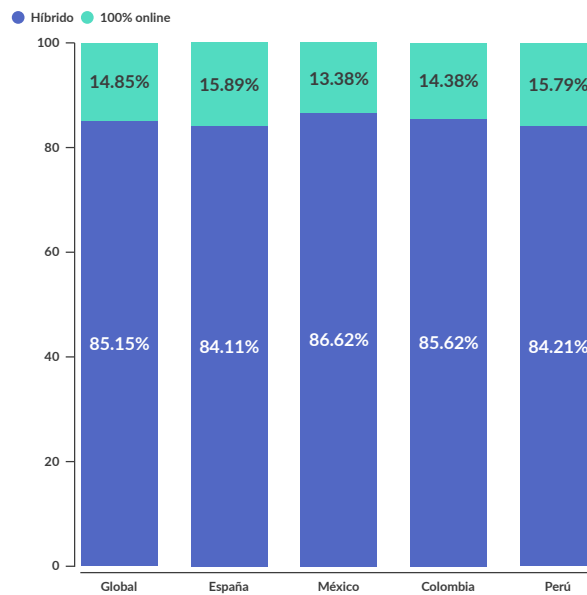
Tipo de institución educativa



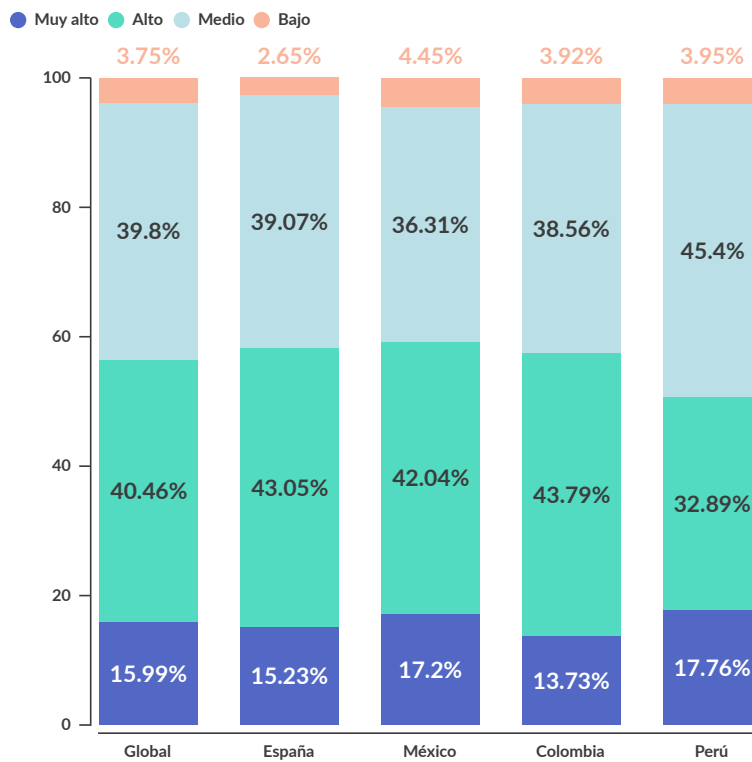
Tamaño de la institución en términos de estudiantes



