

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



Facultad de Ingeniería en Ciencias Aplicadas

Carrera de Ingeniería en Sistemas Computacionales

**IMPLEMENTACIÓN DE UN CURSO MOOC PARA LA GESTIÓN DE VENTAS  
COMO UNA ALTERNATIVA TECNOLÓGICA DE PREPARACIÓN MASIVA A  
TRAVÉS DEL USO DE TÉCNICAS DE GAMIFICACIÓN**

Trabajo de grado presentado en la Universidad Técnica del Norte previo a la obtención del  
título de Ingeniero en Sistemas Computacionales

Autor:

Romero Cotacachi Sairi Alexander

Director:

PhD. Irving Marlon Reascos Paredes

Ibarra-Ecuador

2022



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DEL CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1050391349		
<b>APELLIDOS Y NOMBRE:</b>	Romero Cotacachi Sairi Alexander		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Otavalo, Parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas, Calle Atahualpa		
<b>EMAIL:</b>	saromero@utn.edu.ec		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2690106	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0939281051

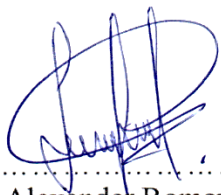
DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	IMPLEMENTACIÓN DE UN CURSO MOOC PARA LA GESTIÓN DE VENTAS COMO UNA ALTERNATIVA TECNOLÓGICA DE PREPARACIÓN MASIVA A TRAVÉS DEL USO DE TÉCNICAS DE GAMIFICACIÓN
<b>AUTOR (ES):</b>	Romero Cotacachi Sairi Alexander
<b>FECHA: DD/MM/AAAA:</b>	21/09/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniero en Sistemas Computacionales
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	PhD. Irving Reascos

## **2. CONSTANCIAS**

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que se asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 21 días del mes de septiembre de 2022

### **EL AUTOR:**



.....  
Sairi Alexander Romero Cotacachi  
CI: 105039134-9



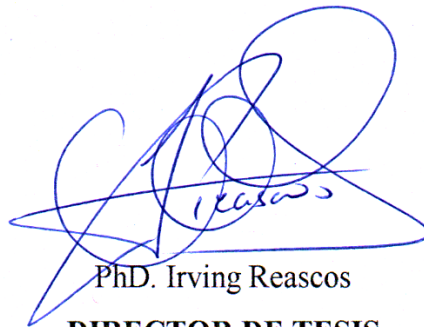
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA EN CIENCIAS APLICADAS**

**CERTIFICADO DEL DIRECTOR**

Por medio de la presente yo PhD. Irving Reascos, certifico que el Sr. Sairi Alexander Romero Cotacachi, portador de la cédula de identidad Nro. 1050391349, ha trabajado en el desarrollo del proyecto de tesis **“IMPLEMENTACIÓN DE UN CURSO MOOC PARA LA GESTIÓN DE VENTAS COMO UNA ALTERNATIVA TECNOLÓGICA DE PREPARACIÓN MASIVA A TRAVÉS DEL USO DE TÉCNICAS DE GAMIFICACIÓN”**, previo a la obtención del título de Ingeniería en Sistemas Computacionales, lo cual ha realizado en su totalidad con responsabilidad.

Es todo cuanto puedo certificar en honor de la verdad.

Atentamente:



PhD. Irving Reascos  
**DIRECTOR DE TESIS**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a mi familia quienes con su apoyo incondicional, esfuerzo y dedicación han sabido guiarme por el camino de la sabiduría y el bien; convirtiéndose en el ejemplo de vida, esfuerzo y sacrificio, sabiendo apoyarme en decisiones acertadas y corregirme en las equivocadas brindándome siempre su apoyo y confianza durante toda mi carrera universitaria.

A la Universidad Técnica del Norte que he formado como un profesional con pensamiento técnico y crítico para el aporte social.

A mis maestros, amigos y demás familiares quienes compartieron sus fuerzas, ánimos y esperanza acompañándome en mi camino a concretar esta tesis.

Sairi Romero

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar quiero agradecer a Dios por darme la fortaleza y capacidad para llegar a cumplir mis metas.

Quiero Agradecer a mi familia: Mis padres y hermanos por el apoyo incondicional brindado desde el inicio hasta el fin de mis estudios universitarios. A mis amigos y compañeros de la universidad, especialmente de la Facultad FICA por todas las experiencias compartidas desde las más duras hasta las más agradables convirtiéndose en una familia más, dentro de este largo camino de formación académica.

Agradezco al PhD. Irving Reascos por sus consejos, correcciones y apoyo los cuales supieron guiarme en el desarrollo de este gran proyecto. Y por último a la Universidad Técnica del Norte por permitirme formarme como profesional, en esta prestigiosa Institución de Educación Superior

## TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
TABLA DE CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
RESUMEN .....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN .....	1
Antecedentes .....	1
Situación Actual.....	1
Prospectiva.....	2
Planteamiento del Problema .....	2
Objetivos .....	3
Objetivo General .....	3
Objetivos Específicos.....	3
Alcance .....	4
Justificación .....	5
Justificación Tecnológica.....	5
Justificación Social.....	5
CAPÍTULO I .....	7
1.    Revisión de Literatura.....	7
1.1.  Definición de MOOC.....	7
1.2.  Características de los MOOC.....	7
1.3.  Tipologías de MOOC.....	8
1.4.  Estructura General de los MOOC .....	10
1.5.  La Gamificación.....	13
1.6.  Técnicas de Gamificación.....	14
1.6.1.  Técnicas Dinámicas .....	15
1.6.2.  Técnicas Mecánicas .....	17
1.6.3.  Técnicas con Componentes .....	18
1.7.  Uso de la gamificación en los MOOC .....	20
1.8.  Situación actual de los MOOC de Gestión de Ventas .....	21
1.9.  Herramientas de desarrollo de cursos MOOC .....	23

1.10. Selección de Herramienta para el desarrollo del Curso MOOC .....	33
CAPITULO II: .....	37
2. Desarrollo.....	37
2.1. Metodología para el desarrollo del MOOC .....	37
2.2. Fase de Análisis .....	39
2.3. Fase de Diseño .....	45
2.3.1. Estructuración del MOOC .....	45
2.3.2. Diseño del Módulo 1 .....	50
2.3.3. Diseño del Módulo 2 .....	53
2.3.4. Diseño del Módulo 3 .....	57
2.3.5. Diseño del Módulo 4 .....	61
2.4. Fase de Desarrollo.....	65
2.4.1. Creación del Módulo 1 .....	65
2.4.2. Creación del Módulo 2 .....	72
2.4.3. Creación del Módulo 3 .....	78
2.4.4. Creación del Módulo 4 .....	84
2.5. Fase de Implementación .....	91
2.6. Fase de Evaluación .....	92
2.7. Publicación del MOOC de Gestión de Ventas.....	97
CAPÍTULO III.....	99
3. Análisis de Resultados .....	99
3.1. Diseño del Instrumento de medición .....	101
3.1.1. Planificación .....	101
3.1.2. Recolección de Datos .....	103
3.1.3. Análisis de Datos .....	104
3.2. Presentación de resultados .....	108
3.2.1. Análisis del perfil de los encuestados.....	108
3.2.2. Variables del modelo de DeLone y McLean .....	109
3.2.3. Análisis de favorabilidad y desfavorabilidad .....	117
CONCLUSIONES .....	120
RECOMENDACIONES.....	122
REFERENCIAS.....	124
ANEXOS .....	127



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Árbol de Problemas</i> .....	3
Figura 2. <i>Alcance del Proyecto</i> .....	4
Figura 3. <i>Estructura general de un MOOC</i> .....	11
Figura 4. <i>Técnicas de Gamificación</i> .....	15
Figura 5. <i>Técnicas Dinámicas</i> .....	16
Figura 6. <i>Técnicas Mecánicas</i> .....	17
Figura 7. <i>Técnicas con Componentes</i> .....	19
Figura 8. <i>Distribución de Cursos por Áreas dentro de plataformas MOOC</i> .....	22
Figura 9. <i>Metodología ADDIE</i> .....	37
Figura 10. <i>Encuesta-Temas necesarios que requieren las personas que se dedican a la comercialización de productos</i> .....	40
Figura 11. <i>Línea de aprendizaje del Módulo 1</i> .....	66
Figura 12. <i>Interfaz Inicio del Módulo 1</i> .....	67
Figura 13. <i>Interfaz de Introducción al Modulo 1</i> .....	68
Figura 14. <i>Interfaz de Explicación Textual</i> .....	69
Figura 15. <i>Interfaz de una explicación visual</i> .....	70
Figura 16. <i>Interfaz Sección de Gamificación</i> .....	71
Figura 17. <i>Interfaz evaluación del Módulo 1</i> .....	71
Figura 18. <i>Línea de aprendizaje del Módulo 2</i> .....	72
Figura 19. <i>Interfaz Inicio del Módulo 2</i> .....	73
Figura 20. <i>Interfaz de Introducción al Modulo 2</i> .....	74
Figura 21. <i>Interfaz de Explicación Textual Modulo 2</i> .....	75
Figura 22. <i>Interfaz de una explicación visual del Módulo 2</i> .....	76
Figura 23. <i>Interfaz Sección de Gamificación del Módulo 2</i> .....	77
Figura 24. <i>Interfaz evaluación del Módulo 2</i> .....	77
Figura 25. <i>Línea de aprendizaje del Módulo 3</i> .....	78
Figura 26. <i>Interfaz Inicio del Módulo 3</i> .....	79
Figura 27. <i>Interfaz de Introducción al Modulo 3</i> .....	80
Figura 28. <i>Interfaz de Explicación Textual Modulo 3</i> .....	81
Figura 29. <i>Interfaz de una explicación visual del Módulo 3</i> .....	82
Figura 30. <i>Interfaz Sección de Gamificación del Módulo 3</i> .....	83
Figura 31. <i>Interfaz evaluación del Módulo 3</i> .....	84
Figura 32. <i>Línea de aprendizaje del Módulo 4</i> .....	85
Figura 33. <i>Interfaz Inicio del Módulo 4</i> .....	86
Figura 34. <i>Interfaz de Introducción al Modulo 4</i> .....	87
Figura 35. <i>Interfaz de Explicación Textual Modulo 4</i> .....	88
Figura 36. <i>Interfaz de una explicación visual del Módulo 4</i> .....	89
Figura 37. <i>Interfaz Sección de Gamificación del Módulo 4</i> .....	90
Figura 38. <i>Interfaz evaluación del Módulo 4</i> .....	90
Figura 39. <i>Proceso de Implementación del MOOC</i> .....	91
Figura 40. <i>Implementación completada del MOOC de Gestión de Ventas dentro de la plataforma Moodle</i> .....	92
Figura 41. <i>Publicación del Curso MOOC</i> .....	98
Figura 42. <i>Modelo de Delon &amp; McLean</i> .....	100

Figura 43. <i>Genero de los Encuestados</i> .....	108
Figura 44. <i>Edad de los Encuestados</i> .....	109
Figura 45. <i>Calidad del sistema</i> .....	110
Figura 46. <i>Calidad de la Información</i> .....	112
Figura 47. <i>Calidad del Servicio</i> .....	113
Figura 48. <i>Intensión de Uso</i> .....	114
Figura 49. <i>Satisfacción del Usuario</i> .....	115
Figura 50. <i>Beneficios Obtenidos</i> .....	116
Figura 51. <i>Formula de cálculo de favorabilidad y desfavorabilidad</i> .....	118

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estructura del temario general de un MOOC .....	12
Tabla 2. Ventajas y Desventajas de la herramienta iSpring Suite.....	24
Tabla 3. Ventajas y Desventajas de la herramienta Adobe Captivate.....	25
Tabla 4. Ventajas y Desventajas de la herramienta Exe-Learning .....	26
Tabla 5. Ventajas y Desventajas de la herramienta Articulate Storyline 3 .....	27
Tabla 6. Ventajas y Desventajas de la herramienta Lectora Inspire.....	28
Tabla 7. Ventajas y Desventajas de la herramienta Elucidat .....	29
Tabla 8. Ventajas y Desventajas de la herramienta DominKnow .....	31
Tabla 9. Ventajas y Desventajas de la herramienta Easygenerator .....	32
Tabla 10. Ventajas y Desventajas de la herramienta Adapt .....	33
Tabla 11. Exclusión de herramientas no Open-Source para el desarrollo de curso virtuales. .....	34
Tabla 12. Comparativa de herramientas Open Source para el desarrollo de curso virtuales	35
Tabla 13. Recursos necesarios para el desarrollo del MOOC. ....	43
Tabla 14. Recursos necesarios para el alumno .....	44
Tabla 15. Temario del MOOC. ....	47
Tabla 16. Diseño Instruccional del Módulo I .....	50
Tabla 17. Inventario de tareas para el Módulo 1 .....	50
Tabla 18. Actividades Calificadas, Lúdicas y Optativas del Módulo 1 .....	53
Tabla 19. Diseño Instruccional del Módulo 2 .....	54
Tabla 20. Inventario de tareas para el Módulo 2 .....	54
Tabla 21. Actividades Calificadas, Lúdicas y Optativas del Módulo 2 .....	56
Tabla 22. Diseño Instruccional del Módulo 3 .....	57
Tabla 23. Inventario de tareas para el Módulo 3 .....	58
Tabla 24. Actividades Calificadas, Lúdicas y Optativas del Módulo 3 .....	61
Tabla 25. Diseño Instruccional del Módulo 4 .....	61
Tabla 26. Inventario de tareas para el Módulo 4 .....	62
Tabla 27. Actividades Calificadas, Lúdicas y Optativas del Módulo 4 .....	64
Tabla 28. Criterios de Evaluación para el Módulo 1 .....	93
Tabla 29. Criterios de Evaluación para el Módulo 2 .....	93
Tabla 30. Criterios de Evaluación para el Módulo 3 .....	94
Tabla 31. Criterios de Evaluación para el Módulo 4 .....	95
Tabla 32. Criterios de Evaluación de los Contenidos de los Módulos .....	95
Tabla 33. Definición de preguntas del cuestionario por dimensión .....	101
Tabla 34. Interpretación del coeficiente alfa de Cronbach .....	104
Tabla 35. Matriz de preguntas-respuestas del cuestionario .....	105
Tabla 36. Coeficiente Total de Fiabilidad .....	106
Tabla 37. Resultados del Alfa de Cronbach.....	106
Tabla 38. Resultados de Favorabilidad por Dimensión .....	118

## RESUMEN

Los MOOC han vuelto a tomar una mayor relevancia en la actualidad debido a la necesidad de cambiar o adaptar aquellos modelos tradicionales de capacitación o educación a los entornos virtuales de aprendizaje existentes, con el fin de abrir las puertas a una educación mucho más alternativa, masiva y online sobre temas de interés social, tal como la Gestión de Ventas, tema importante para las MiPymes.

El proyecto está dividido en tres capítulos. En el capítulo uno se realizó una revisión bibliográfica, centrada en investigar la situación actual de los MOOC de Gestión de Ventas y el uso de técnicas de gamificación dentro de estas plataformas, llegando a obtener información valiosa que permitió conocer las características, tipologías y herramientas que ayudan a desarrollar cursos MOOC adaptados a una educación más dinámica y entretenida.

En el capítulo dos, se desarrolló el MOOC utilizando la metodología ADDIE como guía de referencia y la herramienta Articulate Storyline 3, seleccionada tras una comparativa de características funcionales, las cuales permitieron analizar, diseñar, desarrollar, implementar y evaluar los contenidos diseñados dentro de cada uno de los cuatro módulos del MOOC.

En el capítulo tres se analizaron los beneficios obtenidos tras la implementación del MOOC. Para ello se utilizó el modelo de éxito de DeLone y McLean, considerando las categorías de: calidad del sistema, calidad de la información, calidad del servicio, intensidad de uso, satisfacción del usuario y sus impactos netos, obteniendo resultados muy positivos que ratifican el éxito de su implementación.

**Palabras clave:** MOOC, Técnicas de Gamificación, MiPymes, Gestión de Ventas, herramientas, metodología.

## ABSTRACT

MOOC have once again become more relevant nowadays due to the need to change or adapt those traditional training or education models to the current virtual learning environments, in order to open the doors to a much more open, massive and online education on topics of social interest, such as Sales Management. Important topics for MSMEs.

