



-Transformando la Educación a Través del Aprendizaje Práctico-
Tribo

Autores:

Estefany Vergara Flórez

John Luis Carvajal Ramírez

Trabajo de Grado para optar por el título de Magister en Estrategia Digital de
Negocios

Tutores:

Ana Lucía Álzate Alvarado

Jhon Jairo Cuadros González

Juan Daniel Soler Librero

Universidad ICESI

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Maestría en Estrategia Digital de Negocios

Santiago de Cali, junio 2023

Tabla de contenido

1. Resumen.....	3
2. Planteamiento del problema o necesidad.....	4
3. Tribo Propuesta de Valor.....	6
4. Definición del público o segmento objetivo al que se dirige la solución	7
5. Identificación de la competencia principal y los factores diferenciadores de su producto/servicio.....	8
6. Presentación del modelo de generación de ingresos.....	10
7. Muestra del producto / servicio.....	11
8. Presentación de las hipótesis críticas, justificando su elección.....	13
9. Diseño y evidencias del proceso de experimentación.....	14
10. Roadmap del Negocio.....	19
11. Aprendizajes del proceso.....	20
12. Conclusiones	21
13. Bibliografía	22

1. Resumen

La solución Tribo es una plataforma educativa innovadora que busca transformar la forma en que se enseña y se aprende a través del aprendizaje práctico y proyectos reales. Conecta a estudiantes, emprendedores y docentes para llevar a cabo proyectos que puedan ser una realidad, brindando metodologías y actividades para que puedan desarrollar sus ideas de manera efectiva.

El presente proyecto tiene como objetivo analizar la pertinencia, novedad y relevancia de la solución Tribo en el campo disciplinar de la educación, así como determinar su magnitud basada en datos e inteligencia artificial.

Palabras clave: Tribo, plataforma educativa, aprendizaje práctico, proyectos reales, metodologías, Inteligencia artificial, gamificación.

Abstract

The Tribo solution is an innovative educational platform that aims to transform the way we teach and learn through hands-on learning and real projects. It connects students, entrepreneurs, and educators to carry out projects that can become a reality, providing methodologies and activities so that they can develop their ideas effectively.

The objective of this project is to analyze the relevance, novelty, and significance of the Tribo solution in the field of education, as well as to determine its magnitude based on data and artificial intelligence.

Keywords: Tribo, educational platform, practical learning, real projects, methodologies, artificial intelligence, gamification.

2. Planteamiento del problema o necesidad.

¿Cuál es el impacto de la falta de práctica y conexión con la realidad durante los estudios universitarios en el desempeño laboral de los estudiantes? ¿Qué factores contribuyen al olvido del aprendizaje en estudiantes universitarios, como la falta de práctica, la falta de motivación y la falta de conexión con los conocimientos previos? ¿Qué estrategias pueden implementarse para minimizar el olvido del aprendizaje y promover un aprendizaje más duradero en el contexto universitario?. Durante los estudios universitarios, es común que los estudiantes se vean inundados de teoría y pocos ejemplos prácticos. En muchas ocasiones, esto hace que los estudiantes no practiquen lo suficiente y por ende no interioricen adecuadamente el conocimiento. La falta de práctica puede generar una desconexión entre la teoría y la realidad, lo que puede repercutir en el desempeño laboral de los estudiantes en el mundo real. Esto se debe a que a menudo los estudiantes no tienen la oportunidad de aplicar lo que han aprendido en situaciones reales y, por lo tanto, no pueden practicar sus habilidades y técnicas.

La mayoría de los profesores y universidades están conscientes de este problema y buscan formas de solucionarlo. Sin embargo, a menudo se enfrentan a limitaciones debido a la falta de tiempo y recursos. Además, las soluciones tradicionales pueden ser tediosas y poco atractivas para los estudiantes. Estudios académicos han analizado el fenómeno del olvido en estudiantes universitarios y

han proporcionado estimaciones del porcentaje de información que se olvida a corto y largo plazo. En una revisión sistemática realizada por González y Blas (2016) titulada "El olvido del aprendizaje en estudiantes universitarios: una revisión sistemática", se examinan diversos estudios que investigan el olvido del aprendizaje en diferentes disciplinas académicas. Los autores discuten los factores que contribuyen al olvido, como la falta de práctica, la falta de motivación y la falta de conexión con los conocimientos previos. Además, proponen estrategias para minimizar el olvido y promover un aprendizaje más duradero en el contexto universitario.

