

TestU: Marketing 6.0 y nuevas propuestas pedagógicas

Del cielo a las aulas: aprender a recordar

TestU es una iniciativa educativa nacida de una paradoja observada en los cielos. Diego San Jorge, piloto comercial chileno, notó que incluso tras años de entrenamiento, en momentos críticos a veces la respuesta correcta no aparecía a tiempo. Su hipótesis fue clara: no basta con almacenar conocimiento, hay que entrenar el acceso a la memoria.

Junto con Hugo Gisande, experto en marketing y data mining, desarrollaron un sistema que combina neurociencia, tecnología e inteligencia artificial para convertir el aprendizaje en un proceso personalizado y adaptativo. Así nació TestU Labs, Inc. (California, EE. UU.) y su primera aplicación: *PreU by TestU*, una plataforma que transforma la preparación para la Prueba de Acceso a la Educación Superior (PAES) en una experiencia inmersiva y humana.

El método TestU: recordar a tiempo

El motor de IA de TestU predice el olvido y programa repasos “just in time”. Las preguntas dejan de ser un examen para convertirse en un dispositivo de activación de la memoria.

Cada estudiante recorre una trayectoria personalizada: diagnóstico → práctica → simulacros → repaso. El tutor virtual IA 24/7 acompaña el proceso, responde dudas y guía próximos pasos.

En este modelo, la tecnología no reemplaza la docencia, sino que reduce la ansiedad y aumenta la autoconfianza, garantizando que el conocimiento esté disponible en el momento preciso.

Propósito y valor pedagógico

TestU asume un propósito humanista alineado al *Marketing 6.0*: usar la tecnología para mejorar vidas. Busca nivelar las oportunidades educativas y reducir brechas de acceso a la preparación de calidad.

Cada estudiante experimenta una mejora medible —aumento promedio del 30 % en puntaje PAES, reducción del 42 % en la tasa de olvido— mientras las instituciones disponen de analíticas en tiempo real para orientar su gestión pedagógica.

A nivel social, el impacto es profundo: estudiantes de regiones rurales pueden acceder al mismo nivel de preparación que quienes viven en grandes centros urbanos. La personalización se convierte en infraestructura de equidad.

Ecosistema y alianzas

La propuesta de valor combina tres frentes:

- B2C (estudiantes y familias): experiencia personalizada, gamificación, simulacros y reportes para hogares que acompañan el aprendizaje.
- B2B (colegios): gestión educativa basada en datos, con tableros que detectan brechas por cohorte y alertas tempranas de riesgo.
- B2B2C (aliados estratégicos): empresas, fundaciones y gobiernos financian becas con trazabilidad e indicadores de impacto social verificables.

Marketing 6.0 en acción

TestU encarna los principios del *Marketing 6.0*:

- Tecnología con propósito: IA y analítica al servicio del bienestar.
- Experiencia phygital: integración fluida entre el aprendizaje digital y presencial.
- Valor compartido: alianzas que amplían el acceso.
- Centralidad humana: reducir la ansiedad y potenciar la autoconfianza.
- Sostenibilidad: menor deserción, ahorro de tiempo y recursos.

El proyecto demuestra que el *High-Tech + High-Touch* es posible: tecnología avanzada al servicio de relaciones humanas significativas. TestU transforma el aprendizaje en una experiencia personalizada, empática y eficaz, probando que el Marketing 6.0 puede traducirse en impacto social real y medible.