The project is developed in three chapters. In chapter one, a literature review focused on investigating the current situation of Sales Management MOOCs and the use of gamification techniques within these platforms, obtaining valuable information that allowed to know the characteristics, typologies and tools that allow the development of MOOC courses adapted to a more dynamic and entertaining education.

In chapter two, the MOOC was developed using the ADDIE methodology as a reference guide and the Articulate Storyline 3 tool, selected after a comparison of functional characteristics, which allowed to analyze, design, develop, implement and evaluate the contents designed within each of the four modules of the MOOC.

In chapter three, the benefits obtained after the implementation of the MOOC were analyzed. For this purpose, the DeLone and McLean success model was used, considering the following categories: system quality, information quality, service quality, user intent, user satisfaction and net impacts, obtaining very positive results that ratify the success of its implementation.

**Keywords:** MOOC, Gamification Techniques, MSMEs, Sales Management, tools, methodology.

# INTRODUCCIÓN

## **Antecedentes**

Las capacitaciones sobre temas de interés social han estado presentes durante varios años, incluso, muchos los siguen practicando hasta la actualidad; todos regidos bajo una metodología tradicional, donde el capacitador es el único dueño del conocimiento y responsable de compartirlo a la limitada participación de estudiantes. En base a esta problemática de limitación surgieron los cursos MOOC, los cuales se enfocan en distribuir el conocimiento de manera masiva y abierta, buscando siempre que el estudiante no sea un simple observador, sino más bien, que construya su conocimiento ayudado de recursos multimedia que faciliten su formación online (M. C. Bernal, 2015). Desde que surgieron los MOOC en el año 2012 y fueron conocidos como algo novedoso en la educación tradicional, han mantenido una evolución tanto en su estructura como en la ampliación de su catálogo de temas de interés social. Uno de los temas más demandados desde sus inicios, ha sido aquellos relacionados con la administración comercial, el cual engloba todo lo relacionado con las ventas, la gestión comercial, las estrategias y técnicas comerciales de venta; tópicos que son de gran ayuda para la capacitación de las pequeñas y medianas empresas (MiPymes) (Viteri et al., 2018).

## **Situación Actual**

En el entorno actual existen muchos cursos tradicionales acerca de capacitaciones sobre gestión de ventas, incluso existen miles de plataformas que ofrecen MOOC's gratuitos o pagados, enfocados en diferentes temáticas de interés social, una de ellas es la gestión de ventas, la cual va enfocada a la capacitación del sector comercial dentro de las MiPymes; todos estos cursos están idealizados en un objetivo común, ayudar en la formación de los

participantes de una manera mucho más digitalizada (Ortiz-Sykes, 2022). Sin embargo, hasta la fecha muchos de estos entornos de aprendizaje se siguen rigiendo bajo un estándar tradicional, donde solamente ofrecen grandes extensiones de texto con evaluaciones, que lo único que provocan es que el participante pierda interés en seguir aprendiendo de manera online. Por esta razón, muchas plataformas de educación actuales han invertido en muchos más recursos y estudios, con el fin de determinar la forma de aplicar la gamificación dentro de estos cursos masivos que tienen el objetivo de incentivar el aprendizaje divertido de manera abierta y masiva (Tobar, 2017).

### **Prospectiva**

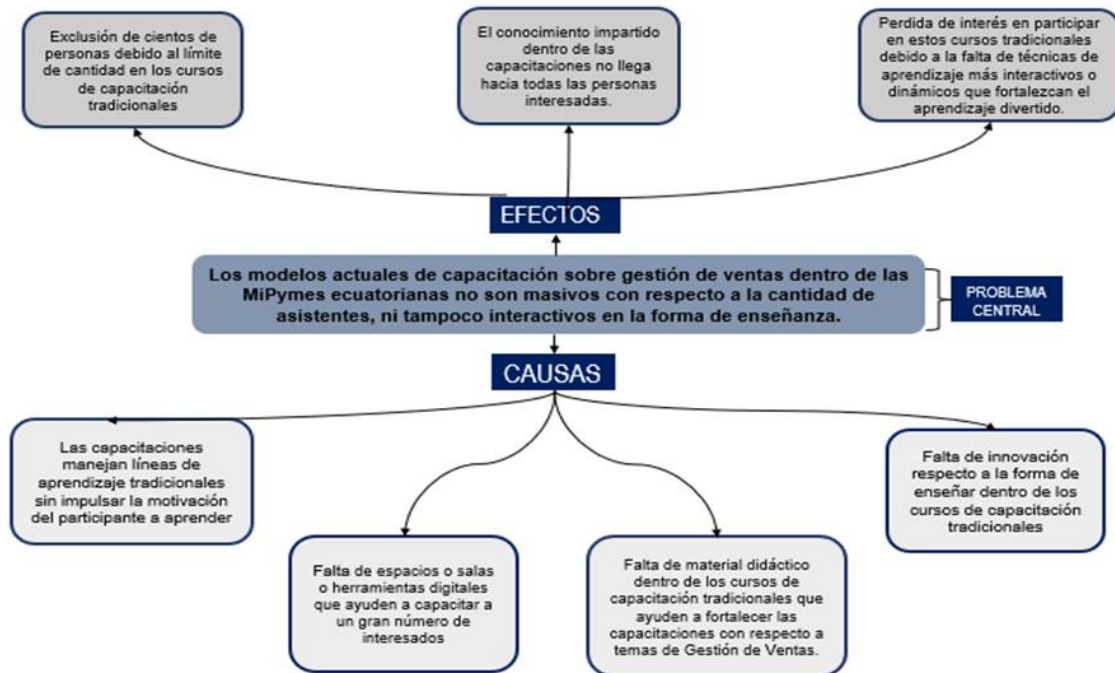
Con la presente propuesta se quiere cambiar los modelos de capacitación tradicionales dentro del país incluyendo un material mucho más actual y dinámico enfocado a las nuevas tendencias tecnológicas del aprendizaje virtual. Con la cual se pretende lograr que los microempresarios, empresarios-comerciantes y las personas que se dedican a la comercialización de productos dentro del país puedan adquirir capacitaciones en entornos virtuales MOOC sin ningún límite respecto a la cantidad de inscritos y sobre todo apoyados en una línea de aprendizaje mucho más dinámica y entretenida con el fin de fortalecer conocimientos que aporten a la mejora de sus negocios, empresas o actividad comercial

### **Planteamiento del Problema**

El problema surge de la necesidad de cambiar los modelos tradicionales de capacitación dentro de las MiPymes, buscando adaptar la educación y formación académica hacia los medios digitales para adquirir conocimientos de una manera más dinámica, abierta y masiva; tal y como se detalla en la Figura 1.

**Figura 1**

*Árbol de Problemas*



Fuente: *Propia*

## Objetivos

### Objetivo General

Implementar un curso MOOC sobre gestión de ventas a través del uso de técnicas de gamificación, para potencializar y facilitar la formación de personas que se dedican a la comercialización de productos.

### Objetivos Específicos

- Definir el estado del arte del uso de gamificación en cursos MOOC, a través de una revisión de literatura.
- Desarrollar el curso MOOC, utilizando guías metodológicas.
- Analizar los beneficios obtenidos de la implementación del curso MOOC usando el modelo de éxito de los sistemas de información de DeLone y McLean

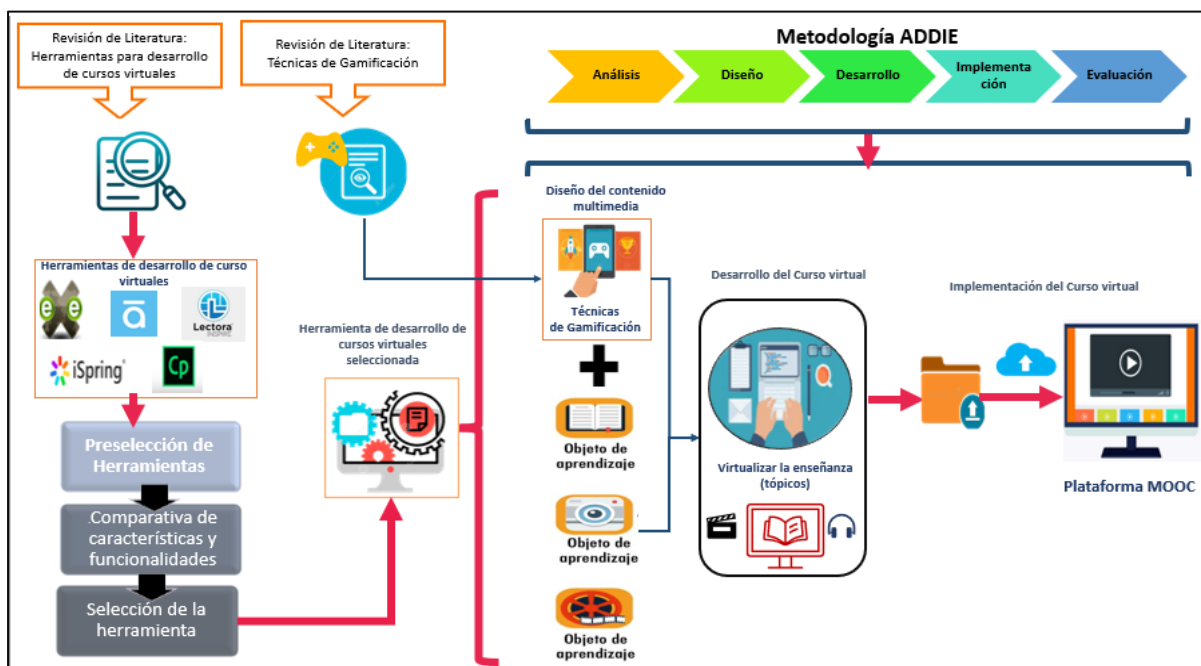


## Alcance

En este proyecto de titulación, se propone implementar un curso MOOC de Gestión de Ventas utilizando técnicas de gamificación adaptadas a entornos virtuales de aprendizaje. El desarrollo del MOOC partirá desde la investigación referente a las técnicas de gamificación que se podrían utilizar dentro del MOOC, seguido se realizara otra investigación referente a las herramientas de diseño y desarrollo de cursos virtuales para posteriormente seleccionar una herramienta en base a una comparativa de características y funcionalidades requeridas y así finalmente aplicar una metodología instruccional (ADDIE) para el desarrollo del curso MOOC tal y como se observa en la Figura 2.

**Figura 2**

### *Alcance del Proyecto*



Fuente: *Propia*

El curso MOOC será una aplicación tipo web que estará desarrollada en la herramienta de desarrollo de cursos virtuales. Dicho curso estará conformado por 4 módulos los cuales

culminaran con la implementación dentro de una plataforma MOOC (Moodle), la cual controlara el ingreso, las notas, las actividades, evaluaciones y el progreso del aprendizaje.

## **Justificación**

### **Justificación Tecnológica.**

El presente trabajo de titulación tiene como principal objetivo cambiar los modelos tradicionales de capacitación adaptando la enseñanza-aprendizaje hacia los entornos virtuales de aprendizaje masivos y abiertos MOOC. Los cursos MOOC nacieron como alternativa de preparación masiva, la cual ofrece brindar un tipo de educación mucho más digitalizada adaptando contenidos multimedia dinámicos dentro del proceso de formación académica; así mismo su estructura se caracteriza por ofrecer un acceso libre e ilimitado con respecto a la participación (Normandi Atiaja & García Martínez, 2020).

Los MOOC brindan innovación en la enseñanza, producen resultados efectivos, optimizan recursos limitados, logra equidad y calidad en el aprendizaje, constituye un apoyo a las nuevas tecnologías y busca la creatividad en el estudiante. (Acosta, 2015)

### **Justificación Social.**

En la actualidad las empresas, negocios o emprendimientos requieren de capacitaciones referentes al tema de gestión de ventas principalmente por que en los últimos años la actividad que más crecimiento ha tenido es el sector comercial (CNTrimestral, 2022). A pesar de que existen ciertas capacitaciones tradicionales referentes al tema, no todas se adaptan a horarios cómodos, no abren cupos ilimitados y no se adaptan a una línea de aprendizaje mucho más dinámico y entretenida. Por esa razón se plantea implementar un curso MOOC que ayude a solventar estas necesidades tanto a nivel de enseñanza, participación y acceso libre a contenidos dinámicos que ayuden a fortalecer la formación masiva en el área de gestión de ventas dentro del sector, y así lograr compartir el

conocimiento hacia las personas que hace de la comercialización de productos un oficio (Zambrano, 2017).

# CAPÍTULO I

## 1. Revisión de Literatura

### 1.1. Definición de MOOC

Según (Ruiz, 2015), el MOOC es un modelo educativo tecno pedagógico emergente, desarrollado en la modalidad en línea y caracterizado por el uso de los recursos de internet y las tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), orientados a la difusión de contenidos a través de la web; se centra en la formación autónoma del estudiante, quien es el responsable directo de su propio aprendizaje; es masivo, porque es una oferta de aprendizaje que se dirige simultánea y públicamente a miles de participantes, porque es de libre disposición, es decir, cualquier persona puede acceder libremente al contenido digital de los cursos sin otro requisito que su motivación para aprender.

Por otro lado para (Terán & Mendieta, 2019), los cursos MOOC se han entendido como la última evolución del aprendizaje en red, con la cual se pretende transformar radicalmente la enseñanza y el aprendizaje autónomo de miles de personas a nivel mundial basándose en el uso de la tecnología como medio de aprendizaje; es así como determinan que los MOOC surgieron como una forma innovadora de difundir el conocimiento a millones de estudiantes en todo el mundo (Chauhan et al., 2016), enfocándose en la formación online fundamentada en la apertura, la masividad, la ubicuidad y por el momento, en la gratuidad; factores que determinan una formación mucho más digitalizada.

### 1.2. Características de los MOOC

En cuanto a lo que se refiere a características, según (Arteaga & Giraldo, 2020), define una serie de rasgos que debe cumplir un curso en línea para ser considerado como MOOC. Estas características son:

- Fácil accesibilidad desde cualquier espacio, lugar o tiempo.
- No debe contar con restricciones.
- Estar apoyado en materiales audiovisuales innovadores y creativos.
- Permitir la inscripción ilimitada de participantes.
- Debe tener integrado distintos elementos de la Web 2.0 tales como: redes sociales, foros y blogs para facilitar y fortalecer el aprendizaje.

Por otro lado, (M. Bernal, 2020) define que la característica principal de los MOOC es el contenido y la capacidad ilimitada que ofrece el curso, el cual debe estar apoyado en recursos multimedia, siendo los materiales audiovisuales los principalmente utilizados. Dentro de estos cursos las lecciones de vídeo se convierten en un recurso imprescindible para la distribución de los contenidos, añadiendo de forma adicional materiales complementarios en otros formatos tales como: PDF, fotografías, audios y páginas web los cuales van asociados a un entorno de aprendizaje colaborativo en el que el estudiante no es un mero observador, sino que es el actor directo en todo momento y colaborador activo responsable de su propio aprendizaje.

### **1.3. Tipologías de MOOC**

Según (Méndez, 2019) define que los MOOC, se presentan bajo una diversidad de organización y diseño, que no solo implican visiones diferentes sobre lo que debe ser el proceso formativo, sino también respecto a lo que debe hacer el participante, las formas en que deben ser evaluados y las maneras de diseñar los contenidos. Es así como podemos encontrar diversidad de tipologías basadas en aspectos tales como: aprendizaje, contenido, tareas y participación.

### **Por metodología de enseñanza-aprendizaje.**

- **CMOOC (Conectivistas).** Hacen hincapié en la creación de conocimientos, la creatividad, la independencia y el aprendizaje social y colaborativo de los estudiantes. Esto significa que dependen no tanto de la presentación formal del contenido, sino de las comunidades discursivas que cocrean conocimiento. Los MOOC diseñados bajo esta perspectiva están basados en el aprendizaje distribuido en red y se fundamentan en la teoría conectivista y en su modelo de aprendizaje (Cabero et al., 2014)
- **XMOOC (Conductivistas).** Son del tipo de MOOC más popular debido a que se basan en la presentación del contenido, el cual va dirigido al gran número masivo de estudiantes que este acoge y su enseñanza está a cargo de docentes de diversas universidades, la función del docente es la del experto que selecciona los contenidos a entregar a los estudiantes y la creación de elementos que conformen herramientas de evaluación estandarizadas y automatizadas. Además cuentan con novedosos métodos de evaluación y certificación (Arango & Ruiz, 2016).
- **TMOOC (Híbrido).** Son un tipo de modelo híbrido que adopta planteamientos de las dos propuestas anteriores. A partir de esta posición, en el TMOOC se presta especial atención a la resolución de cierto tipo de tareas y actividades que el alumno debe realizar para poder avanzar en el curso (Borrás-Gené et al., 2015).