En otro estudio titulado "The Forgetting Curve and its Implications for Higher Education" realizado por Bjork, Dunlosky y Kornell (2013) y publicado en *Trends in Cognitive Sciences*, se examina el fenómeno del olvido en el contexto de la educación superior. Los autores exploran la curva del olvido, que describe cómo la memoria se deteriora con el tiempo si no se realiza un repaso o práctica adecuada. Según la teoría de la curva de olvido, hasta el 50% del conocimiento se olvida en el primer día de aprendizaje. Como señala la fuente mencionada, "La curva de olvido sugiere que hasta el 50 % del conocimiento se olvida en el primer día de aprendizaje. Para profesores y tutores, eso significa que la mitad de sus cursos cuidadosamente diseñados podrían ser redundantes en el plazo de un día después de enseñarlos, si sus estudiantes no revisan esta información. En una semana, los estudiantes pueden haber olvidado más del 80 % de la información que se les enseñó" (Discover eLearning UK, 2023).

Este concepto de la curva de olvido, propuesto originalmente por Ebbinghaus hace más de 100 años, ha sido respaldado por estudios modernos que han replicado sus hallazgos y confirmado su validez (Discover eLearning UK, 2023). La teoría de la curva de olvido es fundamental para comprender la retención del aprendizaje y su relevancia en mejorar la recuperación de conocimientos de los estudiantes, aumentando así su confianza y capacidad en el proceso de aprendizaje.

Es fundamental abordar este problema a través de estrategias que promuevan la práctica constante y la conexión con la realidad, para mejorar la retención del aprendizaje y preparar a los estudiantes de manera más efectiva para el mundo laboral.

3. Tribo | Propuesta de Valor

En Tribo, nuestro enfoque es brindar una educación personalizada a los estudiantes, basada en la inteligencia artificial, la gamificación y el aprendizaje colaborativo.

- **Inteligencia artificial**

En Tribo, utilizamos la inteligencia artificial para conocer profundamente a cada estudiante y brindarle una educación personalizada. Nuestra plataforma se adapta a las necesidades y preferencias de cada estudiante, ofreciéndole contenidos y actividades que se ajusten a su nivel de conocimiento y ritmo de aprendizaje.

- **Gamificación**

La gamificación es una de las herramientas más efectivas para motivar a los estudiantes y hacer que el aprendizaje sea divertido y desafiante. En Tribo, utilizamos la gamificación para hacer que el aprendizaje sea más atractivo y efectivo, creando retos y competencias que permitan a los estudiantes acumular medallas y mejorar su nivel de conocimiento.

- **Aprendizaje colaborativo**

En Tribo, fomentamos el aprendizaje colaborativo a través de proyectos y retos que permiten a los estudiantes trabajar juntos y aprender unos de otros. Además, nuestra plataforma conecta a estudiantes con visionarios y emprendedores que tienen proyectos interesantes y buscan personas que los ayuden a llevarlos a cabo.

4. Definición del público o segmento objetivo al que se dirige la solución

En el caso de Tribo, nuestro cliente son las universidades que buscan ofrecer una educación de calidad y adaptarse a las necesidades y demandas del mercado laboral. Los factores clave de compra para estas instituciones son la calidad de la educación, la reputación de la institución, la oferta académica, la innovación, la eficiencia y la rentabilidad.

En el caso de los estudiantes, si bien no son los clientes son los usuarios finales para quienes desde Tribo se diseña una excelente experiencia de usuario que genere engagement y permita que la plataforma sea sostenible.



Figura N° 1. Definición público objetivo. Elaboración por el autor.

5. Identificación de la competencia principal y los factores diferenciadores de su producto/servicio.

- **Identificación de la competencia principal**



Figura N° 2. Identificación y análisis de la competencia. Elaboración por el autor.

- **Factores diferenciadores de Tribo**

Los factores diferenciadores de Tribo son los siguientes:

1. Aprendizaje práctico y proyectos reales: Tribo se enfoca en proyectos reales que permiten a los estudiantes acumular experiencia y aplicar los conocimientos teóricos de una forma práctica y efectiva.

