

BARÓMETRO DE LA DECISIÓN FORMATIVA 2026

Cómo eligen los estudiantes una formación superior en la era de la inteligencia artificial

88,6 %

echó en falta información relevante antes de elegir una formación

91,8 %

pide indicadores objetivos y verificables sobre la calidad de los programas

58,9 %

ya utiliza inteligencia artificial para informarse antes de matricularse

56,2 %

buscaría más información objetiva si tuviera que volver a elegir

Idea central

No falta información. Falta información comparable, verificable y realmente útil para decidir sin miedo a equivocarse.

Índice

Carta de presentación	Resumen ejecutivo
Principales hallazgos	Ficha técnica breve
Introducción	1. Cómo elegimos una formación hoy
2. La gran brecha informativa	3. Qué información echan en falta los futuros alumnos
4. Transparencia y confianza	5. La inteligencia artificial en el proceso de decisión
6. Qué cambiarían si volvieran a elegir	7. Una decisión más informada
8. Conclusiones	9. Recomendaciones
10. Metodología	Ficha técnica
Sobre IEBS Business School	

Datos clave del informe

**246 respuestas válidas · Julio de 2026 ·
Cuestionario online anónimo · Estudio
descriptivo y exploratorio**

Carta de presentación

Elegir una formación no debería ser un acto de fe.

Cada año, miles de personas invierten tiempo, dinero y energía en una formación con la esperanza de mejorar su futuro profesional. Algunas quieren cambiar de sector. Otras buscan crecer dentro de su empresa, actualizarse, emprender o recuperar la confianza en su propio talento.

Elegir bien exige tiempo y respuestas claras.

Hoy abundan las páginas, los programas y las promesas. Aun así, muchas personas llegan a la matrícula con dudas importantes: cuánto costará realmente, cuánto tiempo exigirá, cómo aprenderán, quién las acompañará, qué resultados han conseguido otros alumnos o qué impacto puede tener esa formación en su carrera.

El Barómetro de la Decisión Formativa 2026 recoge esas dudas y las convierte en evidencia.

Es un estudio sobre el proceso de elección, no un ranking de instituciones. Analiza cómo deciden hoy los futuros estudiantes y qué referencias necesitan para comparar con mayor criterio.

Los datos dejan una idea de fondo: la educación superior puede comunicar mejor.

Una mejor información ayuda a tomar mejores decisiones. Y mejores decisiones benefician tanto a los estudiantes como a las instituciones educativas.

Nota de lectura

Este Barómetro no es un ranking ni evalúa programas concretos. Recoge percepciones y hábitos declarados por 246 personas; sus resultados son descriptivos y exploratorios.

Resumen ejecutivo

Elegir una formación superior tiene un impacto real: implica tiempo, dinero, expectativas profesionales y, muchas veces, un cambio de rumbo personal. En el Barómetro de la Decisión Formativa 2026, muchas personas recuerdan haber afrontado ese paso con información incompleta.

El estudio reúne 246 respuestas válidas de personas que estaban buscando, comparando o cursando una formación superior, o que ya la habían completado. Analiza cómo se elige hoy, qué datos se consideran imprescindibles y qué papel empieza a desempeñar la inteligencia artificial.

El hallazgo central es sencillo: hay mucha información disponible, pero cuesta encontrarla completa, ordenada y presentada de forma comparable.

El 88,6 % de las personas encuestadas afirma que echó en falta información relevante antes de elegir su formación. El resultado habla de una distancia entre los contenidos publicados y las preguntas que pesan de verdad en el momento de decidir. No permite concluir que las instituciones oculten información.