### **Por Participación.**

- **BMOOC (Grandes).** Intenta reducir la deserción estudiantil con mejores alternativas de participación y socialización, se basa en el aprendizaje cognitivo (interacción humana).

- **SMOOC (Pequeños).** Dirigidos a un público pequeño que interactúa de forma colectiva en red en pequeñas comunidades de usuarios, lo que permite centrarse en las características de estos y potenciar la interacción cara a cara.

#### **Por finalidad para el cual se desarrolló el MOOC**

- **Cursos orientados al Mercado.** Esta clasificación parte del diseño en sí del MOOC y sobre todo la finalidad que se le dará, entre las que están aspectos como el económico cuyos cursos se orientan a un mercado profesional con certificaciones y reconocimientos, por ende, estos tienen un costo valor que es establecido por la institución que crea el curso y dependiendo de los beneficios que puedan proporcionar en el mundo laboral y de estudios.
- **Cursos abiertos.** Su fin está en facilitar el acceso a los conocimientos a millones de usuarios animados por el afán de compartir contenidos educativos en distintos contextos y áreas.
- **Cursos conectivistas.** Su fin es el de formar redes de conocimiento basados en el paradigma del aprendizaje digital y globalizante propio de la sociedad del conocimiento.

(Méndez, 2019)

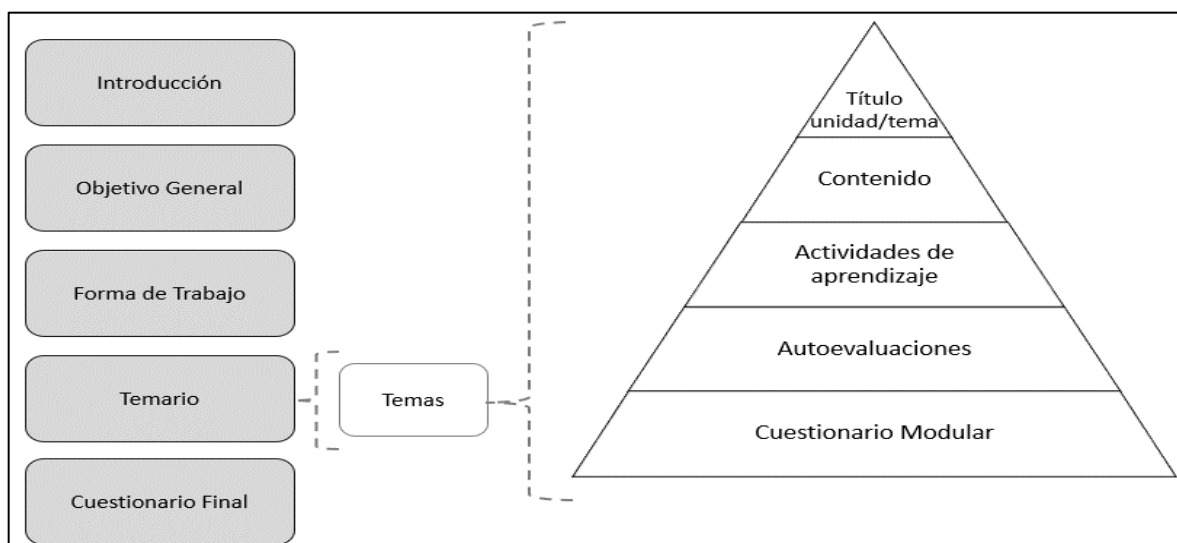
#### **1.4. Estructura General de los MOOC**

(Zapata-Ros, 2018), define que los MOOC se adaptan a una estructura pedagógica y conectivista, puesto que combinan contenidos multimedia y la enseñanza abierta.

Por otro lado, (León & Tapial, 2017) mencionan en su investigación que al momento de desarrollar un MOOC es necesario aplicar la siguiente estructura, tal y como se muestra en la Figura 3

### Figura 3

#### Estructura general de un MOOC



Fuente: *Adaptado de* (León & Tapial, 2017)

- **Introducción**

En esta primera parte se realizará una descripción de qué es lo que se estudiará en el curso y cómo estará organizado, con un lenguaje claro y accesible. Es indispensable describir la relevancia del contenido del curso y cuál es el valor agregado que contiene el abordaje del temario, con el fin de generar interés por su estudio.

- **Objetivo general**

Consiste en describir el resultado esperado por parte del participante al finalizar el estudio del curso. La redacción se hará en segunda persona y debe utilizar la frase “Al término del curso” y el verbo en futuro.

- **Forma de trabajo**

Describe la dinámica de trabajo que utilizara el participante para estudiar el curso. La descripción de este apartado debe ser lo suficientemente claro, ya que, como primer



acercamiento al curso, el participante, entre otras cosas, debe conocer la estructura del curso, los materiales o recursos disponibles, los tipos de actividades, las autoevaluaciones y el tiempo estimado de estudio.

- **Temario**

Es la sección en donde se definen los temas y subtemas del curso. Los temas correspondientes a los diferentes módulos deben seguir una estructura detallada, tal y como se muestra en la Tabla 1.

**Tabla 1**

*Estructura del temario general de un MOOC*

<b>Título unidad/tema</b>	Indica el nombre de la unidad/tema.
<b>Contenido</b>	<p>Al ser un curso virtual, todo el contenido estará compuesto por una línea de aprendizaje dinámica; es decir cada tema partirá desde una explicación en texto o lectura hasta una explicación audiovisual.</p> <p>Para el tratamiento de estos contenidos se pueden emplear recursos gráficos como: imágenes, videos, animaciones, audios, etcétera y algunos recursos interactivos en HTML5.</p> <p>Entre las características que debe presentar el contenido se encuentran las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada pantalla del curso deberá incluir algún recurso para la presentación de contenido tales como: imagen, audio, video, animación o juegos interactivos.</li> <li>• Se pueden incorporar recursos web para la presentación de la información</li> </ul>
<b>Actividades de aprendizaje</b>	Es importante verificar que cada actividad sea coherente con el objetivo planteado, de tal forma que la relación entre ellas ayude a lograr el objetivo general del curso. Las actividades de aprendizaje deben cumplir con los siguientes elementos: nombre de la actividad, descripción y si es necesario fuentes externas de información.
<b>Autoevaluaciones</b>	Serán actividades que den muestra de los avances de los participantes y deberán reflejar el objetivo específico de la unidad/tema. Deben contar con las siguientes

---

características:

- Ser de carácter individual.
- Proporcionar retroalimentación automática, para ello es necesario que estos instrumentos sean de respuesta cerrada (opción múltiple, falso-verdadero, relación de columnas, juegos, etcétera).

---

<b>Cuestionario</b>	Este cuestionario deberá responder a la totalidad del módulo y reflejar los objetivos de aprendizaje.
<b>Modular</b>	Se elaborará en un documento aparte, considerando los instrumentos de las actividades de autoevaluación.

---

Fuente: *Adaptado de* (León & Tapial, 2017)

- **Cuestionario Final**

En esta sección se debe desarrollar un cuestionario con preguntas en donde se pueda evaluar el conocimiento adquirido durante todo el curso. Dichas preguntas deben estar enfocadas a todos los módulos del curso ya que de esta manera se podrá evaluar todo el aprendizaje adquirido por parte del participante.

## 1.5. La Gamificación

Los MOOC se han vuelto muy populares en la actualidad logrando convertirse en un campo de investigación innovador que ofrece nuevas oportunidades de enseñanza debido a su desarrollo de alta velocidad (Fu et al., 2019). Sin embargo investigaciones actuales han demostrado que los MOOC a pesar de ofrecer grandes ventajas que van inclinadas a la democratización del acceso al conocimiento y el posible aprendizaje derivado de un contexto social masivo, no ha puesto suficiente interés en mejorar algunas limitaciones que se presentan dentro de estos cursos, dichas limitaciones van asociadas a la falta de motivación e implicación de los participantes y sobre todo las elevadas tasas de abandono que se presentan en cada curso MOOC, los cuales no han adoptado nuevas formas de mejorar la participación

e interacción de los participantes (García Sastre, S., Idrissi-Cao, M., Ortega-Arranz, A., & Gómez-Sánchez, E., 2018). A raíz de esta problemática surge el término de la gamificación, el cual a través de varios estudios se busca lograr insertarlo dentro de los MOOC, tratando de mejorar la formación masiva, participación y experiencia de los participantes (Terán & Mendieta, 2019).

### **Definición de Gamificación**

Para (Rincón-Flores et al., 2020), la gamificación es una estrategia educativa innovadora que utiliza elementos de juegos con fines educativos, incluida la realización de desafíos atractivos para aumentar los niveles de participación y aprendizaje de los estudiantes.

Por otro lado (Borrás-Gené et al., 2015), manifiesta que la gamificación traslada la mecánica de los juegos al ámbito educativo-profesional con el fin de conseguir mejores resultados, ya sea para absorber mejor los conocimientos, mejorar cierta habilidad, o bien condecorar acciones específicas, entre otros muchos objetivos. Actualmente este tipo de aprendizaje gana terreno entre las metodologías de formación debido a su carácter lúdico, que facilita la interiorización de conocimientos de una forma más divertida, utilizando técnicas más dinámicas que generan una experiencia positiva en el usuario (Danka, 2020).

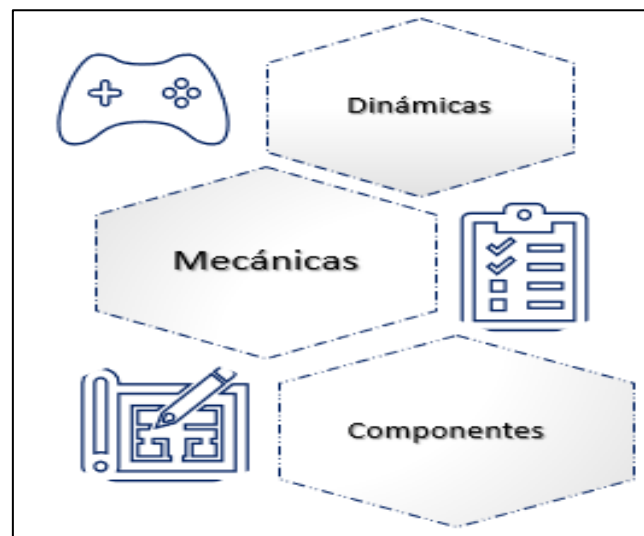
#### **1.6. Técnicas de Gamificación**

(Trejo, 2019) menciona que la creciente popularidad de la gamificación en la investigación educativa ha fomentado la realización de un estudio respecto a cuáles son las técnicas utilizadas para motivar y desarrollar un mayor compromiso de las personas dentro de entornos de aprendizaje virtual. Dichas técnicas de gamificación no solo buscar mejorar la participación de los usuarios dentro de las plataformas de aprendizaje virtual sino más bien tienen como finalidad ayudar en la formación a través de un aprendizaje divertido; es así

como dichas técnicas se clasifican en tres las cuales son: técnicas dinámicas, técnicas mecánicas y técnicas con componentes, tal y como se describen en la Figura 4.

**Figura 4**

*Técnicas de Gamificación*



Fuente: *Adaptado de (Trejo, 2019)*

### **1.6.1. Técnicas Dinámicas**

(Romero & Rojas, 2015) menciona que las técnicas dinámicas son aquellas en donde se generan los factores generales en el que se centrará el sistema, el propósito de esta técnica es mejorar el desempeño de cada participante, recurriendo al diseño gamificado, es decir los docentes imparten sus clases incluyendo dinámicas de juegos, logrando de esta manera alcanzar experiencias de aprendizaje. Esta técnica está relacionado con los efectos, motivaciones y deseos que se pretenden generar en el participante (Romero & Rojas, 2015). Existen varios tipos de dinámicas, entre las cuales destacan las mencionadas en la Figura 5

**Figura 5**

*Técnicas Dinámicas*



Fuente: *Adaptado de (Escobar et al., 2018)*

(Escobar et al., 2018) define estas técnicas de la siguiente manera:

- **Restricciones.** Las reglas o restricciones son parte de la definición de lo que hace que un juego sea un juego. Los jugadores deben conocerlas y comprenderlas claramente. las reglas son los elementos que definen al juego, están diseñadas para limitar las acciones de los jugadores y gestionar el juego.
- **Emociones.** Las emociones positivas activan la motivación. El objetivo de estas es conectar a los jugadores. Los juegos provocan una variedad de emociones poderosas, partiendo desde la curiosidad la frustración, la competitividad hasta la alegría y felicidad.
- **Narrativa.** Estos permiten dar una idea general del reto al participante. Consiste en proponer una historia consistente que muestra claramente la misión que deben cumplir los jugadores. Tener una historia ayuda a los jugadores a crear un modelo mental de un proceso completo y, en algunos casos, a mantenerse motivados porque quieren saber qué sucede después.

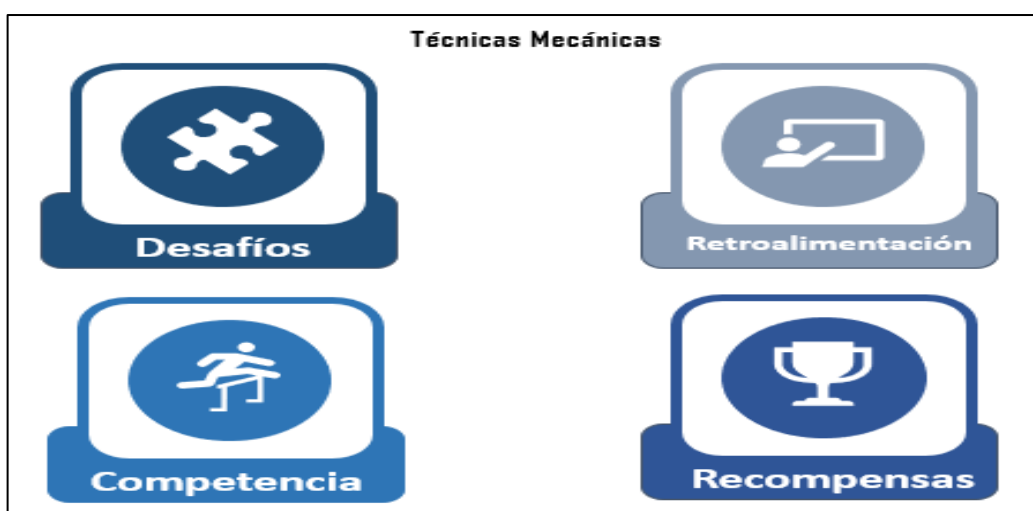
- **Progresión.** Esto permite mostrar el grado de avance de un juego o contenido multimedia dentro de un nivel. Para reflejar el progreso se hacen uso de números, gráficos o imágenes para mostrar el avance del estudiante.
- **Relaciones.** Son las interacciones sociales que generan sentimientos. Es decir la comunicación que existe entre los participantes dentro de los juegos.