2. Plataforma gamificada: Tribo es una plataforma gamificada y fácil de usar que permite a los estudiantes participar en retos desde su teléfono celular. Los retos son divertidos y desafiantes, y están diseñados para enfocarse en áreas específicas de conocimiento.

3. Conexión con estudiantes y emprendedores: Tribo conecta a visionarios, emprendedores y estudiantes para llevar a cabo proyectos que puedan ser una realidad.

4. Ayuda en el desarrollo de proyectos: Tribo brinda metodologías y actividades para que los estudiantes puedan desarrollar sus ideas de manera efectiva.

5. Rol del docente: Tribo complementa al docente, permitiendo que éste actúe como guía en el camino de llevar a cabo el proyecto y se enfoca en entregar un acompañamiento más personalizado a cada estudiante.

En comparación con las plataformas LMS tradicionales, Tribo se enfoca en el aprendizaje práctico y proyectos reales, lo que permite a los estudiantes acumular experiencia y aplicar los conocimientos teóricos de una forma práctica y efectiva. Además, la plataforma es gamificada y fácil de usar, lo que la hace más atractiva para los estudiantes. La conexión con estudiantes y emprendedores permite trabajar en proyectos que puedan ser una realidad, y la ayuda en el desarrollo de proyectos y el rol del docente como guía personalizado hacen que el proceso de aprendizaje sea más efectivo y significativo para los estudiantes.

6. Presentación del modelo de generación de ingresos.

La estrategia de generación de ingresos para Tribo es vender la solución a las universidades cobrando por licencia de cada estudiante, con un costo inferior al que pagan en su sistema de LMS actual. De esta manera, Tribo obtendrá ingresos recurrentes a través de acuerdos de licencia con universidades

interesadas en ofrecer una plataforma educativa innovadora y efectiva a sus estudiantes. Esta estrategia es sostenible y escalable, y permitirá que Tribo crezca y se consolide como una plataforma educativa innovadora y efectiva.

Se plantea la siguiente estructura de costos de la plataforma para el primer año:

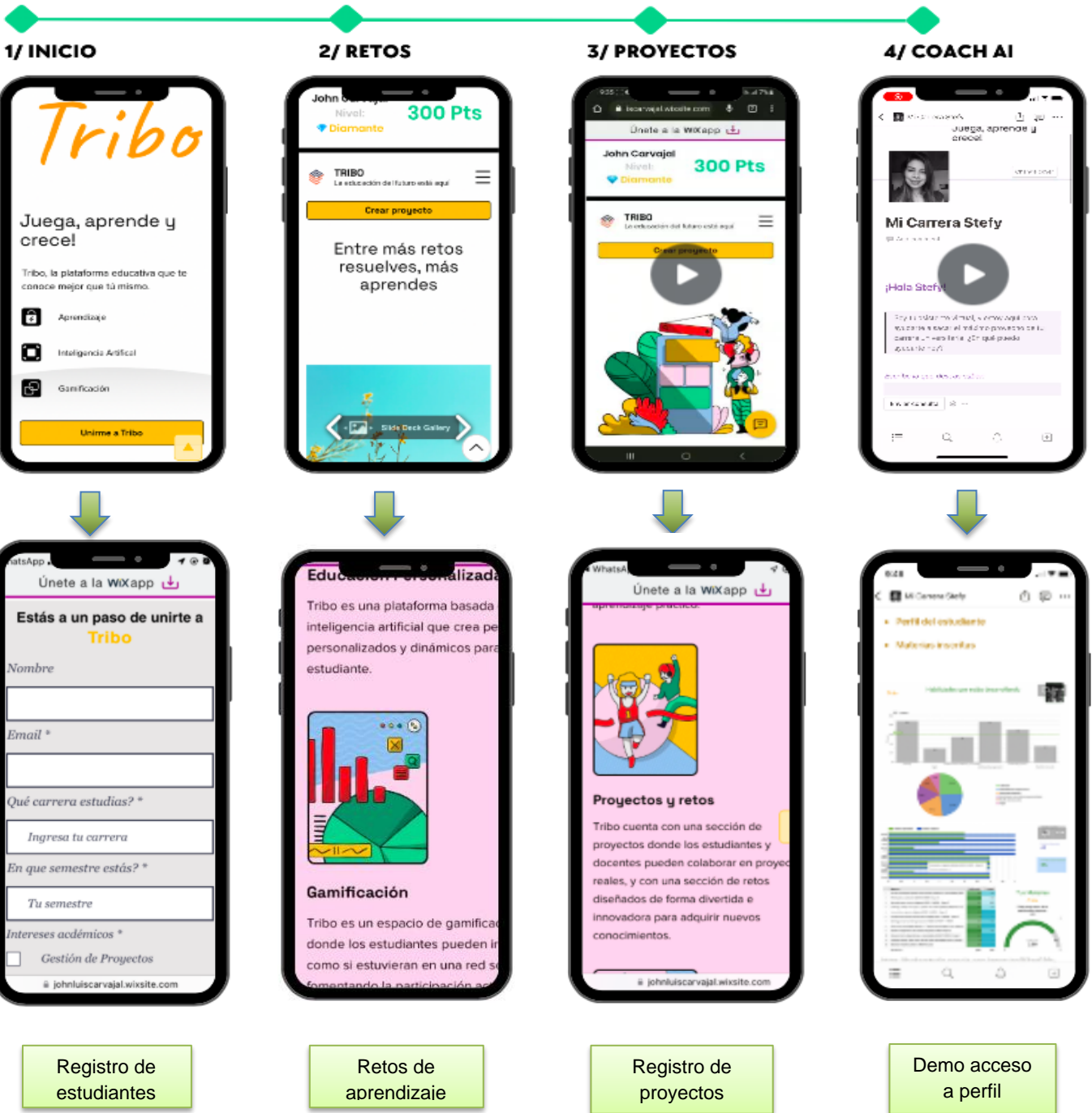
- Construcción de plataforma
- 2 Desarrolladores
- 1 Diseñador de producto
- 1 Scrum Master
- Herramientas desarrollo
- Soporte, administración y branding de plataforma
- Impuesto