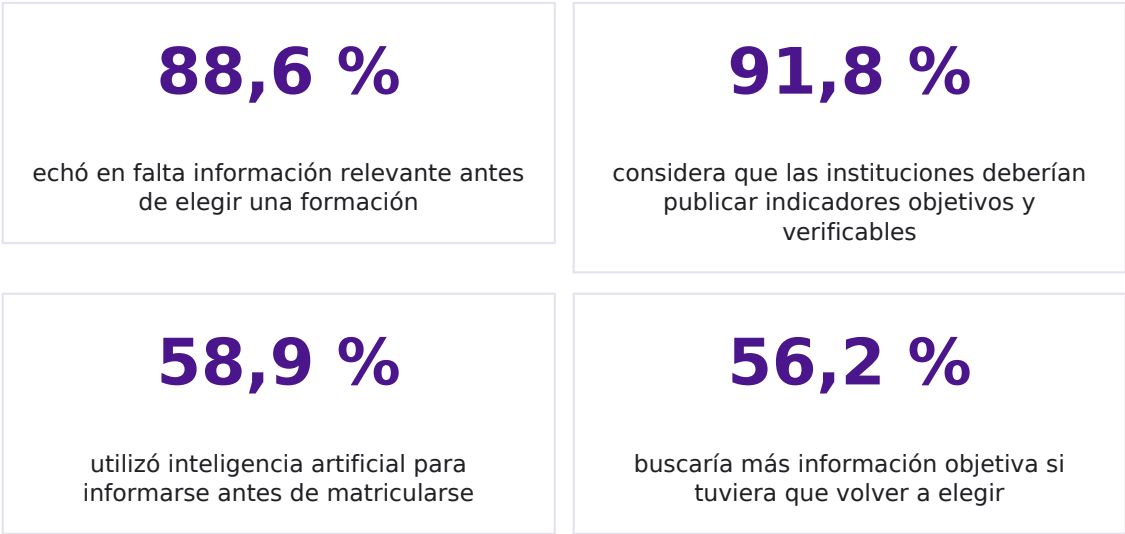
La petición de transparencia reúne un consenso amplio: el 91,8 % considera que las instituciones educativas deberían publicar indicadores objetivos y verificables sobre la calidad de sus programas. El coste total, la empleabilidad, la metodología, la experiencia del profesorado, la satisfacción de antiguos alumnos y la dedicación real aparecen entre las referencias más valoradas.

La inteligencia artificial también entra en el proceso. En esta muestra, el 58,9 % afirma haber utilizado herramientas como ChatGPT, Gemini o Claude antes de matricularse. Estas aplicaciones ya ayudan a resumir, comparar e interpretar la información que publican las instituciones.

Al preguntar qué harían de otra manera, el 56,2 % responde que buscaría más información objetiva; el 37 % compararía más instituciones; el 28,1 % consultaría más opiniones independientes; y el 15,1 % escogería una formación distinta.

El sector tiene margen para ordenar mejor sus datos y facilitar la comparación. La mejora pasa por responder con claridad a las preguntas que condicionan una decisión formativa.

Principales hallazgos



Las cinco grandes conclusiones del Barómetro

1. La información disponible deja preguntas sin responder. Muchas personas consultaron varias fuentes y aun así sintieron que les faltaban referencias para comparar antes de matricularse.
2. La transparencia gana peso como criterio de calidad. Los futuros estudiantes piden indicadores objetivos y verificables sobre empleabilidad, metodología, profesorado, satisfacción, dedicación real y coste total.
3. La inteligencia artificial ya participa en la elección. Herramientas como ChatGPT, Gemini o Claude se incorporan a la búsqueda, la interpretación y la comparación de programas formativos.
4. Precio, empleabilidad y metodología concentran las principales carencias. Son cuestiones prácticas: cuánto costará, qué oportunidades puede abrir, cómo se aprenderá y qué esfuerzo exigirá.
5. El sector puede comunicar con más claridad. Presentar referencias comparables y fáciles de localizar ayudaría a los futuros alumnos a decidir con expectativas mejor ajustadas.

Ficha técnica breve

Campo	Detalle
Nombre del estudio	Barómetro de la Decisión Formativa 2026
Entidad impulsora	IEBS Business School
Trabajo de campo	Julio de 2026
Muestra	246 respuestas válidas
Método de recogida	Cuestionario online anónimo
Tipo de estudio	Descriptivo y exploratorio

Introducción

Elegir una formación superior es una de las decisiones personales y económicas más relevantes para muchas personas. Exige invertir tiempo, dinero y expectativas en una posible mejora profesional.

En otros sectores es habitual comparar precios, prestaciones, condiciones y resultados. En educación, reunir referencias equivalentes sigue siendo difícil, incluso para quien dedica tiempo a buscarlas.