### 1.6.2. Técnicas Mecánicas

Dichas técnicas están relacionadas con el tipo de comportamiento y la motivación estudiantil, representada por reglas, procedimientos, y recompensas con el afán de convertir un simple juego en un desafío. Es una técnica utilizada para recompensar al usuario en función de los objetivos alcanzados. Para esto existen varios elementos como: retos, premios, desafíos, puntos, niveles, clasificaciones, regalos, y bonificaciones (Borrás, 2015) . Tal y como se describen en la Figura 6

**Figura 6**

*Técnicas Mecánicas*



Fuente: *Adaptado de* (Trejo, 2019)

(Trejo, 2019) define a estos elementos de la siguiente manera:

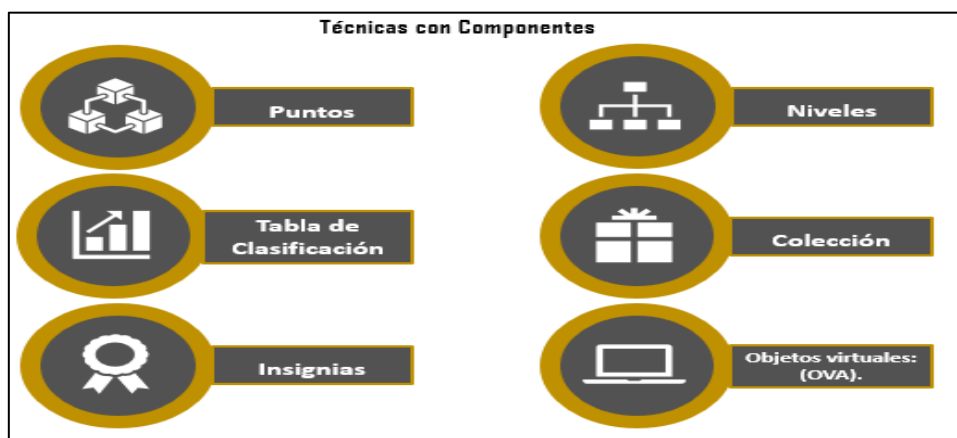
- **Desafíos.** Estos indican los obstáculos que debemos afrontar durante la acción gamificadora, pero en forma de competencia. Una misión o desafío es una ruta que requiere que el jugador complete una serie de acciones para alcanzar un objetivo.
- **Competencia.** Se presenta de modo que la competición entre jugadores sea el resultado de las puntuaciones más altas, en cada actividad planteada, cabe mencionar que el usuario recompensado es aquel con puntaje más alto.
- **Retroalimentación.** Es un elemento fundamental en los sistemas gamificados, ya que el usuario precisa conocer si las tareas realizadas con su desempeño le están conduciendo a la consecución de los objetivos. La retroalimentación proporciona a los jugadores información sobre su rendimiento o el estado del juego, y con esta información los jugadores pueden cambiar su comportamiento.
- **Recompensas.** Son premios o incentivos notorios las cuales son entregados a los participantes que han cumplido con todos los objetivos. En un juego estos premios pueden ser representados con: cajas sorpresas, insignias, ganancias, medallas, trofeos, estrellas, entre otros, reconociendo el valor de su esfuerzo. Estos incentivos ayudan a despertar el interés de los estudiantes, facilitando de esta forma la adquisición y retención del conocimiento.

### 1.6.3. Técnicas con Componentes

Según (Guerrero, 2021), los componentes son el conjunto de herramientas y recursos utilizados para la elaboración de actividades que se desarrollan en la práctica de gamificación. En la Figura 7 se describen cada uno de los componentes más utilizados dentro de este tipo de técnica.

## Figura 7

### *Técnicas con Componentes*



Fuente: *Adaptado de (Escobar et al., 2018)*

(Escobar et al., 2018) define estos componentes de la siguiente manera:

- **Los puntos.** Son un elemento importante para el manejo numérico exacto de los progresos de cada jugador, los mismos incentivan a cada estudiante a continuar y mejorar sus habilidades.
- **Tablas de clasificación.** Es un marcador que muestra los nombres de los participantes clasificados tomando en cuenta las puntuaciones obtenidas; esta tabla es esencial en el mundo de los juegos.
- **Insignias.** Son marcas especiales de pertenencia a un grado, categoría o función. Al igual que las tablas de clasificación, las insignias son un poderoso motivador para jugar un juego una y otra vez y mostrar los logros obtenidos a los demás.
- **Niveles.** Son los pasos o la escalera definida en la progresión del participante; los niveles son estructuras por donde los participantes progresan de una posición a otra superior, mientras está ganando más experiencia.
- **Colecciones.** Es el conjunto de insignias, bonificaciones o premios acumulados.



- **Objetos virtuales de aprendizaje: (OVA).** Estos objetos se encuentran en diversos recursos didácticos tales como: videos, audios, animaciones, documentos interactivos, mapas mentales, colecciones de imágenes o cualquier otro elemento que represente un contenido a través del cual se comparte el conocimiento y se logra el aprendizaje (Aceituno-Mederos et al., 2020).

### **1.7. Uso de la gamificación en los MOOC**

La gamificación dentro de los MOOC ha sido un tema bastante tratado en la actualidad, debido al gran impacto que ha tenido dentro del aprendizaje a través de medios digitales. Varios estudios de investigación han demostrado que la gamificación tiene un impacto positivo en el compromiso, el aprendizaje y la estimulación de la interacción y participación activa y efectiva de los estudiantes dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje tradicional (Franco, 2022). Sin embargo dentro de los cursos en línea esto resulta ser algo novedoso e investigativo debido a los diferentes métodos utilizados en la enseñanza a través de MOOC ya que no es lo mismo aprender de manera divertida en forma presencial que virtual. Por esa razón se hace imprescindible el uso de herramientas y estrategias que ayuden a gamificar un MOOC, tomando en cuenta los resultados positivos que se podrían obtener aplicando técnicas de gamificación dentro de la formación Abierta, masiva y en línea (Escobar et al., 2018). Para eso es necesario saber que herramientas y estrategias utilizar, a continuación, se detallan algunas de las más importantes.

#### **Herramientas**

(Borrás-Gené, Martínez-Núñez, & Martín-Fernández., 2019) mencionan que en nuestro medio existen plataformas MOOC que permiten al docente integrar un sistema de gamificación con insignias digitales, acumulación de puntos y se encuentran organizadas por

niveles de dificultad. Pero este no es el caso de todas las plataformas, por lo cual es necesario utilizar métodos de añadir gamificación a los MOOC haciendo uso de las siguientes herramientas.

- **Plugin:** Plataformas como Moodle tiene la opción de instalar plugins (herramientas complementarias) para gamificar los cursos. Su principal función es la creación de badges (insignias digitales) para premiar al estudiante de su progreso.
- **Insignias digitales:** Hay opciones de crear insignias digitales con herramientas externas a tu plataforma; éstas pueden ser asignadas por el docente a sus estudiantes con relación a sus resultados en el curso.
- **Herramientas digitales:** Genially, Wordwall y EducaPlay son excelentes ejemplos de cómo integrar la gamificación en los cursos virtuales. Su uso se basa en la creación independiente de recursos gamificados, tales como puzles y quiz (cuestionarios interactivos) dentro de su plataforma para posteriormente implementar estos recursos haciendo uso del código HTML, para integrarlo al contenido del curso virtual.

En resumen, estas herramientas llaman a aprovechar los beneficios de los juegos para inducir comportamientos deseables en una determinada actividad normal, apoyando el compromiso y la motivación convirtiéndose así en un diferencial estratégico y necesario, que culminará en la mejora de la calidad de la Educación Online (Díaz-Ramírez, 2020).

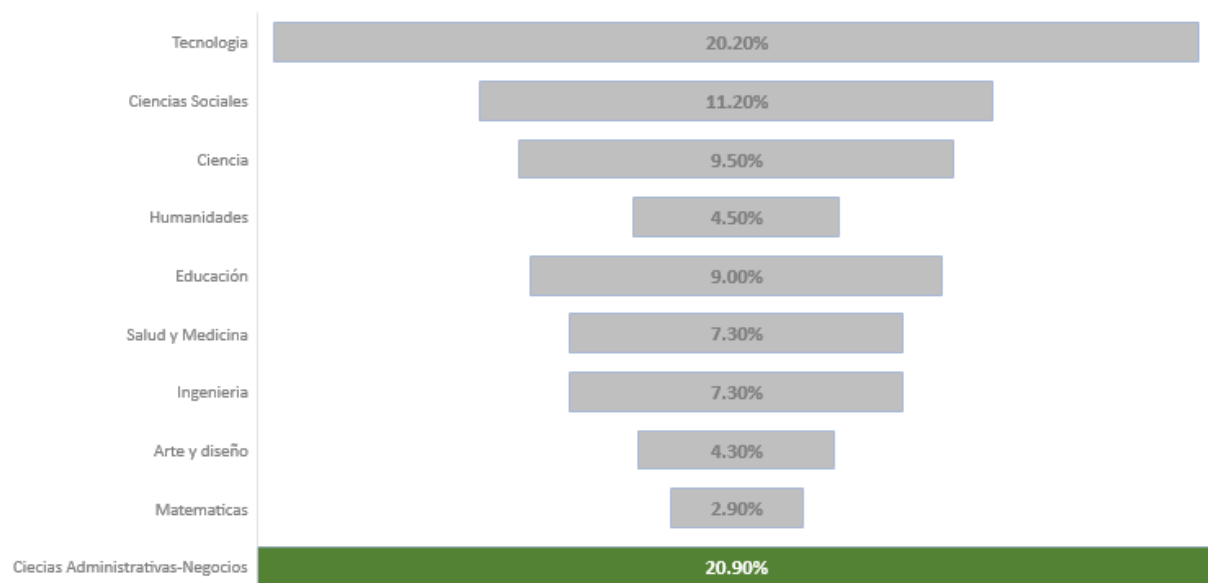
## **1.8. Situación actual de los MOOC de Gestión de Ventas**

Según (Lohr, 2020), manifiesta que estudios realizados recientemente a través del periódico New York Times, afirman que el Coronavirus (COVID19) ha causado impacto en lo que se refiere a obtener mejores demandas del uso de plataformas MOOC sobre todo enfocados en cursos que tiene relación con la tecnología, ciencias administrativas y ciencias

sociales. Todas obteniendo mayores inscritos y preferencia por parte del público a nivel mundial, tal y como se muestra en la Figura 8.

**Figura 8**

*Distribución de Cursos por Áreas dentro de plataformas MOOC*



Fuente: *Adaptado de* (Lohr, 2020),

Sin duda a partir del año 2020 los MOOC se han convertido en una plataforma de aprendizaje alternativa a los cursos de crédito tradicionales dirigidos por un instructor (Lohr, 2020). Hoy en día, la mayoría de las plataformas MOOC ofrecen una gama de dimensiones que van desde la tecnología hasta las ciencias administrativas, cada una con módulos y temáticas distintivas que buscan apoyar la formación del estudiante alrededor de todo el mundo (Castellanos-Reyes, 2021). De hecho, las ciencias administrativas es uno de los dominios más demandados por el público dentro de las plataformas MOOC, debido al contenido que ofrecen y a la necesidad de aprendizaje que requieren las personas que hacen de la comercialización de productos una profesión, tal y como se detalla en el estudio realizado en el 2018 por (Viteri et al., 2018).

Ante este análisis podemos declarar que las ciencias administrativas tienen bastante apogeo dentro de las plataformas MOOC, por lo cual hace necesario invertir tiempo y recursos para seguir desarrollando cursos que generen más conocimiento, calidad de aprendizaje y participación, evitando las deserciones por parte de los participantes debido a que se encuentran con cursos que simplemente ofrecen un aprendizaje aburrido y no se enfocan en hacerlo más divertido. Ante esto es muy importante desarrollar cursos apegados a la utilización de técnicas de gamificación debido a que esto ayudaría a mejorar el proceso de aprendizaje, ya que en la actualidad los cursos de ciencias administrativas sobre todo en temas relacionados a la Gestión de Ventas poseen un sinnúmero de cursos abiertos a todo público, pero no todos ofrecen una formación divertida, razón por la cual hace importante la aplicación de la gamificación dentro de estos cursos masivos (De Notaris et al., 2021).

### **1.9. Herramientas de desarrollo de cursos MOOC**

Según (Colman, 2020), menciona que actualmente existen un sin número de herramientas para diseñar cursos online, todas con características y funcionalidades distintas; algunas de las herramientas más populares son las siguientes.

#### **iSpring Suite**

Es una colección de herramientas de creación de eLearning que puede usar para crear rápidamente cursos en línea. Está integrado con PowerPoint para que el contenido de la presentación se pueda consumir y reutilizar fácilmente. Permite crear cursos de aspecto profesional que incluyan cuestionarios o evaluaciones y simulaciones de diálogo sin la necesidad de programación de código técnico o formación extensa. Los cursos desarrollados pueden ser archivos de salida en todos los formatos populares de eLearning (enseñanza-aprendizaje online), incluyendo SCORM, xAPI, cmi5, y HTML5 (iSpring, 2020). En la Tabla 2 se describen aquellas ventajas y desventajas que caracterizan a esta herramienta.

**Tabla 2**

*Ventajas y Desventajas de la herramienta iSpring Suite*

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Tiene una curva de aprendizaje fácil y una interfaz de usuario familiar.</li><li>• Permite convertir presentaciones PPT, documentos de Word y PDF en libros electrónicos de formato SCORM.</li><li>• Tiene incorporado al sistema un editor de audio y video.</li><li>• Permite crear simulaciones de diálogos interactivos con escenarios que tengan ramificaciones.</li><li>• Tiene una gran biblioteca de recursos para eLearning: plantillas de cursos, personajes, y más.</li><li>• Permite crear fácilmente interacciones dinámicas con diagramas, cronogramas, glosarios, y más.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• No permite crear cursos basados en diapositivas sin utilizar PowerPoint.</li><li>• No posee funciones avanzadas como Realidad aumentada (VR) o producción de video interactivo.</li></ul>

Fuente: *Adaptado de* (Colman, 2020)

**Adobe Captivate**

(Adobe, 2022) menciona que Captivate es una herramienta a nivel profesional que sirve para desarrollar contenido eLearning para MOOC y experiencias de aprendizaje compatibles con dispositivos móviles. Es una herramienta de autor con funciones completas que ofrece un amplio control sobre todos los aspectos del curso y permite personalizarlo a través de elementos programables tales como objetos, variables y eventos desencadenantes. Captivate tiene un poderoso conjunto de características; Sin embargo, en comparación con las

herramientas de creación modernas, tiene un estilo de diseño lineal tradicional. En la Tabla 3 se describen aquellas ventajas y desventajas que caracterizan a esta herramienta.

**Tabla 3**

*Ventajas y Desventajas de la herramienta Adobe Captivate*

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permite crear interacciones personalizables con el sistema de variables incluido.</li> <li>• Permite crear asignaciones que sumen puntos cuando los estudiantes interactúan con elementos en la pantalla como botones.</li> <li>• Contiene un editor especial para grabar simulaciones de programas.</li> <li>• Los cursos serán automáticamente asignados a cajas de fluidos que crean versiones compatibles con móviles.</li> <li>• Permite crear experiencias de aprendizaje con realidad virtual (VR).</li> <li>• Permite publicar cursos como aplicaciones móviles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Curva de aprendizaje alta. Definitivamente requiere clases de formación.</li> <li>• Requiere tener habilidades básicas de programación para utilizar la herramienta</li> <li>• El rendimiento en dispositivos móviles no siempre cumple lo que promete.</li> <li>• Actualizar y mantener contenido existente resulta muy complicado</li> </ul>

Fuente: *Adaptado de* (Colman, 2020)

**Exe-Learning**

Es una herramienta de compilación de código abierto (gratuita) disponible para Linux, Windows y macOS. Con esta herramienta, puede crear de forma rápida e intuitiva contenido educativo en línea que se puede exportar a varios formatos (como una página web, SCORM o PDF). Una vez exportado, este contenido se puede compartir de varias maneras. Por ejemplo, a través de un LMS o plataformas para MOOC. El proceso de producción de contenidos resulta muy sencillo, dado que incluye un entorno de trabajo intuitivo que facilita la creación

de materiales educativos (Sánchez et al., 2020). En la Tabla 4 se describen aquellas ventajas y desventajas que caracterizan a esta herramienta.