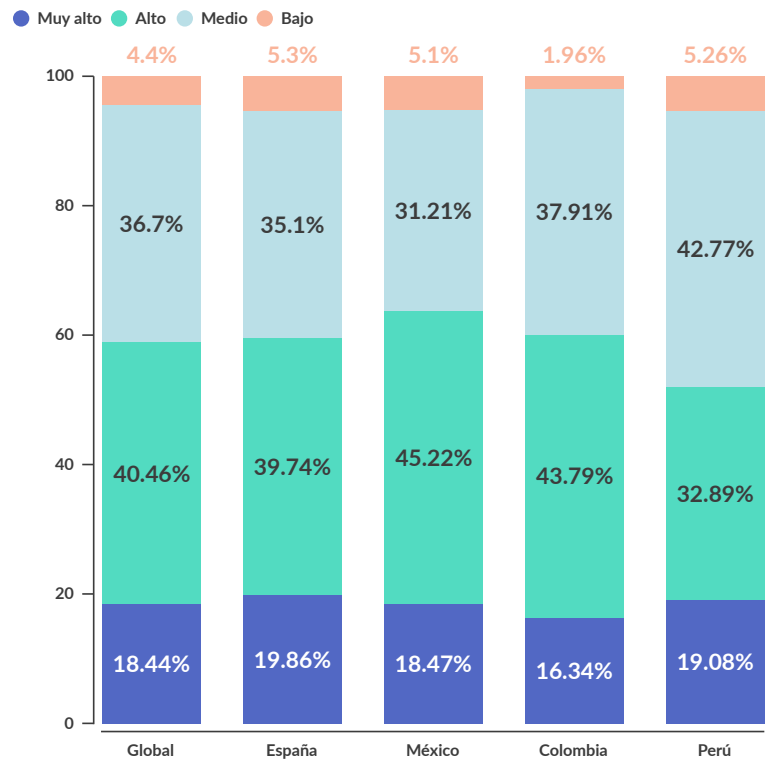
Modelo de formación



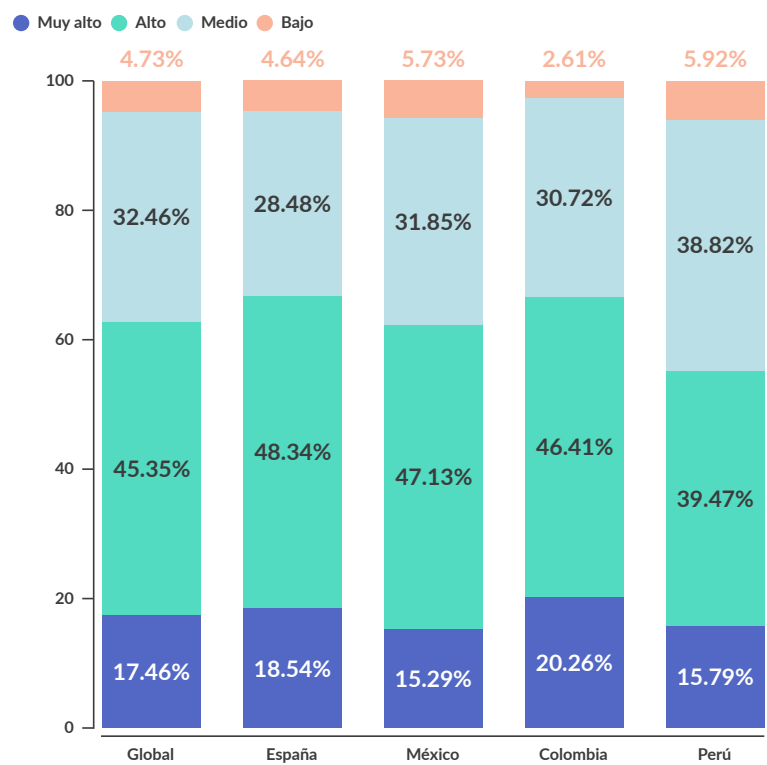
Infraestructura tecnológica



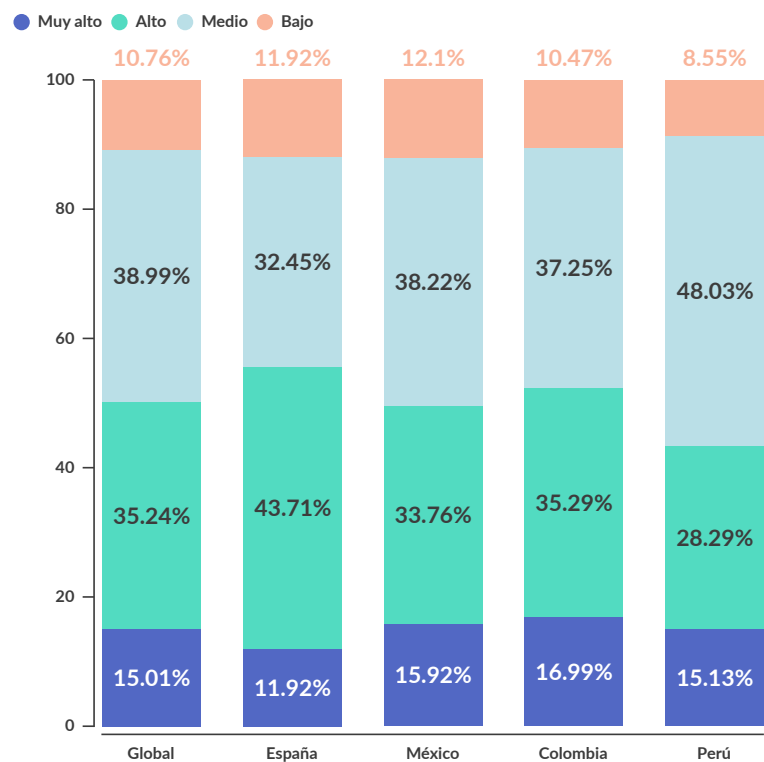
Uso de plataformas digitales y LMS (IA)