Hoy conviven las páginas institucionales, las opiniones de antiguos alumnos, las redes sociales y las herramientas de inteligencia artificial. La oferta de contenidos es enorme. Esa abundancia también genera ruido y complica la comparación entre mensajes promocionales y evidencias contrastables.

El Barómetro de la Decisión Formativa estudia cómo afrontan este proceso los futuros estudiantes, qué datos consideran importantes y qué carencias encuentran mientras comparan opciones.

El estudio no clasifica instituciones ni evalúa programas concretos. Se centra en una pregunta menos explorada: qué necesita una persona para decidir dónde invertir tiempo, dinero y una parte importante de su futuro profesional.

**Mucha
información,
pocas
referencias
comunes**

**La oferta de contenidos ha crecido.
Comparar sigue siendo difícil. La cantidad,
por sí sola, no garantiza una mejor
elección.**

Objetivos del Barómetro

- Comprender cómo toman decisiones quienes buscan una formación superior.
- Identificar qué información consideran imprescindible antes de matricularse.
- Analizar cómo está cambiando el proceso de decisión con la incorporación de la inteligencia artificial.
- Contribuir a una cultura de mayor transparencia y a decisiones mejor fundamentadas en la educación superior.

Perfil de los participantes

La muestra reúne a personas que estaban buscando una formación superior, comparando opciones, cursando un programa o que habían completado recientemente sus estudios. Los resultados ofrecen una fotografía descriptiva y exploratoria del momento de la recogida. No representan por sí solos al conjunto del mercado educativo.

1. Cómo elegimos una formación hoy

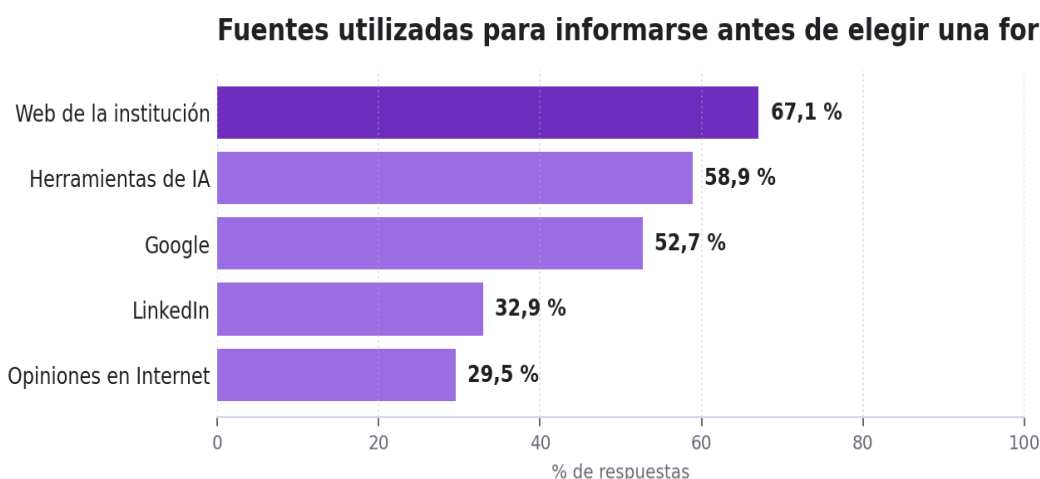
La decisión comienza mucho antes de la matrícula

Antes de matricularse, la mayoría consulta varias fuentes. Revisa la web de la institución, busca en Google, pregunta a conocidos, mira LinkedIn, lee opiniones y, cada vez más, conversa con herramientas de inteligencia artificial.

El recorrido se reparte entre canales distintos. Cada uno aporta una parte: información oficial, experiencias personales, reputación profesional o respuestas sintetizadas por una IA. El futuro alumno combina esas piezas para formar su propio criterio.

Las páginas web de las instituciones son la principal fuente de consulta, citadas por el 67,1 % de los participantes. Les siguen las herramientas de inteligencia artificial, con un 58,9 %, y los buscadores como Google, con un 52,7 %. LinkedIn aparece en el 32,9 % de las respuestas y las opiniones publicadas en Internet, en el 29,5 %.

En esta muestra, la inteligencia artificial aparece incluso por delante de Google como fuente declarada antes de elegir una formación. Es un resultado llamativo, aunque debe leerse dentro del alcance descriptivo del estudio.