**Tabla 4**

*Ventajas y Desventajas de la herramienta Exe-Learning*

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permite crear contenidos estructurados, organizados en diferentes páginas.</li> <li>• Contiene navegabilidad entre los contenidos mediante un índice.</li> <li>• Permite incluir texto personalizado, imágenes, vídeos y audio.</li> <li>• Incluye actividades interactivas sencillas (respuesta múltiple, verdadero/falso, rellenar huecos, despleables, vídeos interactivos...)</li> <li>• Permite insertar contenidos creados con otras páginas web.</li> <li>• Los cursos creados con Exe Learning se pueden ver a través de cualquier navegador web, por lo que permite compartirlos fácilmente con sus alumnos utilizando estándares de aprendizaje como SCORM.</li> <li>• Permite compartir y modificar fácilmente los contenidos creados con anterioridad, por lo que reutilizarlos en diferentes proyectos es sencillo y práctico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No posee funcionalidades completas.</li> <li>• El programa tiene carencias y pequeños problemas de diseño.</li> </ul>

---

Fuente: *Adaptado de* (Colman, 2020)

### Articulate Storyline 3

Articulate Storyline 3 está posicionada como una herramienta integral para la creación, revisión e implementación de cursos virtuales. Es una herramienta que mantiene un costo por su utilización, sin embargo existe una versión que permite el uso y acceso libre a la herramienta permitiendo la utilización de todas sus funcionalidades. Esta herramienta de autor es la más avanzada y su interfaz es similar a PowerPoint, así que algunas opciones serán intuitivas para los usuarios. A la vez permite crear cursos virtuales que incluyen la función de narración, vídeo, animación e inserción de código HTML. También permite crear cuestionarios para evaluar a los estudiantes, simulaciones, e interacciones dinámicas (Colman, 2020). En la Tabla 5 se describen aquellas ventajas y desventajas que caracterizan a esta herramienta.

**Tabla 5**

*Ventajas y Desventajas de la herramienta Articulate Storyline 3*

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Tiene herramientas para la mayoría de las tareas de eLearning y opciones de creación para todos los niveles de desarrolladores.</li><li>• Mantiene una similitud entre la interfaz de PowerPoint y Storyline 360, pero con más oportunidades de personalización.</li><li>• Permite crear cursos SCORM compatibles con dispositivos móviles.</li><li>• Permite crear 20 tipos de interacciones rápida y fácilmente.</li><li>• Contiene una biblioteca de contenido con más de</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Para tener todas las ventajas de las capacidades de Storyline, necesitarás usar estados, capaz, eventos desencadenantes, y variables programables.</li><li>• Requiere de formación en la herramienta antes de empezar a desarrollar cursos.</li><li>• Requiere de cierto conocimiento en programación JavaScript para configurar ciertas acciones.</li></ul>



---

5 millones de fotos, plantillas, caracteres, vídeos, e íconos.

- Mantiene una actualización constante de nuevas funcionalidades dinámicas gracias a su soporte.
- Posee una escalabilidad alta en comparación con otras herramientas.
- La navegación del contenido desarrollado dentro de la herramienta es fluida.

---

Fuente: *Adaptado de* (Colman, 2020)

### **Lectora Inspire**

(Colman, 2020) menciona que Lectora Inspire es un conjunto de herramientas diseñadas para abordar las diferentes necesidades de los creadores de cursos, desde crear cursos básicos basados en diapositivas hasta crear proyectos personalizados a profundidad. Se diferencia de otras herramientas porque incluye servicios externos como parte del paquete, tales como: Plantillas de eLearning Brothers, personajes de avatar y generador de interacción. En la Tabla 6 se describen aquellas ventajas y desventajas que caracterizan a esta herramienta.

### **Tabla 6**

#### *Ventajas y Desventajas de la herramienta Lectora Inspire*

---

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Tiene acceso a la biblioteca de contenido de eLearning Brothers un creador de interacciones llamado Interaction Builder, el simulador de diálogos BranchTrack, los editores de video Camtasia y Snagit, y el servicio de colaboración ReviewLink.</li><li>• Tiene funciones extendidas para crear</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Su interfaz no es muy amigable para el desarrollador del curso.</li><li>• Tiene una curva alta de aprendizaje con</li></ul>

---

interacciones personalizadas siempre y cuando se tenga habilidades como programador.	soporte limitado.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incluye ramificaciones condicionales y secuencia de eventos.</li> <li>• Contiene un conjunto de plantillas enfocadas en diferentes estilos de aprendizaje y tipologías de cursos comunes.</li> <li>• Permite gestionar contenido globalmente y actualizar los recursos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los editores de audio y video incorporados tienen funciones de grabación limitadas: cortar y pegar.</li> <li>• Su navegabilidad no es muy fluida.</li> </ul>

Fuente: *Adaptado de* (Colman, 2020)

## Elucidat

Es una herramienta de autor de eLearning basada en la nube que permite producir contenido compatible con HTML5 y SCORM, permitiendo a todo el equipo de trabajo contribuir a crear cursos MOOC, revisarlo y tomar parte en el proceso de autoría. Elucidat ofrece muchas de las funciones básicas que se esperan de una herramienta de creación de cursos virtuales: cómo crear cuestionarios y pruebas, administrar audio, video, y completar el curso con imágenes y texto. Actualmente no cuentan con versiones de acceso libre ya que su uso depende del costo de la herramienta (Martínez, 2018). En la Tabla 7 se describen aquellas ventajas y desventajas que caracterizan a esta herramienta.

### Tabla 7

*Ventajas y Desventajas de la herramienta Elucidat*

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permite insertar elementos interactivos tales como botones, cartas interactivas, y cajas de texto de manera sencilla.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No posee tantas opciones como en otras herramientas de cursos virtuales para crear interacciones personalizadas.</li> </ul>

- 
- Permite desarrollar productos de alta calidad sin la necesidad de ser un desarrollador experimentado.
  - Permite crear cursos únicos que funcionen en cualquier dispositivo.
  - Es fácil gestionar el contenido a escala con trabajo colaborativo y desarrollo basado en roles.
  - Permite ver datos en detalle sobre cómo los estudiantes están interactuando con sus cursos a través de tableros de análisis.
  - Permite trasladar proyectos fácilmente a través de múltiples regiones geográficas con XLIFF Translation para localización automática de los cursos.
  - Mantiene una limitación en el flujo de trabajo por su falta de flexibilidad.
  - Puede parecer costoso, especialmente si no estás produciendo mucho contenido de eLearning.
  - Acceder a funcionalidades avanzadas requiere de requisitos previos tales como cantidad de estudiantes y precios elevados.

---

Fuente: *Adaptado de* (Colman, 2020)

### **DominKnow.**

Es una herramienta de desarrollo de cursos virtuales basada en la nube diseñada para grandes equipos y organizaciones. Su objetivo es permitirte crear diferentes tipos de cursos online con plantillas, banco de recursos, una biblioteca central para compartir y reutilizar contenido en distintos proyectos, colaboración y revisión en tiempo real. DominKnow tiene realmente tres herramientas principales. Tiene un creador de cursos para dispositivos móviles, un creador de curso tradicional que le permite convertir presentaciones PPT y una herramienta para grabar y generar simulaciones de sistemas. Cualquier contenido utilizado en cualquier herramienta de creación se guarda como un objeto independiente que se puede reutilizar y publicar en diferentes formatos (Murphy, 2020). En la Tabla 8 se describen aquellas ventajas y desventajas que caracterizan a esta herramienta.

**Tabla 8***Ventajas y Desventajas de la herramienta DominKnow*

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Contiene salidas de una fuente única, HTML5 de múltiples propósitos, adaptativo, y contenido conforme a WCAG AA.</li><li>• Tiene temas personalizables, páginas, secciones, y fondos dinámicos, además de un editor de imagen incorporado.</li><li>• Permite usar ramificaciones, navegaciones, y condiciones para crear contenido que permita a los estudiantes tomar control de su ruta de aprendizaje.</li><li>• Permite fácilmente compartir, reusar, y actualizar contenido existente, y volver a versiones anteriores sin perder contenido.</li><li>• Los espacios de trabajo se adaptan dependiendo de los roles para cumplir las necesidades de los diferentes desarrolladores.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La licencia es costosa por usuario.</li><li>• Tiene una curva de aprendizaje rápida para desarrolladores nuevos.</li><li>• No permite crear dominios con jerarquías ni tampoco personalizar los roles de seguridad.</li></ul>

Fuente: *Adaptado de* (Colman, 2020)

**Easygenerator.**

Es una herramienta de autor de eLearning destinado para personas sin experiencia en desarrollo debido a su fácil utilización. Además, permite crear cursos y cuestionarios para ser alojados en el entorno de nube integrado y así poder monitorear los resultados, también es posible subir los cursos a un sitio web o LMS (Cavero, 2020). En la Tabla 9 se describen aquellas ventajas y desventajas que caracterizan a esta herramienta.

**Tabla 9***Ventajas y Desventajas de la herramienta Easygenerator*

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantiene un aspecto limpio sin la necesidad de personalizar temas y gráficos.</li> <li>• Permite crear una estructura de un curso fácilmente como una plantilla y reutilizarla para cursos en el futuro.</li> <li>• Tiene una gama de plantillas que se pueden usar como base para crear cursos.</li> <li>• Permite usar bloques de código de HTML para agregar personalizaciones.</li> <li>• Permite hacer un seguimiento de resultados y reportes desde un tablero sencillo.</li> <li>• Permite agregar coautores para colaborar en el desarrollo de los cursos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene algunas fallas por mejorar con respecto a la compatibilidad en dispositivos móviles.</li> <li>• Permite parecer limitado para los desarrolladores más experimentados.</li> <li>• La creación de interacciones personalizadas se encuentra bloqueada.</li> <li>• No permite modificar los estilos del reproductor del curso. Todos se ven iguales.</li> <li>• Muy costoso para las funciones limitadas que ofrece.</li> </ul>

Fuente: *Adaptado de* (Colman, 2020)

**Adapt**

Es una herramienta HTML de código abierto que está diseñada para permitir crear un producto de aprendizaje que se adapta a múltiples dispositivos a través de su sitio Learning Pool Adapt Builder. Esta herramienta contiene bloques los cuales permiten navegar por toda la página, trabajando en el contenido, abriendo y cerrando pestañas en forma de acordeón, además Adapt incorpora secuencias narrativas, imágenes con puntos de acceso, y otras herramientas interactivas (Colman, 2020). En la Tabla 10 se describen aquellas ventajas y desventajas que caracterizan a esta herramienta.

**Tabla 10**

*Ventajas y Desventajas de la herramienta Adapt*

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Es un programa Open Source (código abierto) que cualquiera puede utilizar de forma gratuita.</li><li>• Es compatible con cualquier tipo de dispositivo (SmartPhone, PC, Tablet).</li><li>• Tiene incorporado interacciones dinámicas tales como: puntos de acceso con imágenes, acordeones y multimedia.</li><li>• Posee diferentes formas personalizables para el diseño de preguntas incluyendo gráficos de opción múltiple, emparejamiento y control deslizante.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El soporte técnico es brindado a través de foros de usuarios.</li><li>• Requiere instalación y configuración de otro programa “Adapt framework” dentro de un servidor local.</li><li>• Requiere de capacitación para desarrolladores sin experiencia.</li><li>• En comparación con otras alternativas comerciales su funcionalidad es limitada.</li></ul>

Fuente: *Adaptado de* (Colman, 2020)

### **1.10. Selección de Herramienta para el desarrollo del Curso MOOC**

De las herramientas antes mencionadas, particularmente dentro de este proyecto se realizó un estudio comparativo tomando en cuenta ciertos requisitos de cumplimiento y de exclusión todo con el fin de elegir la herramienta adecuada para poder comenzar con el desarrollo del MOOC.

#### **Requisitos de exclusión**

Con respecto a los requisitos de exclusión se tomó principalmente en cuenta que la herramienta sea Open Source; es decir que sea de acceso libre y gratuito. Tomando en cuenta esta restricción se procedió a descartar todas aquellas herramientas que principalmente no cumplen con este requisito, tal y como se muestra en la Tabla 11.

**Tabla 11***Exclusión de herramientas no Open-Source para el desarrollo de curso virtuales.*

Herramienta	Open Source	Adquisición	Referencia
Ispring Suite	X	Costosa	<a href="https://www.ispring.es/ispring-suite/trial?ref=suite-popup">https://www.ispring.es/ispring-suite/trial?ref=suite-popup</a>
Adobe Captivate	X	Costosa	<a href="https://www.adobe.com/es/">https://www.adobe.com/es/</a>
Elucidat	X	Costosa	<a href="https://www.elucidat.com/">https://www.elucidat.com/</a>
dominKnow	X	Costosa	<a href="https://www.dominknow.com/">https://www.dominknow.com/</a>
EasyGenerator	X	Costosa	<a href="https://www.easygenerator.com/en/">https://www.easygenerator.com/en/</a>

Fuente: Adaptado de (Colman, 2020)

**Requisitos de cumplimiento**

Dentro de los requisitos de cumplimiento se tomaron en cuenta ciertas características que deben cumplir las herramientas de desarrollo de cursos virtuales; estas características son: escalabilidad, navegabilidad, la incorporación de funcionalidades con capacidad de inserción de código HTML y que cumplan el protocolo del modelo de referencia de objetos de contenido compartible (SCORM), formato que permite comprimir todos los contenidos multimedia para posteriormente ser implementadas dentro de una plataforma MOOC.

A continuación en la Tabla 12 se muestra de forma detallada la comparativa de cada una de las herramientas preseleccionadas.

**Tabla 12***Comparativa de herramientas Open Source para el desarrollo de curso virtuales*

Herramienta	¿Es Open Source?	Escalabilidad en base a funcionalidades	Navegabilidad	Soporte actualizado	Funcionalidad de inserción de código HTML	¿Utiliza Protocolo SCORM?
Exe-Learning	✓	Baja	Rápida	Ultimo Soporte 2020	✓	✓
Adapt	✓	Baja	Rapida	Ultimo Soporte en 2019	✓	✓
Lectora Inspire	✓	Media Alta	Media	Ultimo soporte 2019	✓	✓
Articulate Storyline 3	✓	Alta	Rapida	Soporte actualizado	✓	✓

Fuente: Adaptado de (Colman, 2020)

**Interpretación de Resultados**

Una vez culminada la comparación de características requeridas para la selección de la herramienta, se obtuvo los siguientes resultados: La primera herramienta denominada Exe-Learning cumplió con todas las características requeridas las cuales estaban orientadas al uso libre del software, las funcionalidades requeridas y protocolos adecuados, sin embargo, dicha herramienta presenta una escalabilidad bastante baja debido a sus limitadas funcionalidades las cuales fueron expuestas en la Tabla 4.

La segunda herramienta denominada Adapt cumple con algunos requisitos establecidos, sin embargo como se muestra en la Tabla 10, sus funcionalidades son bastante limitadas en comparación con las demás herramientas, por lo que su escalabilidad es su mayor debilidad.



Por otro lado, la tercera herramienta Lectora Inspire cumple con todos los requisitos de funcionalidad establecidos, además ofrece una escalabilidad bastante aceptable, permite la generación del formato SCORM y sus funcionalidades son muy interactivas y dinámicas. Sin embargo, su navegación es bastante regular; es decir no es muy fluida. Por tal razón este es un factor que limita esta poderosa herramienta. Esta información se puede corroborar en la Tabla 6, donde se exponen las ventajas y desventajas de la herramienta

Finalmente, la cuarta herramienta Articulate Storyline 3, perteneciente a la gama de la marca Articulate 360, fue la única que cumplió con todos los requisitos de funcionalidad definidos. Es una herramienta bastante potente que ofrece funcionalidades muy dinámicas e interactivas para la creación de cursos virtuales, tiene una escalabilidad alta debido a que actualmente tiene un soporte actualizado el cual permite actualizaciones periódicas de la herramienta y sus funcionalidades, también permite la generación del formato SCORM y por sobre todo su navegación es fluida en comparación con las demás herramientas expuestas en esta comparativa, dichas características se encuentran detalladas en la Tabla 5.

De esta manera queda seleccionada la herramienta *Articulate Storyline 3* como la ideal para la creación del curso virtual.

## CAPITULO II:

### 2. Desarrollo

El desarrollo del MOOC se realizó mediante la metodología ADDIE (Análisis, diseño, desarrollo, implementación y evaluación) la cual sirve como una guía de referencia para el diseño de productos educativos y recursos de aprendizaje, para facilitar la construcción de conocimiento y habilidades durante episodios de aprendizaje, es decir, que todas las actividades que se planean a través de este modelo están enfocadas en guiar al estudiante en la edificación del conocimiento en un espacio de aprendizaje virtual.

#### 2.1. Metodología para el desarrollo del MOOC

Según (Carrillo & Roa, 2018) menciona que la metodología ADDIE basa su punto en el diseño instruccional que abarca 5 fases fundamentales Analizar, Diseñar, Desarrollar, Implementar y Evaluar, las mismas que se aprecian en la Figura 9.