7. Muestra del producto / servicio

Tribo ofrece a sus usuarios una experiencia segura e interactiva a través de una landing page accesible desde cualquier dispositivo móvil u ordenador. Esta página cuenta con diversas secciones que permiten explorar y experimentar todas las funcionalidades de Tribo. En su página principal, podrás unirte a la comunidad de Tribo y acceder a una sección de retos diseñados para fortalecer tus conocimientos de manera práctica y divertida. Además, podrás registrar tus proyectos y mantener un perfil personalizado donde podrás verificar tus avances, logros y metas por cumplir. **Link prototipo:**

<https://johnluiscarvajal.wixsite.com/landingtribo>

PROTOTIPO



8. Presentación de las hipótesis críticas, justificando su elección

Deseabilidad: La gamificación es una estrategia atractiva para los estudiantes y esto hará que se enganchen con la plataforma. La gamificación es una técnica que se ha demostrado efectiva en aumentar la motivación y el compromiso de los usuarios, y es especialmente efectiva en el ámbito educativo. Es un aspecto fundamental que se está evaluando en relación al éxito y la aceptación de la plataforma. Si esta hipótesis resulta ser verdadera, es probable que tenga un impacto significativo en la adopción y el uso de la plataforma, lo que podría influir en el diseño de las actividades y la experiencia de aprendizaje colaborativo ofrecida. Por lo tanto, su validez es de crucial importancia para el éxito del proyecto.

Factibilidad: Es posible crear una plataforma que utilice en su mayoría inteligencia artificial para conocer profundamente a los estudiantes y ofrecer una herramienta de educación personalizada. Implica determinar si la tecnología de inteligencia artificial está lo suficientemente desarrollada y disponible para proporcionar un nivel adecuado de personalización educativa, así como si existen recursos suficientes y una infraestructura adecuada para respaldar su implementación. Además, la factibilidad también considera aspectos financieros, legales y éticos relacionados con el uso de inteligencia artificial en la educación. La validación de esta hipótesis crítica es fundamental para determinar la viabilidad y el potencial éxito de la plataforma propuesta

Viabilidad: La plataforma Tribo será capaz de alcanzar las funcionalidades de los LMS actuales y además agregar el conocimiento profundo de los estudiantes, gracias a su enfoque en el aprendizaje práctico y proyectos reales. Esta hipótesis es crítica porque se centra en determinar si la plataforma Tribo puede satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios en términos de funcionalidades y, al mismo tiempo, diferenciarse al proporcionar una experiencia de aprendizaje más interactiva y significativa.