Pregunta de respuesta múltiple. La suma puede superar el 100 %.

Abundancia de fuentes, dificultad para comparar

La digitalización ha multiplicado los contenidos disponibles sobre programas formativos. El acceso es sencillo; valorar la calidad y la utilidad de cada referencia exige bastante más trabajo.

Las descripciones comerciales abundan. Los datos que permiten comparar programas en condiciones parecidas son más difíciles de localizar. Esa búsqueda consume tiempo y mantiene buena parte de la incertidumbre hasta el final del proceso.

La inteligencia artificial añade una vía distinta. Puede resumir páginas, enfrentar alternativas y responder preguntas concretas. Su utilidad dependerá de la precisión, la coherencia y el contexto de los datos que encuentre.

Idea clave

Elegir una formación exige saber qué fuentes merecen confianza.

2. La gran brecha informativa

El 88,6 % echó en falta información relevante antes de elegir

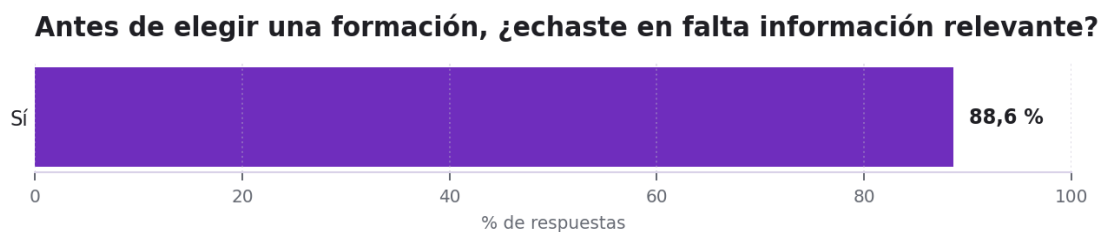
Hay decisiones que condicionan una trayectoria profesional durante años. Elegir una formación es una de ellas. La mayoría de las personas que participaron en este estudio recuerda ese momento con la sensación de haber decidido con información incompleta.

Casi nueve de cada diez participantes (el 88,6 %) afirman que echaron en falta información relevante antes de matricularse.

Muchos habían consultado varias fuentes. La sensación apareció después de ese esfuerzo, cuando algunas preguntas importantes seguían sin una respuesta clara.

La percepción se observa tanto entre quienes todavía buscaban una formación como entre quienes ya la habían terminado. Haber pasado por el proceso ayuda a reconocer qué referencias habrían sido útiles al principio.

Toda decisión importante conserva una parte de incertidumbre. En este caso sigue siendo elevada, pese al volumen de contenidos disponible.



Una decisión importante merece mejores herramientas

Comprar una vivienda, contratar un seguro o elegir un coche suele llevar a comparar características, costes, condiciones y opiniones. Esas referencias ayudan a reducir el riesgo antes de decidir.

Una formación también exige una inversión relevante de tiempo, dinero y expectativas. Para muchos participantes, reunir datos equivalentes entre programas continúa siendo una tarea compleja.

El 88,6 % habla de una necesidad informativa, no de una acusación al sector. En muchos casos, los datos existen, pero aparecen dispersos, incompletos o presentados con criterios distintos. Así resulta difícil responder a las preguntas que más pesan al elegir.

Qué significa realmente este dato

La información suele existir, pero aparece dispersa, incompleta o con criterios difíciles de comparar.

3. Qué información echan en falta los futuros alumnos

Precio, empleabilidad y metodología encabezan la lista

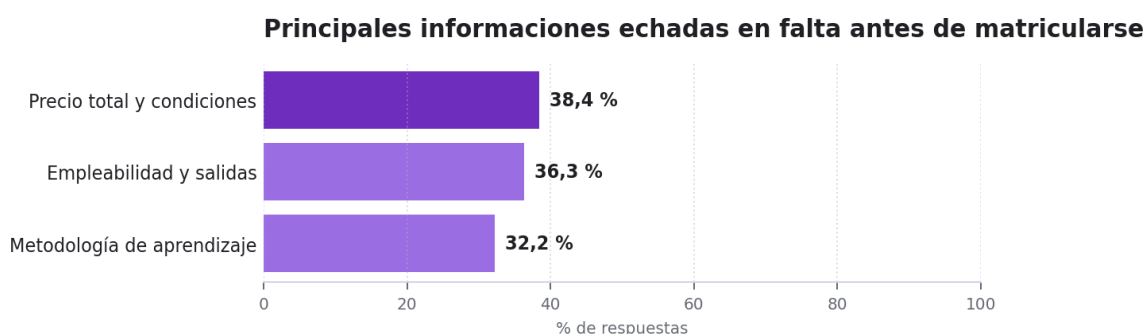
Las preguntas que aparecen con más frecuencia son muy concretas: cuánto costará realmente, qué oportunidades profesionales puede abrir, cómo se aprende y cuánto esfuerzo exige el programa.