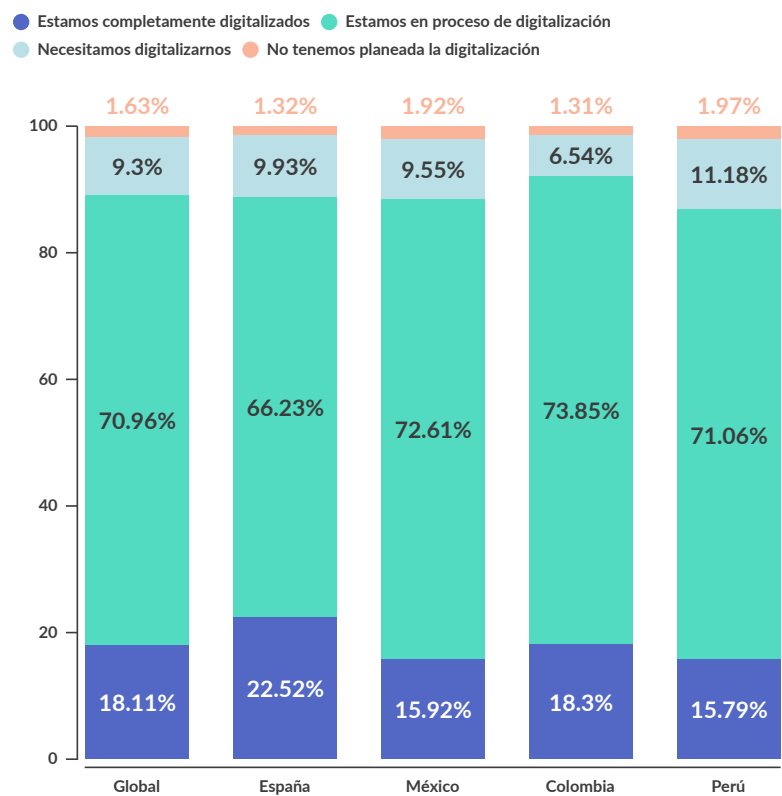
Digitalización de procesos administrativos



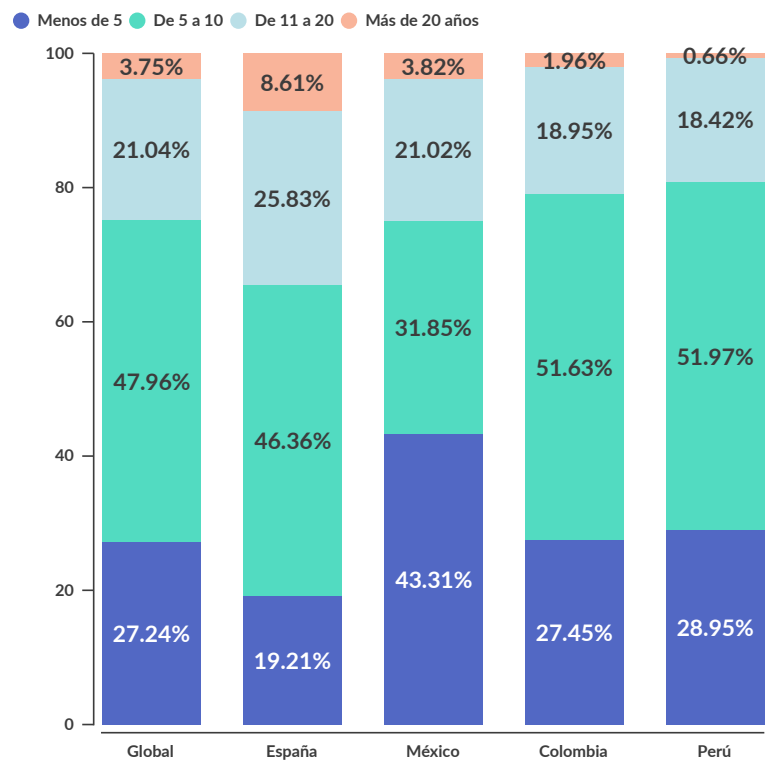
Innovación tecnológica



Necesita su institución avanzar en digitalización



Años de experiencia en puestos de responsabilidad académica



Créditos

**Responsable de investigación,
coordinación y redacción**

Jaime Martín Sánchez

Comité Consultivo

Dr. Florencio Vicente Castro

President INFAD y Catedrático de Psicología en la
Universidad de Extremadura (UEX)

Dr. Aitor M. Curiel López de Arcaute

Presidente de la Sociedad Española de
Criminología y Ciencias Forenses (SECCIF)

Dr. Isidoro González Gallego

Catedrático Emérito de Didáctica de las Ciencias
Sociales en la Universidad de Valladolid (UVA)

Miguel Ángel Martí Escolano

Rector UNIMIAMI

Diseño y maquetación

Juan Manuel Ortiz Serrano

Revisiones

David Santos

Belén Torres

Partner de investigación

Andata

**El rol de la educación online en las
oportunidades laborales de España
y América Latina**

Una investigación de



Fundación
EDUCA EDTECH