9. Diseño y evidencias del proceso de experimentación

Tribo en alineación con los objetivos a alcanzar en cuanto a deseabilidad, factibilidad y viabilidad se presenta el siguiente proceso de experimentación para cada una de las hipótesis:

Hipótesis N°1: La gamificación es una estrategia atractiva para los estudiantes y esto hará que se enganchen con la plataforma.

Test Card



Test Name: LANDING PAGE	Date: 2023/05/15
Assigned: JOHN CARVAJAL	Duration: 1 Semana

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

Que los estudiantes se sentirán atraídos con una plataforma de educación personalizada que los conozca profundamente.

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Vamos a crear una landing page en donde vamos a explicar de que se trata la plataforma Tribo y vamos a colocar un CTA para que los que se sientan atraídos se puedan registrar.

STEP 3: METRIC

And measure

- Cantidad de usuarios que visitan la landing page
- Tasa de clics en el CTA: Porcentaje de usuarios que hacen clic en el botón de registro.
- Feedback cualitativo: Opiniones y comentarios de los usuarios sobre el diseño, la redacción y la experiencia general del CTA.

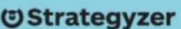
STEP 4: CRITERIA

We are right if

Si al menos 2 de cada 10 usuarios que ingresaron a la landing se registraron.

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Learning Card



Insight: LANDING PAGE	Date: 17/05/2023
Per: JOHN CARVAJAL	Role: Marketing

STEP 1: HYPOTHESIS

We believed that

Que los estudiantes se sentirían atraídos con una plataforma de educación personalizada que los conozca profundamente.

STEP 2: OBSERVATION

We observed

38 visitantes a la landing page
11 Conversiones (Se registraron y dejaron sus datos) Data Reliability: 👍 👍 👍

Tasa de conversión 11/ 38 = 28%

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

From that we learned that

La campaña de divulgación de anuncio invitando a visitar la landing page fue confiable. Action Required: 👍

De todas las características que posee Tribo es el aprendizaje personalizado. 👍

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

Therefore, we will

Organizar por categorías y/ o temáticas los tipos de proyectos reales. Impulsaremos la funcionalidad de conocer al usuario para que su aprendizaje sea mucho más personalizado.

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Hipótesis N°2: *Es posible crear una plataforma que utilice en su mayoría inteligencia artificial para conocer profundamente a los estudiantes y ofrecer una herramienta de educación personalizada.*

Test Card

Strategyzer

Plataforma sencilla MVP con servicios No Code	De 2023/05/25
/ESTEFANY VERGARA	1 Semana

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

Es posible crear una plataforma en donde se almacenen los datos de un estudiante y con inteligencia artificial ir acompañándolo en su proceso de aprendizaje (Personalizado)

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Crearemos un plataforma sencilla usando servicios No Code e integrándole Inteligencia Artificial para registrar los datos de los primeros usuarios y generar una página web a donde pueden acceder para consultar lo que Tribo les sugiere y ayuda

STEP 3: METRIC

And measure

1. Cantidad de páginas de cada usuario generadas por la plataforma Tribo y enviadas a los usuarios
2. Cantidad usuarios que revisaron su página
3. Cantidad de usuarios que indiquen que usarían la plataforma.

Time Required:

STEP 4: CRITERIA

We are right if

Si al menos el 60% de los usuarios que recibieron una página con su análisis y sugerencias sobre su carrera profesional indican que usarían la plataforma Tribo.

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Learning Card

Strategyzer

Plataforma sencilla MVP con servicios No Code	2023/05/25 <small>Learning</small>
ESTEFANY VERGARA	

STEP 1: HYPOTHESIS

We believed that

Era posible crear una plataforma en donde se almacenen los datos de un estudiante y con inteligencia artificial ir acompañándolo en su proceso de aprendizaje (Personalizado)

STEP 2: OBSERVATION

We observed

Personas que ingresaron datos en plataforma: 7
 A cuantas personas se les envió una página personalizada: 6
 Personas que revisaron su pagina personalizada: 4
 Personas que indicaron que si usarían la plataforma: 2
 50% Interés en usar la plataforma

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

From that we learned that

Aunque a los usuarios les gusta hacer preguntas abiertas a Tribo sobre su carrera, utilizan mucho más las preguntas preestablecidas.