El 38,4 % habría querido más información sobre el precio total y las condiciones económicas. A veces, parte del coste se conoce durante la admisión o una vez iniciado el programa. Mostrarlo desde el principio facilita la planificación y la comparación. El precio también funciona como una condición de confianza: saber cuánto costará realmente permite avanzar con mayor seguridad.

La empleabilidad ocupa el segundo lugar. El 36,3 % echó en falta más datos sobre salidas profesionales, evolución laboral de antiguos alumnos o impacto de la formación en la carrera.

La metodología aparece muy cerca. El 32,2 % habría agradecido una explicación más precisa sobre cómo se aprende, qué proyectos se realizan, cuánto tiempo requiere el programa y qué papel tienen profesores y estudiantes.

También influyen la experiencia del profesorado, el acompañamiento, la carga real de trabajo, las opiniones verificadas de antiguos alumnos y los proyectos desarrollados durante la formación.



Se muestran las tres categorías más citadas.

Las tres preguntas que cualquier futuro alumno quiere responder

**¿Cuánto cuesta realmente? ¿Qué oportunidades profesionales ofrece?
¿Cómo voy a aprender?**

4. Transparencia y confianza

Los estudiantes quieren comparar con datos

La información de un programa suele describir el temario, el profesorado y el prestigio de la institución. Los participantes piden además referencias que les permitan valorar resultados, esfuerzo y encaje personal.

El 91,8 % considera que las instituciones educativas deberían publicar indicadores objetivos y verificables sobre la calidad de sus programas.

La transparencia exige hacer visibles los datos que una persona necesita para decidir y explicar cómo se han obtenido.

Entre las referencias más valoradas aparecen la inserción laboral, la satisfacción de antiguos alumnos, la dedicación semanal, la metodología, la experiencia profesional del profesorado, el perfil de los estudiantes y el coste total del programa.



Una oportunidad para todo el sector

La claridad beneficia a quien busca una formación y también a la institución. Un futuro alumno bien informado entiende mejor qué encontrará y puede valorar con mayor precisión si el programa encaja con sus objetivos.

Publicar resultados también permite que cada institución explique sus fortalezas con evidencias. Algunas destacan por su metodología; otras, por la empleabilidad, la investigación o el acompañamiento al estudiante.

La demanda recogida por el Barómetro abre una vía concreta para reforzar la confianza: datos claros, contexto suficiente y criterios de medición comprensibles.

Qué entienden los participantes por transparencia

Transparencia significa responder cinco preguntas: qué resultados logran los alumnos, cuánto tiempo exige el programa, cómo se aprende, quién enseña y qué ocurre después.

5. La inteligencia artificial en el proceso de decisión

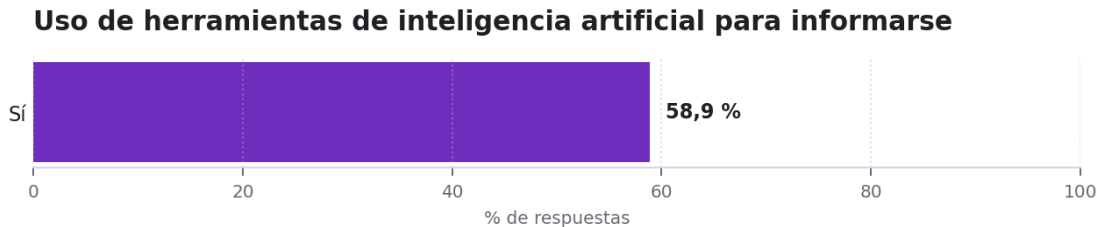
En esta muestra, la IA ya aparece entre las principales fuentes de consulta

Hace pocos años, la búsqueda comenzaba casi siempre en Google. Hoy, una parte de los futuros alumnos también plantea sus primeras dudas a una herramienta de inteligencia artificial.