#### Figura 9

*Metodología ADDIE*



Fuente: *Adaptado de* (Carrillo & Roa, 2018)

**Fase de Análisis.** Esta es la primera fase que ayuda a identificar las necesidades académicas, logísticas, tecnológicas educativas y conocer el contexto. En esta fase se postula los objetivos de aprendizaje las metas, y se organiza el currículo, además se define y se identifica la fuente del problema para llegar a determinar las posibles soluciones. Esta fase consta de 5 etapas:

- Análisis de necesidades
- Determinar los objetivos instruccionales
- Analizar a la población objetivo (Estudiantes).
- Identificar los recursos necesarios.
- Determinar el sistema de distribución.

**Fase de Diseño:** La fase de diseño traduce los objetivos instruccionales en resultados de desempeño, adicionalmente, determina las unidades instruccionales que se van a cubrir y cuánto tiempo se va a requerir en cada una de ellas. Por último, se va a plantear un método para evaluar el desempeño de los estudiantes. La fase de diseño está compuesta por 3 etapas.

- Desarrollar un inventario de tareas.
- Componer los objetivos de rendimiento.
- Generar métodos de prueba o testeo.

**Fase de Desarrollo:** En esta fase se crean los distintos recursos que están en concordancia con el currículo, los objetivos y la propuesta pedagógica, como son las presentaciones, vídeos, animaciones, PDF, simuladores entre otros objetos virtuales de aprendizaje (OVA), todos estos elementos están previamente definidos en la fase anterior y se implementan en el ambiente virtual de aprendizaje. Esta fase tiene 2 etapas.

- Generar el plan de aprendizaje

- Desarrollo del contenido.

**Fase de Implementación:** En esta fase se pone en marcha del ambiente virtual de aprendizaje, se aplica la planeación, recursos, currículo y sobre todo la propuesta pedagógica.

**Fase de Evaluación:** El propósito de esta fase es evaluar la calidad de los productos y los procesos instruccionales. En esta etapa se mide la eficiencia y efectividad de las etapas anteriores para poder determinar los ajustes necesarios. Se desarrollan y administran evaluaciones formativas y sumativas para medir logros. La evaluación se lleva a cabo durante todo el curso y va dirigida hacia los alumnos, así como al desarrollo del curso. Esta fase maneja 3 etapas.

- Determinar el criterio de evaluación.
- Seleccionar las herramientas de evaluación.
- Realizar evaluación.

## **2.2. Fase de Análisis**

En esta fase se logró identificar las necesidades académicas, los recursos tecnológicos y educativos, conocer el contexto y lo que se requiere para el diseño y desarrollo del curso MOOC, de igual manera se identificó los objetivos que se esperan alcanzar con la implementación final del curso masivo.

### **Etapa 1: Análisis de Necesidades**

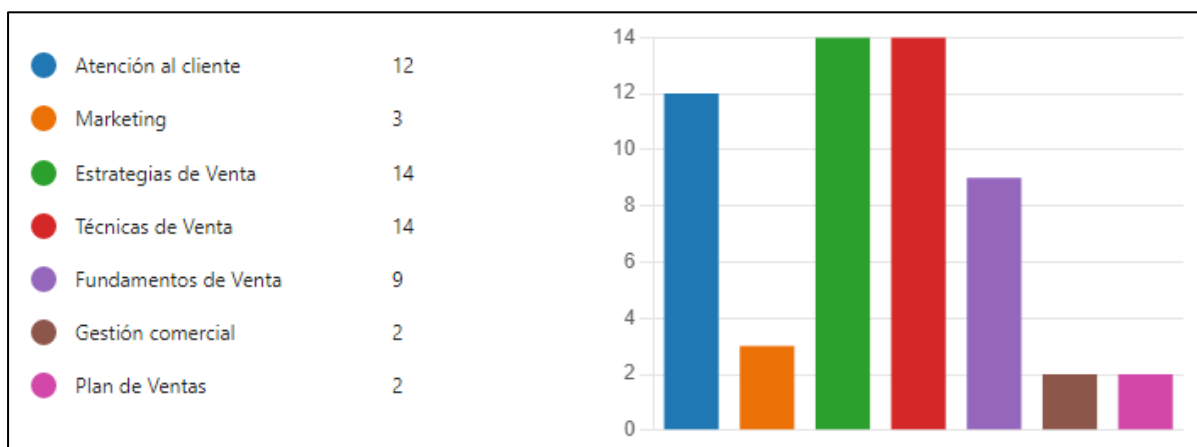
Según un estudio realizado por (Viteri et al., 2018), manifiesta que las principales áreas más demandadas dentro de las plataformas MOOC, son las Ciencias Administrativas y la Tecnología, razón por la cual hace factible dedicar un proyecto para beneficio de las personas que requieren capacitarse en temas relacionados a las ventas, debido a que muchos de los empresarios, gerentes, trabajadores de negocios o empresas comerciales no tienen una

formación académica referente al tema de “Gestión de Ventas: Técnicas y Estrategias para Ventas Efectivas”.

A la vez según la información recopilada través de una encuesta directa aplicada a 15 personas que se dedican a la comercialización de productos dentro de la zona podemos apreciar que la mayoría manifiesta la necesidad de tratar temas relacionados a fundamentos de venta, la atención al cliente, estrategias y técnicas de venta, las mismas que se detallan en la Figura 10.

### Figura 10

*Encuesta-Temas necesarios que requieren las personas que se dedican a la comercialización de productos*



Fuente: *Encuesta aplicada a las personas que se dedican a la comercialización de productos.*

Con esta información podemos apreciar que en la actualidad las personas requieren capacitación en temas relacionados a la Gestión de Ventas probablemente porque a pesar de ser dueños y administradores de sus propios negocios, muchos de ellos no tienen conocimientos claros referentes a como saber vender, que estrategias aplicar, que técnica de venta utilizar y como tratar a los clientes; todas estas cuestiones generan una necesidad de

desarrollar un contenido didáctico que permita cubrir todas estas cuestiones necesarias por parte de las personas que se dedican a la comercialización de productos.

Tomando en consideración las necesidades expuestas anteriormente se llega a la conclusión que tratar el tema de Estrategias y Técnicas de Venta dentro del curso es muy importante debido a que son de los pilares más importantes que toda empresa comercial debe tener para poder conseguir unos buenos resultados económicos y a la vez al ser métodos comerciales permiten a los vendedores desempeñar de mejor manera o de una manera más eficiente el proceso de ventas debido a que aumentan en gran medida las posibilidades de cerrar ventas y favorecen a que un producto o servicio llegue a un mayor número de personas (Orozco, 2020). Por esta razón hace indispensable impartir dicho tema a todas las personas interesadas en aprender todo con respecto a la gestión de ventas para de esta forma lograr educar a las micro, pequeñas y medianas empresas con el fin de obtener resultados mucho más favorables en beneficio de sus negocios (Gomez, 2022).

## **Etapa 2: Objetivos Instruccionales**

Dentro de este curso MOOC se planteó cumplir con los siguientes objetivos.

- Generar un ambiente de aprendizaje más divertido y dinámico permitiendo que el estudiante construya su propio conocimiento ayudándose de explicaciones textuales, audiovisuales y juegos las cuales permitan comprender de mejor manera los tópicos tratados dentro del curso MOOC.
- Dar a entender a los participantes que la venta es más que una transacción comercial, es una relación de largo plazo entre el cliente y el vendedor.
- Hacer comprender a los participantes lo que realmente significa vender, como debe ser un vendedor y como se debe ofrecer el producto o servicio hacia los futuros clientes.

- Educar a los participantes respecto a las principales estrategias de ventas que permitan conocer las necesidades básicas del cliente para poder proponerle un producto de acorde a las posibilidades del mercado.
- Dar a conocer algunas estrategias de comunicación que permitan a los participantes a comunicarse de manera verbal y no verbal frente a los clientes con el fin de que al momento de procesar una venta se pueda generar una buena relación cliente-vendedor.
- Empapar con todo el conocimiento referente a las principales técnicas de venta, esto con el objetivo de que el vendedor logre generar nuevas formas de llegar a sus clientes, partiendo desde el conocimiento de las necesidades del cliente hasta llegar a persuadirlo logrando un cierre de ventas exitoso.
- Hacer comprender al participante la importancia que tiene mantener una buena atención al cliente dentro de una empresa o negocio, para lo cual necesita dominar ciertos fundamentos relacionados a conceptos de atención y servicio al cliente.
- Los estudiantes conozcan, comprendan y apliquen los componentes básicos del buen servicio, tales como la habilidad de comunicación, herramienta clave al momento de conocer al cliente, determinar sus necesidades y cerrar la venta.

### **Etapas 3: Analizar a la población objetivo**

**Destinatarios:** Este MOOC está dirigido a: emprendedores, empresarios, ejecutivos comerciales, comerciantes o personas pertenecientes al sector de la MiPymes, quienes desconocen o quieren adquirir conocimientos referentes a la gestión de ventas, técnicas y estrategias para obtener mayores ventas efectivas.

### **Etapas 4: Identificar los recursos necesarios**

En la Tabla 13 se describen los recursos necesarios que se requirieron para el desarrollo del curso MOOC de Gestión de Ventas.

**Tabla 13***Recursos necesarios para el desarrollo del MOOC.*

	<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Herramienta</b>
<b>Recursos de Contenido</b>	Documentos	Creación de documentos escritos	Microsoft Word
	Audios	Creación de lecturas auditivas	Audacity
	Videos	Creación de video explicaciones	Filmora 9
	Imágenes	Búsqueda de imágenes en repositorios web	Web
	Animaciones	Búsqueda de imágenes en repositorios web	Web
	Foro	Para hacer preguntas, responder a los talleres y compartir experiencias	Foro
<b>Recursos Tecnológicos</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Herramienta</b>
	Ordenador	Máquina para utilizar los programas, crear los textos, videos, audios.	Computador
	Software	Programa para desarrollar los cursos virtuales	Articulate Storyline 3
	Software de edición de videos	Programa para editar las video explicaciones	Filmora 9
	Repositorio de Videos	Plataforma para cargar las videoconferencias	YouTube
	Software de desarrollo de gamificación	Programas para diseñar y desarrollar elementos gamificados (quiz, puzzles, cuestionarios)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wordwall</li> <li>• Genially</li> <li>• Educaplay</li> </ul>
	Plataforma de	Plataforma para cargar el	Moodle



MOOC		módulo 1	
	<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Responsabilidad</b>
<b>Recursos Humanos</b>	Desarrollador del Curso	Sr. Sairi Romero	Responsable de desarrollar el módulo 1, integrando todos los contenidos de texto, audio, video, animación y juegos.
	Docente, Capacitador	Sr. Sairi Romero	Responsable de inscribir a los estudiantes, controlar, calificar sus notas y brindar soporte técnico y académico.

Fuente: *Propia*

Por otro lado en la Tabla 14 también se exponen aquellos recursos necesarios para el alumno los cuales van enfocados a la utilización y funcionamiento del sistema MOOC.

**Tabla 14**

*Recursos necesarios para el alumno*

	<b>Herramienta</b>	<b>Descripción</b>	<b>Requerimiento</b>
<b>Recursos para la utilización del MOOC</b>	Computador	Requiere un computador con características mínimas de funcionamiento a partir de un procesador Intel Core i3.	Obligatorio
	Teléfono Inteligente	Si desea tomar el curso a través de un dispositivo celular, lo puede hacer siempre y cuando dicho teléfono tenga acceso a internet y el navegador Google Chrome actualizado a su última versión.	Opcional
	Internet	Requiere tener acceso a internet con una velocidad mínima de 5 mbps, para la carga de los videos y los recursos gamificados.	Obligatorio
	Navegador	Requiere la utilización del navegador Google Chrome, Mozilla Firefox o Microsoft Edge	Obligatorio

Correo Electrónico	Requiere tener habilitado un correo electrónico (Gmail, Outlook, Office365) para poder registrarse al MOOC.	Obligatorio
--------------------	---	-------------

Fuente: *Propia*

## **Etapa 5: Determinar el sistema de distribución**

El MOOC estará distribuido a través de la web dentro de una plataforma (Moodle); permitiendo el acceso al aprendizaje abierto y masivo disponible para el acceso de cualquier persona interesado en el tema. La plataforma del MOOC permitirá el manejo de los usuarios, controlar sus avances, verificar sus notas y actualizar los contenidos.

### **2.3. Fase de Diseño**

La fase de diseño del MOOC se trabajó con respecto al diseño instruccional de la metodología ADDIE, la cual menciona que existen 3 etapas dentro del proceso de diseño. El diseño del MOOC parte desde estructurar el curso general; es decir definir los objetivos generales, forma de trabajo, horario y temario hasta definir las actividades pertenecientes a cada módulo del MOOC.

#### **2.3.1. Estructuración del MOOC**

Una vez realizada el análisis de necesidades perteneciente al tópico general del MOOC (Gestión de Ventas: Técnicas y Estrategias para Ventas Efectivas) se procede a definir la estructura del MOOC, es decir definir su introducción, objetivos, forma de trabajo, temas y subtemas que se van a tratar dentro del curso.

- **Introducción**

El curso MOOC tiene como título “Gestión de Ventas: Técnicas y Estrategias para Ventas Efectivas”, su finalidad es ayudar aquellas micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) a reforzar el conocimiento referente a estrategias y tácticas de ventas más

efectivas, mediante la utilización de herramientas tecnológicas de preparación masiva; para capacitar y mejorar las estrategias emprendidas en el área comercial. Su relevancia es bastante significativa debido a la necesidad que existe en nuestro medio de contar con conocimientos actualizados referente al tema de gestión de ventas, sobre todo en las empresas o negocios comerciales en donde el tema de ventas se vuelve algo primordial debido a permite alcanzar con mayor rapidez y eficiencia los objetivos comerciales, también ayuda a crear algo diferente que agrega mayor valor y competencia dentro del mercado. Razón por la cual es necesario capacitar al personal y que mejor manera de hacerlo que utilizando herramientas actuales de preparación masiva enfocados al aprendizaje en línea con temáticas de interés social.

- **Objetivo General**

El curso MOOC de Gestión de Ventas: Técnicas y Estrategias para Ventas Efectivas, tiene como objetivo ayudar en la capacitación del personal del área de ventas dentro de las micro, pequeñas y medianas empresas, con el fin de que los participantes adquieran conocimientos actualizados referente a técnicas y estrategias de Ventas; logrando así que estos conocimientos impartidos sirvan como apoyo para mejorar su negocio, empresa o actividad comercial. Todo a través del aprendizaje en línea, de manera abierta y dinámica.

- **Forma de Trabajo**

El curso MOOC de gestión de Ventas consta de 4 módulos de aprendizaje y 2 módulos adicionales, uno de introducción y otro de evaluación final del curso, Su duración es aproximadamente de 4 semanas. Cada módulo está diseñado para ser revisado durante una semana y posteriormente se habilitará un nuevo módulo por semana, con el fin de que el aprendizaje se lleve de una manera organizada.

- **Temario**

Los tópicos del MOOC se describen en la Tabla 15, donde se puede observar la distribución temática de los diferentes módulos del curso.

**Tabla 15**

*Temario del MOOC.*

<b>Tópicos del MOOC</b>	
Tópico General:	“Gestión de Ventas: Técnicas y Estrategias para Ventas Efectivas”
<b>MODULO 1: INTRODUCCIÓN A LAS VENTAS</b>	
<b>1.1. Conceptos de Venta y Vendedor</b>	
	1.1.1. ¿Qué es vender?
	1.1.2. Tipos de Venta
	1.1.3. ¿Qué es un vendedor?
	1.1.4. Características de un vendedor exitoso
<b>1.2. Conociendo nuestro producto</b>	
Contenido:	1.2.1. ¿Qué es producto?
	1.2.2. Análisis del producto
	1.2.3. Conocimientos Importantes de un Vendedor con respecto al producto
<b>MODULO 2: ESTRATEGIAS DE VENTA</b>	
<b>2.1. Introducción a las estrategias de Venta</b>	
	2.1.1. ¿Qué es una estrategia de Venta?
	2.1.2. Beneficios de implementar una estrategia de venta efectiva
<b>2.2. La Propuesta de Valor</b>	

---

2.2.1. Desarrollo de la propuesta de Valor

2.2.2. Las necesidades y la generación de valor

**2.3. Comunicación comercial como estrategia efectiva**

2.2.1. Elementos de la comunicación comercial

2.2.2. La comunicación verbal aplicada a al proceso de venta.

2.2.2. La comunicación no verbal aplicada al proceso de ventas

**MODULO 3: TÉCNICAS DE VENTAS**

**3.1. Introducción a las técnicas de Venta**

3.1.1. Que es una técnica de Venta

3.1.2. Ventajas de aplicar técnicas de ventas

**3.2. Principales Técnicas de Ventas**

3.3.1. Técnica AIDDA

3.3.2. Técnica AICDC

3.3.3. Técnica SPIN

3.3.4. Técnicas de ventas complementarias

**3.2. Etapas de las técnicas de Venta**

3.2.1. La preventa

3.2.2. La venta

3.2.3. La posventa

**3.3. La persuasión en las Ventas**

3.3.1. ¿Qué es la persuasión en las ventas?