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

Therefore, we will

La experiencia de usuario seguirá siendo sencilla y simple pero definitivamente tendrá secciones de preguntas preestablecidas que el estudiante puede revisar rápidamente.

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Hipótesis N°3: La plataforma Tribo será capaz de alcanzar las funcionalidades de los LMS actuales y además agregar el conocimiento profundo de los estudiantes, gracias a su enfoque en el aprendizaje práctico y proyectos reales

Test Card Strategyzer

Demo de Tribo a Directivos y Docentes	Date: 2023/05/30
Estefany Vergara John Carvajal	Duration: 1 día

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

Que la plataforma Tribo le interesará a los directivos y docentes de las Universidades considerando su costo/beneficios. Critical: ▲▲▲

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Realizaremos entrevistas con demostración de la plataforma a directivos y docentes universitarios para saber si les interesaría adoptar ésta plataforma en su institución. Reliability: ▲▲▲

STEP 3: METRIC

And measure

La cantidad de docentes y directivos que estarían interesados en adquirir la plataforma para sus instituciones. Time Required: ⌚

STEP 4: CRITERIA

We are right if

Si 5 directivos o docentes indican que implementarían la plataforma en sus instituciones

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Learning Card Strategyzer

Demo de Tribo a Directivos y Docentes	Date: 2023/05/30
Estefany Vergara John Carvajal	

STEP 1: HYPOTHESIS

We believed that

Que la plataforma Tribo le interesaría a los directivos y docentes de las Universidades considerando su costo/beneficios.

STEP 2: OBSERVATION

We observed Personas entrevistadas: 2
Personas interesadas: 1
50%

La mayoría de docentes se ven atraídos por la plataforma sobretodo porque les permitirá reducir tiempos en tareas repetitivas y enfocarse más en el conocimiento de varios estudiantes para pasar a tener un rol de acompañamiento y apoyo al estilo coaching, sin embargo la mayoría consideran que es complicado que los directivos puedan apoyar la idea de cambiar de plataforma. Reliability: ▲▲▲

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

From that we learned that

Que hay instituciones que cuentan con un presupuesto para innovación y con ellas es más sencillo implementar un piloto de Tribo y otras instituciones aunque a los docentes y directivos les guste la plataforma, la decisión de implementarla depende de otras áreas como la administrativa y financiera. Reliability: ▲▲▲

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

Therefore, we will

Seguir validando con otras instituciones y con otros directivos y/o docentes

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

- **Principales observaciones y aprendizajes**

Hipótesis N°1: Después de realizar algunos experimentos en la plataforma, observamos respuesta positiva por parte de usuarios al momento de registrarse. El video explicativo fue un factor determinante para comprender de qué se trata Tribo. Esto sugiere que la plataforma debe enfatizar y mejorar la calidad de la información proporcionada en los videos explicativos para atraer a más usuarios y mejorar la tasa de conversión.

Hipótesis N°2: Otra observación importante es que la plataforma podría almacenar información sobre los estudiantes, crear un historial estudiantil y utilizar inteligencia artificial para generar interacciones personalizadas. La personalización

es una tendencia importante en la educación en línea, y Tribo podría aprovecharla para mejorar la experiencia de los usuarios.

Hipótesis N°3: En cuanto a los docentes, la mayoría se ven atraídos por la plataforma, ya que les permitirá reducir el tiempo de tareas repetitivas y enfocarse más en el conocimiento de varios estudiantes para pasar a tener un rol de acompañamiento y apoyo al estilo coaching. Sin embargo, la mayoría considera que es complicado que los directivos puedan apoyar la idea de cambiar de plataforma. Es importante que Tribo tenga en cuenta este desafío y desarrolle una estrategia para persuadir a los directivos de que la plataforma es beneficiosa para la institución.

También se observó que hay instituciones que cuentan con un presupuesto para innovación y con ellas es más sencillo implementar un piloto de Tribo. Por otro lado, en algunas instituciones, aunque a los docentes y directivos les guste la plataforma, la decisión de implementarla depende de otras áreas como la administrativa y financiera. Tribo podría enfocarse en identificar y trabajar con instituciones que tengan un presupuesto para innovación y puedan implementar la plataforma de manera más sencilla.