El 58,9 % de los participantes afirma haber utilizado aplicaciones como ChatGPT, Gemini o Claude antes de elegir una formación. En esta muestra, la IA ocupa ya un lugar relevante en la fase de búsqueda y comparación.

Estas herramientas permiten formular preguntas concretas, resumir contenidos y comparar programas. Para algunos usuarios, conversar con un asistente resulta más directo que recorrer decenas de páginas web.

La tendencia probablemente seguirá creciendo. Su alcance dependerá tanto de la adopción de estas herramientas como de la calidad de los datos que las instituciones hagan públicos.



Dato destacado

En esta muestra, la IA aparece por delante de Google como fuente declarada de información antes de elegir una formación.

Una nueva forma de buscar información

Con la búsqueda tradicional, el usuario visita varias páginas y reúne la información por su cuenta. Una IA puede integrar distintas fuentes en una sola respuesta y adaptarla a la pregunta formulada.

Este cambio afecta a la forma en que las instituciones llegan a los futuros estudiantes. La explicación de la metodología, los indicadores de empleabilidad o las condiciones de un programa pueden acabar resumidos en la respuesta que una IA ofrece al comparar alternativas.

La precisión de esa respuesta depende de los datos disponibles. Cuando la información es clara, estructurada y coherente, la comparación mejora. Cuando es incompleta o ambigua, la IA puede reproducir e incluso amplificar esas carencias.

Publicar con claridad ayuda a las personas y facilita que estas herramientas comprendan, sintetizen y comparen mejor cada programa.

Así está cambiando el proceso de decisión

Buscar, leer y comparar siguen presentes. La IA añade otra vía: preguntar, contrastar y profundizar.

6. Qué cambiarían si tuvieran que volver a elegir

La experiencia cambia la forma de decidir

Mirar atrás permite reconocer qué preguntas habría convenido plantear antes de matricularse.

El 56,2 % buscaría más información objetiva si tuviera que volver a elegir. Es la respuesta más frecuente y confirma el valor que adquieren las evidencias después de haber vivido la experiencia.

El 37 % compararía más instituciones. El dato puede indicar que algunas decisiones se cerraron pronto o con un número reducido de alternativas.

El 28,1 % dedicaría más tiempo a consultar opiniones independientes y experiencias de antiguos alumnos. Estos testimonios ayudan a entender cómo fue el programa, qué dificultades aparecieron y qué cambió después de terminarlo.

Un 15,1 % escogería una formación diferente. El dato admite varias lecturas: expectativas mal ajustadas, una comparación insuficiente o información relevante que llegó demasiado tarde. La encuesta no permite atribuirlo a una causa concreta.



Pregunta de respuesta múltiple. La suma puede superar el 100 %.

La información gana valor después de la experiencia

Quienes ya han pasado por una formación identifican con más precisión las preguntas importantes: cuánto tiempo exige, cómo se trabaja en clase, qué experiencia tiene el profesorado, qué apoyo recibe el alumno, qué resultados consiguen los graduados y qué costes aparecen durante el recorrido.

Estas preguntas suelen cobrar fuerza cuando el programa ya ha comenzado. Plantearlas durante la elección ayudaría a encontrar una opción más adecuada y a ajustar mejor las expectativas.

La comparación entre instituciones sigue siendo difícil porque cada una presenta sus datos de forma distinta. Sin criterios comunes, el futuro estudiante acaba interpretando cifras que a menudo describen realidades diferentes.

**Lo que muchos
alumnos
descubren
después**

El precio anunciado puede contar solo una parte de la inversión. La metodología condiciona toda la experiencia. La dedicación real determina si el programa encaja con la vida del alumno. La empleabilidad necesita datos y contexto.

7. Una decisión más informada

El Barómetro retrata un proceso de elección más abierto y exigente. Los futuros alumnos consultan varias fuentes y emplean nuevas herramientas para resolver sus dudas. Sobre todo, quieren saber qué encontrarán antes de comprometer tiempo y dinero.