3.3.2. Características de un vendedor persuasivo

---

#### **MODULO 4: SERVICIO O ATENCIÓN AL CLIENTE**

##### **4.1. Fundamentos de servicio o atención al cliente**

- 4.1.1. Concepto de servicio al cliente
- 4.1.2. Elementos de la atención y el servicio al cliente

##### **4.2. Componentes básicos del buen servicio**

- 4.2.1. Las habilidades de comunicación, componente de la calidad del servicio.
- 4.2.2. Principales componentes para la buena atención al cliente
- 4.2.3. Primicias de Servicio al Cliente

##### **4.3. Clasificación y el trato al cliente**

- 4.3.1. Importancia de una buena atención al cliente
- 4.3.2. Técnicas de atención al cliente

---

Fuente: *Propia*

#### **Condiciones de Ingreso**

El usuario puede ingresar al curso mediante su cuenta de correo electrónico (Gmail, Hotmail, Correo Institucional Office 365) la misma que será verificada tras completar el registro. Posteriormente el usuario tendrá que matricularse al Curso de Gestión de Ventas: Técnicas y Estrategias para Ventas Efectivas, el cual se encuentra expuesto en la página principal de la plataforma.

**Número Máximo de Alumnos:** Ilimitado.

### 2.3.2. Diseño del Módulo 1

El diseño del módulo 1 parte desde definir el nombre, mencionar los objetivos del módulo, hasta determinar las horas de trabajo, tal y como se muestra en la Tabla 16.

**Tabla 16**

*Diseño Instruccional del Módulo 1*

<b>Diseño Instruccional-Módulo 1</b>	
<b>Nombre del Modulo</b>	Introducción a las Ventas
<b>Objetivo</b>	Educar a los participantes en conceptos iniciales referente a lo que es venta y vendedor, con el fin de que conozcan características y tipos de venta y vendedor que existen dentro del ámbito comercial; en específico dentro del proceso de venta. Conceptos con los cuales podrán comprender los siguientes módulos.
<b>Horas por Semana</b>	Las horas establecidas para el módulo 1 son de 5 horas a la semana, 1 hora al día. Los alumnos que tengan conocimientos medios de informática e Internet lo podrán realizar en menos de la mitad del tiempo previsto.

Fuente: *Propia*

#### **Etapa 1: Desarrollar un Inventario de tareas**

Dentro del módulo 1 se estableció una serie de actividades por cumplir en un tiempo determinado (1 semana). Dicha información se describe en la Tabla 17.

**Tabla 17**

*Inventario de tareas para el Módulo 1*

<b>Semana 1</b>				
<b>Dia 1</b>	<b>Dia 2</b>	<b>Dia 3</b>	<b>Dia 4</b>	<b>Dia 5</b>
• Ingresar a la	• Ingresar al Modulo 1:	• Continuar la revisión de la	• Revisar la Unidad 2: Facilitadores de	• Continuar la revisión de la Unidad 2:

plataforma	Unidad 1:	Unidad 1:	ventas.	Conocimientos que
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar la guía de navegación del curso.</li> <li>• Revisar la guía del estudiante</li> <li>• Revisar la introducción al curso</li> <li>• Realizar la actividad de presentación en el foro.</li> </ul>	<p>Introducción a las ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar las lecturas de: ¿Qué es Vender? y su importancia.</li> <li>• Ver la explicación visual de que es vender.</li> <li>• Realizar las actividades lúdicas de gamificación para reforzar el conocimiento adquirido.</li> <li>• Revisar las lecturas de: ¿Qué es un Vendedor y sus tipos.</li> <li>• Ver la explicación visual de refuerzo sobre las características</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar la lectura sobre tipos de ventas</li> <li>• Revisar el video de refuerzo sobre los tipos de ventas.</li> <li>• Completar las actividades de gamificación para reforzar el conocimiento adquirido.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar la lectura sobre conociendo nuestro producto y análisis del producto.</li> <li>• Revisar el video de refuerzo sobre el análisis del producto.</li> <li>• Completar las actividades de gamificación para reforzar el conocimiento adquirido.</li> </ul>	<p>todo vendedor debe tener.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar los temas de conocimientos del producto, cliente, competencia, empresa y material promocional.</li> <li>• Revisar el video de refuerzo sobre el análisis del producto.</li> <li>• Completar las actividades de gamificación para reforzar el conocimiento adquirido.</li> <li>• Completar el Taller 1, haciendo uso del foro</li> <li>• Realizar la evaluación de finalización el módulo 1</li> </ul>



---

de un vendedor

exitoso.

- Realizar las actividades de gamificación para reforzar el conocimiento adquirido.

---

Utilizar el foro de inquietudes para realizar cualquier pregunta respecto a los temas.

---

Fuente: *Propia*

### **Etapas 2: Componer los objetivos de rendimiento.**

Los objetivos de rendimiento establecidos dentro de este módulo son los siguientes:

- Mejorar el conocimiento de los participantes utilizando materiales multimedia tales como texto, video y audio para que el participante ponga en práctica lo aprendido en el módulo1.
- Reforzar los temas iniciales respecto a conceptos de venta y vendedor para que sirvan como base en la comprensión de los siguientes módulos.
- Aumentar la atención y participación de los participantes dentro de este primer módulo aplicando secciones de gamificación las cuales permitan generar un aprendizaje divertido y dinámico acompañado de recursos multimedia.

### **Etapas 3: Generar métodos de prueba o testeo.**

En este módulo se estableció trabajar con actividades calificadas, actividades lúdicas de autoevaluación y actividades optativas. A continuación, en la Tabla 18 se describen los detalles de calificación de las actividades.

**Tabla 18***Actividades Calificadas, Lúdicas y Optativas del Módulo 1*

<b>Actividades Calificadas</b>			
<b>Descripción de Actividad</b>	<b>Puntuación</b>		
	<i>100%</i>	<i>50%</i>	<i>0%</i>
<b>A1:</b> Completar la revisión del contenido del Módulo 1(2 Unidades).	Ingresar y navegar todas las secciones de lectura, videos y juegos del módulo 1	Solamente completó la unidad 1.	No ingresó al módulo
<b>A2:</b> Realizar la actividad del Taller 1 en el foro.	Ingresar al foro y cumplir con totalidad la actividad del foro	Ingresó al foro pero no envió su respuesta a tiempo.	No ingresó al foro
<b>A3:</b> Completar la evaluación final de comprensión del módulo 1	Ingresar a la evaluación y obtener una nota mayor o igual a 7.	Ingresó a la evaluación, pero no envió sus respuestas a tiempo.	No ingresó al módulo
<b>Actividades Lúdicas</b>			
<i>Puntuación:</i> No tiene puntuación (Actividad de Autoevaluación-Motivación)			
<b>A1:</b> Completar la sección de gamificación (juegos, puzzles, quiz).			
<b>Actividades Optativas</b>			
<i>Puntuación:</i> No tiene puntuación			
<b>A1:</b> Revisar los Contenidos Audiovisuales, para reforzar la explicación de texto.			
<b>A2:</b> Realizar preguntas respecto a dudas en los temas del módulo 1 utilizando el foro de inquietudes			

Fuente: *Propia***2.3.3. Diseño del Módulo 2**

El diseño del módulo 2 parte desde definir el nombre, mencionar los objetivos del módulo, hasta determinar las horas de trabajo, tal y como se muestra en la Tabla 19.

**Tabla 19***Diseño Instruccional del Módulo 2*

<b>Diseño Instruccional-Módulo 2</b>	
<b>Nombre del Modulo</b>	Estrategias de Venta
<b>Objetivo</b>	Enseñar las diferentes estrategias de venta que existen con el fin de que el participante pueda aplicar dichos conocimientos para mejorar la actividad comercial de sus negocios comerciales.
<b>Horas por Semana</b>	Las horas establecidas para el módulo 2 son de 5 horas a la semana, 1 hora al día. Los alumnos que tengan conocimientos medios de informática e Internet lo podrán realizar en menos de la mitad del tiempo previsto.

Fuente: *Propia*

**Etapa 1: Desarrollar un Inventario de tareas**

Dentro del módulo 2 se estableció una serie de actividades por cumplir en un tiempo determinado (1 semana). Dicha información se describe en la Tabla 20.

**Tabla 20***Inventario de tareas para el Módulo 2*

<b>Semana 2</b>				
<b>Día 1</b>	<b>Día 2</b>	<b>Día 3</b>	<b>Día 4</b>	<b>Día 5</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresar a la plataforma hacia el módulo 2</li> <li>• Revisar la Unidad 1: Introducción a las Estrategias de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresar a la unidad 2: La propuesta de valor.</li> <li>• Lectura del tema: Desarrollo de la propuesta valor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar la unidad 3: Comunicación comercial como estrategia efectiva de venta.</li> <li>• Leer el tema de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuar la revisión de la unidad 3.</li> <li>• Lectura sobre la comunicació</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar documentos descargables para prepararse a la evaluación modular.</li> </ul>

<p>Venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leer lo que significa una estrategia de venta.</li> <li>• Leer los beneficios de la implementación de estrategias de venta.</li> <li>• Revisar el video de las diferentes estrategias de venta.</li> <li>• Completar los minijuegos de comprensión del tema.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectura del tema: Las necesidades y la generación de valor.</li> <li>• Ver la explicación visual sobre la propuesta de valor.</li> <li>• Completar los minijuegos de comprensión del tema.</li> </ul>	<p>los elementos de la comunicación comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leer los tipos de estrategias de ventas.</li> <li>• Ver la explicación visual sobre la comunicación verbal aplicada a las ventas.</li> </ul>	<p>n no verbal aplicada a las ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión lectora sobre otras estrategias para ventas efectivas.</li> <li>• Revisar el video de retroalimentación del tema.</li> <li>• Completar los minijuegos de comprensión del tema.</li> <li>• Completar el Taller 2 respondiendo en el foro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la evaluación de finalización del módulo 2.</li> </ul>
--	--	--	---	--

---

Utilizar el foro de inquietudes para realizar cualquier pregunta respecto a los temas.

---

Fuente: *Propia*

## **Etapla 2: Componer los objetivos de rendimiento.**

Los objetivos de rendimiento establecidos dentro de este módulo son los siguientes:

- Mejorar los conocimientos de estrategias de ventas en base a las explicaciones impartidas en el curso.
- En base a las explicaciones audiovisuales se espera que los estudiantes puedan mejorar la forma de ejercer una actividad comercial, aplicando estrategias potenciales que permitan mejorar los procesos de venta.
- Se espera que el estudiante mejore o se empape de nuevos conocimientos relacionados a las estrategias de venta, utilizando contenidos dinámicos tales como texto, animación, videos y minijuegos que sirvan como herramientas de aprendizaje dinámico.

## **Etapla 3: Generar métodos de prueba o testeo.**

En este módulo se estableció trabajar con actividades calificadas, actividades lúdicas de autoevaluación y actividades optativas. A continuación, en la Tabla 21 se describen los detalles de calificación de las actividades.

**Tabla 21**

*Actividades Calificadas, Lúdicas y Optativas del Módulo 2*

Descripción de Actividad	Actividades Calificadas		
	Puntuación		
	100%	50%	0%
<b>A1:</b> Completar la revisión del contenido del Módulo 2 (3 Unidades).	Ingresar y navegar todas las secciones de lectura, videos y juegos del módulo 2	Solamente completó la unidad 1.	No ingresó al módulo
<b>A2:</b> Realizar la actividad del	Ingresar al foro y cumplir con	Ingresó al foro pero no	No ingresó

Taller 2 en el foro.	totalidad la actividad del foro	envió su respuesta a	al foro
		tiempo.	
<b>A3:</b> Completar la evaluación final de comprensión del módulo 2	Ingresar a la evaluación y obtuvo una nota mayor o igual a 7.	Ingresó a la evaluación, pero no envió sus respuestas a tiempo.	No ingresó al módulo

---

**Actividades Lúdicas**

*Puntuación:* No tiene puntuación (Actividad de Autoevaluación-Motivación)

---

**A1:** Completar la sección de gamificación (juegos, puzzles, quiz).

---

**Actividades Optativas**

**Puntuación:** No tiene puntuación

---

**A1:** Revisar los Contenidos Audiovisuales, para reforzar la explicación de texto.

**A2:** Realizar preguntas respecto a dudas en los temas del módulo 2 utilizando el foro de inquietudes

---

Fuente: *Propia*

### 2.3.4. Diseño del Módulo 3

El diseño del módulo 3 parte desde definir el nombre, mencionar los objetivos del módulo, hasta determinar las horas de trabajo, tal y como se muestra en la Tabla 22.

**Tabla 22**

*Diseño Instruccional del Módulo 3*

<b>Nombre del Modulo</b>	Técnicas de Ventas
<b>Objetivo</b>	El objetivo de este módulo es que el lector se empape de conocimientos referente a las técnicas de ventas con la finalidad de que dichos conocimientos sean aplicados dentro de sus negocios o empresas comerciales para mejorar sus ventas.
<b>Horas por Semana</b>	Las horas establecidas para el módulo 3 son de 5 horas por semana, 1 hora al día. Los alumnos que tengan conocimientos medios de informática e Internet lo podrán realizar en menos de la mitad del tiempo previsto.

---

Fuente: *Propia*

## Etapa 1: Desarrollar un Inventario de tareas

Dentro del módulo 3 se estableció una serie de actividades por cumplir en un tiempo determinado (1 semana). Dicha información se describe en la Tabla 23, destacando los días de trabajo durante la semana de aprendizaje.

**Tabla 23**

*Inventario de tareas para el Módulo 3*

Semana 3				
Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ingresar a la plataforma hacia el módulo 3</li> <li>Revisar la Unidad 1: Introducción a las técnicas de venta.</li> <li>Leer o escuchar lo que significa una técnica de venta.</li> <li>Revisar la de ventajas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Navegar hacia la unidad 2: Principales técnicas de venta.</li> <li>Revisar la introducción y el concepto de la técnica AIDA.</li> <li>Leer o escuchar sobre las fases de la técnica AIDA.</li> <li>Reforzar el conocimiento con el video explicativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuar la revisión de la unidad 2.</li> <li>Leer o escuchar la introducción y el concepto de la técnica AICDC.</li> <li>Leer o escuchar la explicación sobre las fases de la técnica AICDC.</li> <li>Reforzar el conocimiento con el video explicativo sobre la técnica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuar con la revisión de la Unidad 3: La persuasión en las ventas.</li> <li>Leer sobre la persuasión en las ventas.</li> <li>Leer sobre las características de un vendedor persuasivo.</li> <li>Leer sobre las algunas técnicas de persuasión.</li> <li>Reforzar el conocimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Completar el Taller 3 respondiendo en el foro.</li> <li>Revisar los documentos descargables respecto al módulo 3.</li> <li>Realizar la evaluación de finalización el módulo 3</li> </ul>

---

<p>de aplicar una técnica de venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Completar los minijuegos de comprensión del tema.</li> <li>• Ver la explicación visual de las etapas de las técnicas de venta.</li> <li>• Completar los minijuegos de comprensión del tema.</li> </ul>	<p>sobre la técnica AIDA.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Completar los minijuegos de comprensión del tema.</li> </ul>	<p>AICDC.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Completar los minijuegos de comprensión del tema.</li> <li>• Leer o escuchar la introducción y el concepto de la técnica SPIR.</li> <li>• Leer o escuchar la explicación sobre las fases de la técnica SPIR.</li> <li>• Reforzar el conocimiento con el video explicativo sobre la técnica SPIR.</li> <li>• Completar los minijuegos de comprensión del tema.</li> <li>• Revisar el video explicativo sobre las técnicas complementarias de venta</li> </ul>	<p>con el video explicativo sobre la persuasión en las ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Completar los minijuegos de comprensión del tema.</li> </ul>
---	---	---	--

---



Fuente: *Propia*

## **Etapa 2: Componer los objetivos de rendimiento.**

Los objetivos de rendimiento establecidos dentro de este módulo son los siguientes:

- El vendedor comprenderá lo que es una técnica de venta y como debe aplicarlo dentro de su empresa o negocio comercial para mejorar el crecimiento comercial.
- Con las explicaciones textuales, el vendedor podrá tener una introducción respecto al tema, seguidamente reforzará dicho aprendizaje con explicaciones audiovisuales en donde se presentarán ejemplos reales respecto al tema tratado. De esta manera el vendedor construirá un conocimiento sólido respecto al tema de técnicas de Ventas.
- La sección de gamificación presente en cada una de las unidades del Módulo 3 servirán como ayuda para fomentar un aprendizaje divertido. Con estas herramientas el vendedor no perderá el interés y se empapará de conocimientos mediante un aprendizaje dinámico y divertido.