- **Propuesta de valor Tribo después de pruebas**

Después de realizar los diferentes experimentos para validar las hipótesis críticas podemos ver que la propuesta de valor se acotó en cuanto al alcance puntualmente que antes de los experimentos se pensaba iniciar en una primera versión incluyendo la parte del conocimiento de los estudiantes, los retos y los proyectos. También se consideraba una sección para que empresas pudieran colocar proyectos que les

interesen a los estudiantes sin embargo con los Insights que descubrimos vamos a enfocarnos en el conocimiento profundo de los estudiantes y en generar una experiencia de usuario mucho más simple y sencilla pero que si contenga preguntas preestablecidas qué es lo que le interesa a los usuarios.

- **Logros obtenidos a lo largo del proceso**

A partir del registro de aprendizaje en cada uno de los experimentos realizados, se ha obtenido un logro significativo en el proceso de implementación de la plataforma Tribo entre estos:

1. El registro exitoso de 11 usuarios en la plataforma. Este hito demuestra la capacidad de Tribo para atraer y captar la atención de los usuarios, así como su potencial para ofrecer una experiencia de aprendizaje personalizada y atractiva.
2. El registro de 11 usuarios es un primer paso prometedor hacia una mayor adopción y tracción de la plataforma, sentando las bases para un crecimiento sostenible y el logro de los objetivos planteados.



11 Conversiones (Se registraron y dejaron sus datos)

Tasa de conversión

$$11 / 38 =$$

28%

10. Roadmap del Negocio

Se proponen las siguientes actividades distribuidas en 3 versiones que se proyectan para la mejora continua de Tribo:

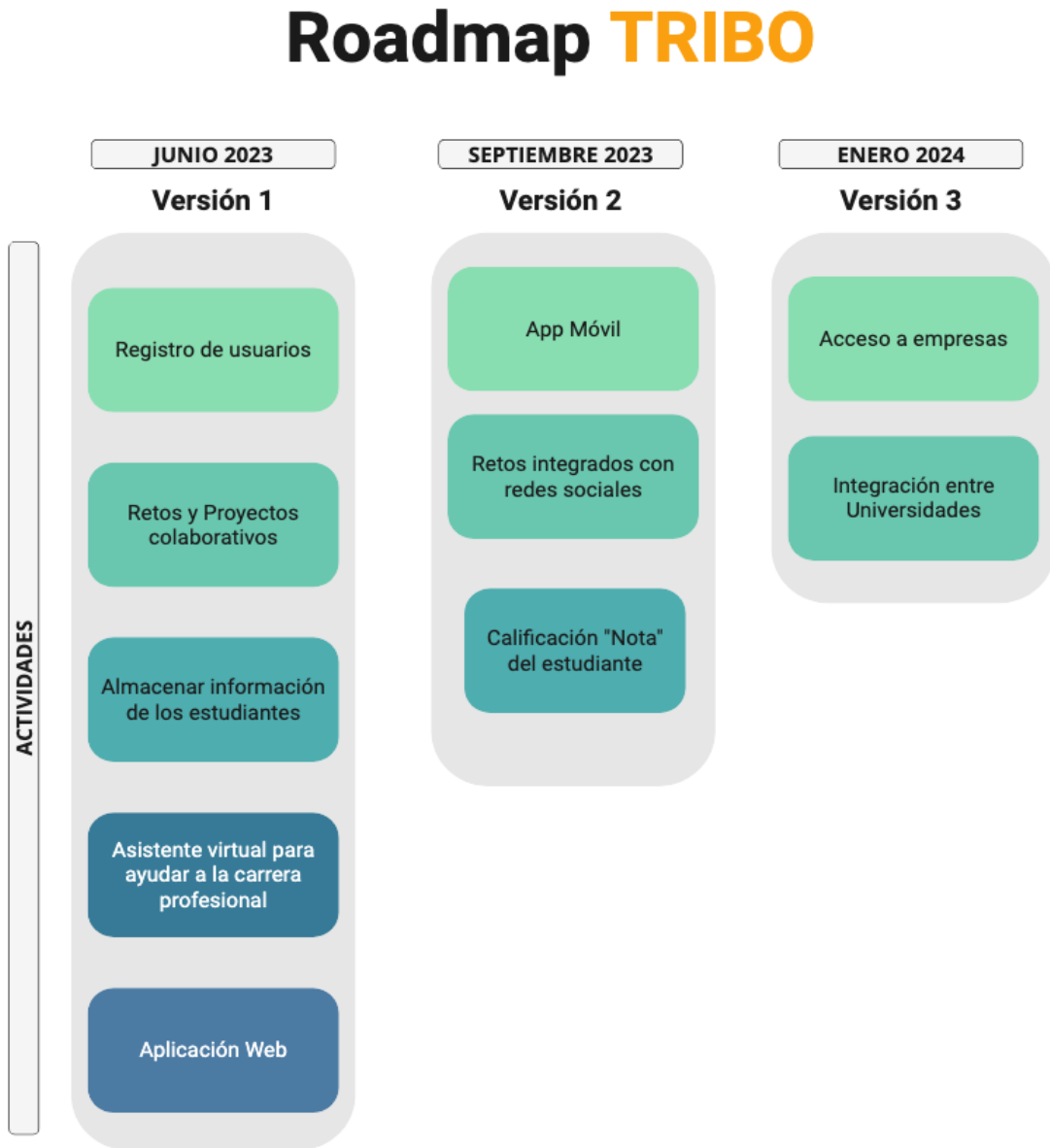


Figura N° 3.Roadmap. Elaboración por el autor.

11. Aprendizajes del proceso.

A lo largo de este curso, hemos experimentado el poder transformador del aprendizaje mediante la aplicación de conocimientos. Hemos descubierto que el simple hecho de adquirir información no es suficiente, sino que es en la acción donde verdaderamente se cristalizan los aprendizajes. Al poner en práctica los conceptos y teorías aprendidos, hemos sido capaces de generar soluciones concretas y tangibles. Para este proceso hemos podido compartir ideas, desafiar nuestras perspectivas y aprender unos de otros. Nos hemos dado cuenta de que el aprendizaje no es un proceso aislado, sino que se enriquece al interactuar con otros y al estar expuestos a diferentes puntos de vista.

Además, hemos experimentado cómo ayudar al aprendizaje de otros también nos ha ayudado a fortalecer nuestro propio conocimiento. A medida que hemos compartido nuestras experiencias y brindado nuestra visión, hemos reforzado nuestros propios aprendizajes y hemos ampliado nuestra comprensión de los temas abordados. En resumen, hemos aprendido que aprender y enseñar son procesos interconectados y complementarios, y que al aplicar nuestros conocimientos para generar soluciones y ayudar a los demás, logramos un aprendizaje más profundo y significativo.

12. Conclusiones

Durante la Maestría en Estrategia Digital de Negocios, hemos adquirido conocimientos teóricos y prácticos, pero lo más importante ha sido aprender a aplicarlos. La propuesta Tribo nos ha brindado ese espacio necesario para desarrollar soluciones efectivas y contribuir al proceso educativo. La interacción con usuarios reales ha validado nuestras ideas y mejorado nuestras estrategias.

Tribo destaca por su enfoque en proyectos reales, su plataforma gamificada, la conexión con estudiantes y emprendedores, la ayuda en el desarrollo de proyectos y su complemento al rol del docente. En conjunto, con estos elementos se busca potenciar una alternativa para mejorar el aprendizaje y preparación para el mundo empresarial y sus retos en el ámbito digital. En conclusión, la Maestría en Estrategia Digital de Negocios y la propuesta Tribo han sido una combinación poderosa para nuestro desarrollo profesional y generar un impacto significativo en el mundo empresarial digital. Hemos aprendido que el conocimiento adquiere su verdadero valor cuando se aplica en la práctica y se comparte con otros.

13. Bibliografía

1. González, G., & Blas, N. (2016). El olvido del aprendizaje en estudiantes universitarios: una revisión sistemática. (Olvidar en el aprendizaje). *Revista de Educación*, 372, 223-248.

2. Bjork, R. A., Dunlosky, J., & Kornell, N. (2013). The forgetting curve and its implications for higher education. *Trends in Cognitive Sciences*, 17(7), 335-342. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2013.05.002>

3. Discover eLearning UK. (2023). The Forgetting Curve: What You Need to Know. Retrieved from <https://discoverelearninguk.com/the-forgetting-curve-what-you-need-to-know/>