La información de las instituciones conserva un papel central cuando responde con precisión a las preguntas que importan: cuánto cuesta el programa, cómo se aprende, qué esfuerzo exige, quién enseña y qué resultados han conseguido otros estudiantes.

La confianza se construye con información comprensible y verificable.

Publicar mejores datos puede atraer a las personas adecuadas, ajustar las expectativas desde el principio y mejorar la relación entre alumno e institución durante todo el recorrido formativo.

8. Conclusiones

1. Elegir una formación exige más criterio. Los futuros alumnos consultan varias fuentes y deben distinguir entre información oficial, mensajes promocionales, opiniones y respuestas generadas por IA.
2. La utilidad importa tanto como el volumen. El 88,6 % echó en falta información relevante. Muchos contenidos existen, pero siguen dispersos o resultan difíciles de comparar.
3. La transparencia gana peso en la confianza. El 91,8 % pide indicadores objetivos y verificables sobre precio, empleabilidad, metodología, satisfacción y dedicación real.
4. La IA cambia la búsqueda y la comparación. En esta muestra, el 58,9 % ya la utiliza para informarse. Los datos claros mejoran sus respuestas; los datos incompletos pueden trasladar la misma confusión al usuario.
5. Elegir mejor exige mejores herramientas. Más de la mitad buscaría más información objetiva si volviera a decidir. La ayuda debe comenzar antes de la matrícula.

9. Recomendaciones

1. Publicar una ficha clara por programa. Incluir precio total, duración real, dedicación semanal estimada, metodología, evaluación, perfil del profesorado, empleabilidad o evolución profesional, satisfacción, proyectos, requisitos de acceso y condiciones económicas.
2. Explicar mejor la experiencia de aprendizaje. Mostrar proyectos, dinámicas de trabajo, ejemplos de evaluación y testimonios reales ayuda a construir expectativas más ajustadas.
3. Facilitar el acceso a la información relevante. La información clave debe estar visible y ordenada. Una estructura sencilla y un lenguaje directo reducen el esfuerzo necesario para

comparar alternativas.

- 4. Preparar la información para la búsqueda con IA. Los asistentes conversacionales ya intervienen en el proceso. Contenidos estructurados, datos verificables y definiciones precisas favorecen respuestas más fiables.
- 5. Escuchar de forma continua a los futuros alumnos. Medir periódicamente qué buscan, qué dudas mantienen y qué información descubren demasiado tarde puede mejorar la comunicación y la experiencia previa a la matrícula.

10. Metodología

El Barómetro de la Decisión Formativa 2026 se basa en una encuesta a personas que estaban buscando una formación superior, comparando opciones, cursando un programa o que habían completado recientemente sus estudios.

La recogida de datos se realizó en julio de 2026 mediante un cuestionario online, voluntario y anónimo.

La muestra final reúne 246 respuestas válidas.

El cuestionario abordó las fuentes utilizadas, la información considerada relevante, la percepción de transparencia, el uso de herramientas de inteligencia artificial y los cambios que los participantes harían si volvieran a elegir una formación.

Los porcentajes reflejan la distribución de las respuestas obtenidas durante el trabajo de campo. En las preguntas de respuesta múltiple, la suma puede superar el 100 %.

Por su diseño y tamaño muestral, el Barómetro tiene carácter descriptivo y exploratorio. Ofrece señales útiles sobre el proceso de decisión, pero no permite extrapolar los resultados al conjunto del mercado educativo.

Ficha técnica

Campo	Detalle
Nombre del estudio	Barómetro de la Decisión Formativa 2026
Entidad impulsora	IEBS Business School
Trabajo de campo	Julio de 2026
Universo	Personas interesadas en cursar formación superior o que habían tomado recientemente esa decisión.
Muestra	246 respuestas válidas
Método de recogida	Cuestionario online anónimo
Tipo de estudio	Descriptivo y exploratorio
Objetivo	Analizar cómo eligen una formación las personas de esta muestra, qué información consideran útil y qué papel desempeña la inteligencia artificial.

Sobre IEBS Business School

IEBS Business School es una escuela de negocios digital especializada en innovación, tecnología, emprendimiento y transformación digital. Este Barómetro forma parte de su compromiso por impulsar una educación más transparente, comparativa y útil para tomar mejores decisiones.