## **Etapa 3: Generar métodos de prueba o testeo.**

En este módulo se estableció trabajar con actividades calificadas, actividades lúdicas de autoevaluación y actividades optativas. A continuación, en la Tabla 24 se describen los detalles de calificación de las actividades.

**Tabla 24***Actividades Calificadas, Lúdicas y Optativas del Módulo 3*

<b>Actividades Calificadas</b>			
<b>Descripción de Actividad</b>	<b>Puntuación. Nota Máxima: 10 puntos, Nota mínima 1 punto</b>		
	<b>100%</b>	<b>50%</b>	<b>0%</b>
<b>A1:</b> Completar la revisión del contenido del Módulo 3 (3 Unidades).	Ingresar y navegar todas las secciones de lectura, videos y juegos del módulo 3	Solamente completó la unidad 1.	No ingresó al módulo
<b>A2:</b> Realizar la actividad del Taller 3 en el foro.	Ingresar al foro y cumplir con totalidad la actividad del foro	Ingresó al foro pero no envió su respuesta a tiempo.	No ingresó al foro
<b>A3:</b> Completar la evaluación final de comprensión del módulo 3	Ingresar a la evaluación y obtener una nota mayor o igual a 7.	Ingresó a la evaluación, pero no envió sus respuestas a tiempo.	No ingresó al módulo
<b>Actividades Lúdicas</b>			
<b>Puntuación:</b> No tiene puntuación (Actividad de Autoevaluación-Motivación)			
<b>A1:</b> Completar la sección de gamificación (juegos, puzles, quiz).			
<b>Actividades Optativas</b>			
<b>Puntuación:</b> No tiene puntuación			
<b>A1:</b> Revisar los Contenidos Audiovisuales, para reforzar la explicación de texto.			
<b>A2:</b> Realizar preguntas respecto a dudas en los temas del módulo 3 utilizando el foro de inquietudes			

Fuente: *Propia***2.3.5. Diseño del Módulo 4**

El diseño del módulo 4 parte desde definir el nombre, mencionar los objetivos del módulo, hasta determinar las horas de trabajo, tal y como se muestra en la Tabla 25.

**Tabla 25***Diseño Instruccional del Módulo 4*

<b>Nombre del Modulo</b>	Servicio o atención al cliente
<b>Objetivo</b>	Cubrir las necesidades de aprender técnicas de comunicación e identificación de clientes para poder diferenciarlos y poder tratarlos de una manera correcta y personalizada, con el fin de desarrollar con eficiencia y profesionalidad la actividad de buen servicio o atención al cliente.
<b>Horas por Semana</b>	5 horas por semana, 1 hora al día. Los alumnos que tengan conocimientos medios de informática e Internet lo podrán realizar en menos de la mitad del tiempo previsto.

Fuente: *Propia*

**Etapa 1: Desarrollar un Inventario de tareas**

Dentro del módulo 4 se estableció una serie de actividades por cumplir en un tiempo determinado (1 semana). Dicha información se describe en la Tabla 26, destacando los días de trabajo durante la semana de aprendizaje.

**Tabla 26***Inventario de tareas para el Módulo 4*

<b>Semana 4</b>				
<b>Día 1</b>	<b>Día 2</b>	<b>Día 3</b>	<b>Día 4</b>	<b>Día 5</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresar a la plataforma hacia el módulo 4</li> <li>• Revisar la Unidad 1: Fundamentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Navegar hacia la Unidad 2: Componentes básicos de un buen servicio.</li> <li>• Leer la explicación sobre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuar la revisión de la Unidad 3: Clasificación y el trato al cliente.</li> <li>• Revisar la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Completar el Taller 4 respondiendo en el foro.</li> <li>• Realizar la evaluación de finalización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Completar el examen final de finalización del curso.</li> </ul>

de servicio o atención al cliente.	las habilidades de comunicación como componente de calidad del servicio.	explicación textual sobre la importancia de una buena atención al cliente.	el módulo 4.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Leer o escuchar la explicación sobre conceptos de servicio al cliente.</li> <li>Completar los minijuegos de comprensión del tema.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ver la explicación visual sobre los principales componentes para la buena atención al cliente.</li> <li>Ver el video de los 10 mandamientos para la buena atención al cliente.</li> <li>Completar los minijuegos de comprensión del tema.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisar el video sobre algunas técnicas de atención al cliente.</li> <li>Completar los minijuegos de comprensión del tema.</li> </ul>	

---

Utilizar el foro de inquietudes para realizar cualquier pregunta respecto a los temas.

---

Fuente: *Propia*

## **Etapas 2: Componer los objetivos de rendimiento.**

Los objetivos de rendimiento establecidos dentro de este módulo son los siguientes:

- El vendedor aprenderá la importancia del buen servicio o atención al cliente, la cual deberá poner en funcionamiento dentro de su negocio con el fin de lograr el

reconocimiento, popularidad y mejores ventas a raíz de mostrar interés en mantener una buena relación con el cliente.

- Con las explicaciones textuales, el vendedor podrá conocer a sus clientes basándose en comportamientos los cuales le permitirá tener una atención personalizada dependiendo del tipo de cliente. Con esto el vendedor sabrá reconocer y actuar profesionalmente a momento de brindar un servicio al cliente.
- La sección de gamificación presente en cada una de las unidades del Módulo 4 servirán como ayuda para fomentar un aprendizaje divertido. Con estas herramientas el vendedor reforzara el conocimiento adquirido durante las explicaciones textuales y audiovisuales.

### **Etapa 3: Generar métodos de prueba o testeo.**

En este módulo 4 se estableció trabajar con actividades calificadas, actividades lúdicas de autoevaluación y actividades optativas. A continuación, en la Tabla 27 se describen los detalles de calificación de las actividades.

**Tabla 27**

*Actividades Calificadas, Lúdicas y Optativas del Módulo 4*

<b>Actividades Calificadas</b>			
<b>Descripción de Actividad</b>	<b>Puntuación. Nota Máxima: 10 puntos, Nota mínima 1 punto</b>		
	<b>100%</b>	<b>50%</b>	<b>0%</b>
<b>A1:</b> Completar la revisión del contenido del Módulo 4 (3 Unidades).	Ingresar y navegar todas las secciones de lectura, videos y juegos del módulo 4	Solamente completo la unidad 1.	No ingresó al módulo
<b>A2:</b> Realizar la actividad del Taller 4 en el foro.	Ingresar al foro y completar con totalidad la actividad del foro	Ingresó al foro pero no envió su respuesta a tiempo.	No ingresó al foro

<b>A3:</b> Completar la evaluación final de comprensión del módulo 4	Ingresar a la evaluación y obtener una nota mayor o igual a 7.	Ingresó a la evaluación, pero no envió sus respuestas a tiempo.	No ingresó al módulo 4
--	--	---	------------------------

---

**Actividades Lúdicas**

**Puntuación:** No tiene puntuación (Actividad de Autoevaluación-Motivación)

---

**A1:** Completar la sección de gamificación (juegos, puzles, quiz).

---

**Actividades Optativas**

**Puntuación:** No tiene puntuación

---

**A1:** Revisar los Contenidos Audiovisuales, para reforzar la explicación de texto.

**A2:** Realizar preguntas respecto a dudas en los temas del módulo 4 utilizando el foro de inquietudes

---

Fuente: *Propia*

## **2.4. Fase de Desarrollo**

En la fase de desarrollo se procedió a construir cada módulo perteneciente al curso masivo. Para ello se hizo uso de la herramienta seleccionada anteriormente “Articulate Storyline 3”, los recurso multimedia, tecnológicos y humanos para poder virtualizar los contenidos de los tópicos perteneciente a cada módulo.

### **2.4.1. Creación del Módulo 1**

Para el desarrollo del módulo 1, se parte desde diseñar un plan de aprendizaje hasta llegar a virtualizar el contenido temático haciendo uso de la herramienta de desarrollo de cursos virtuales. Este proceso se divide en 2 etapas:

#### **Etapa 1: Generar el plan de Aprendizaje**

El módulo 1 se basa en una línea de aprendizaje dinámico, tal y como se muestra en la Figura 11, en donde el aprendizaje parte desde la revisión de lectura de los subtemas del módulo, pasa por la revisión de videos explicativos y secciones de autoevaluación basadas en gamificación y llega hasta la evaluación modular.

**Figura 11**

*Línea de aprendizaje del Módulo 1*



Fuente: Propia

## **Etapa 2: Desarrollo del Contenido**

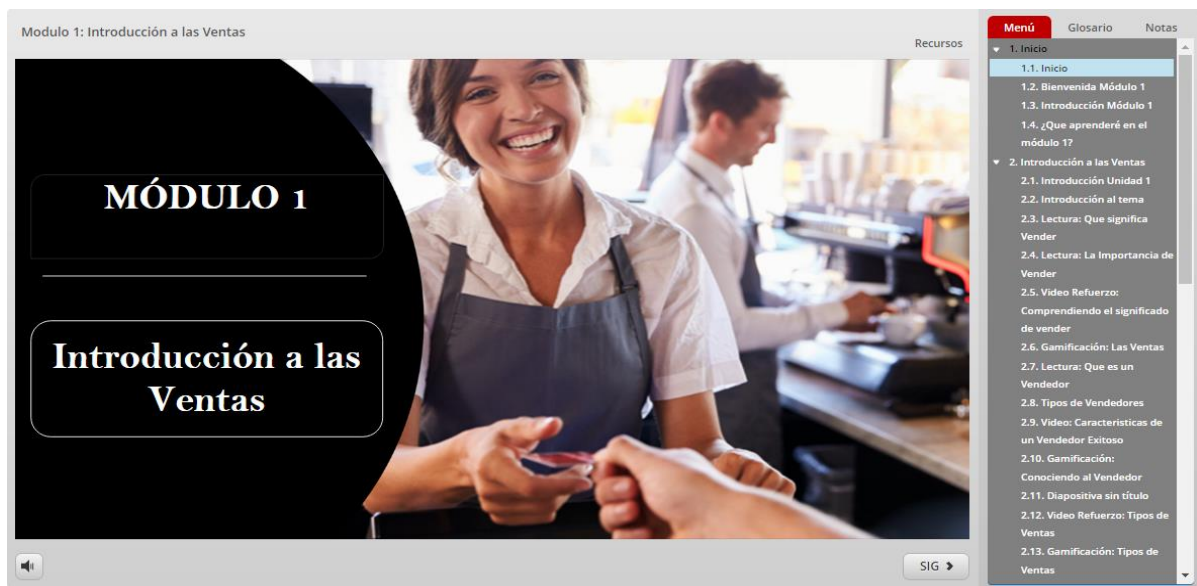
Dentro de la herramienta Articulate Storyline 3 se procedió a virtualizar todo el temario del módulo 1 basándose en la línea de aprendizaje expuesta en la Figura 11.

### **Inicio**

Como se muestra en la Figura 12, en esta sección se desarrolló, la interfaz inicial del Módulo 1, destacando el título del tema a tratarse, el menú de los temas y los botones de control de avance de páginas.

**Figura 12**

*Interfaz Inicio del Módulo 1*



Fuente: *Propia*

**Introducción**

Como se muestra en la Figura 13, en este apartado se procedió a diseñar la interfaz de bienvenida al curso, la introducción, el objetivo y lo que se espera aprender dentro de todo el módulo 1. La revisión de estos contenidos se los puede hacer en manera de audio y texto, facilitando así el entendimiento de la información.



**Figura 13**

*Interfaz de Introducción al Módulo 1*



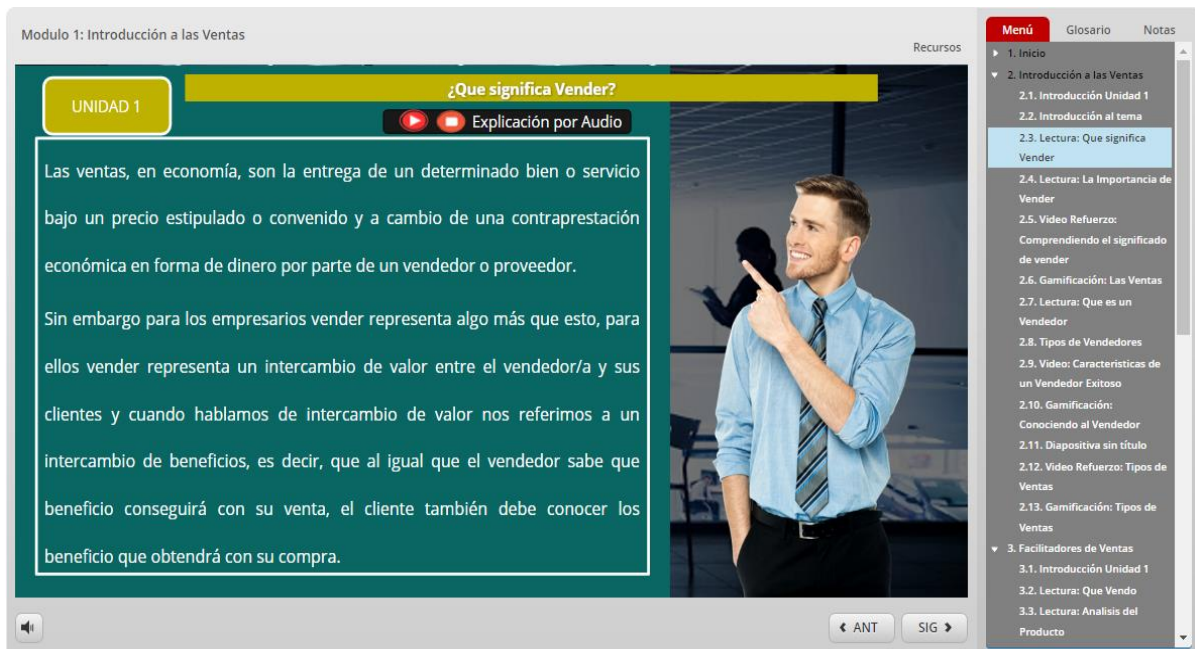
Fuente: *Propia*

**Explicación Textual**

Como se observa en la Figura 14 en este apartado se procedió a diseñar una interfaz que presente la información referente a los subtemas del módulo 1. Aquí el participante podrá hacer una lectura comprensiva respecto a los temas expuestos dentro de cada unidad. Cabe mencionar que la interfaz está diseñada para poder mantener un aprendizaje de los contenidos tanto de manera lectora y auditiva, facilitando así el entendimiento de los tópicos de una manera dinámica.

**Figura 14**

*Interfaz de Explicación Textual*



Fuente: *Propia*

**Explicación Visual**

Como se muestra en la Figura 15, en este apartado se puede observar la interfaz que se desarrolló con el fin de brindar una enseñanza mediante una explicación visual en donde los recursos multimedia más utilizados son los videos, en los cuales un capacitador, profesor o experto brinda una explicación mucho más visual, ayudando a entender los temas de mejor manera utilizando ejemplos reales referente al tema de cada unidad.

**Figura 15**

*Interfaz de una explicación visual*



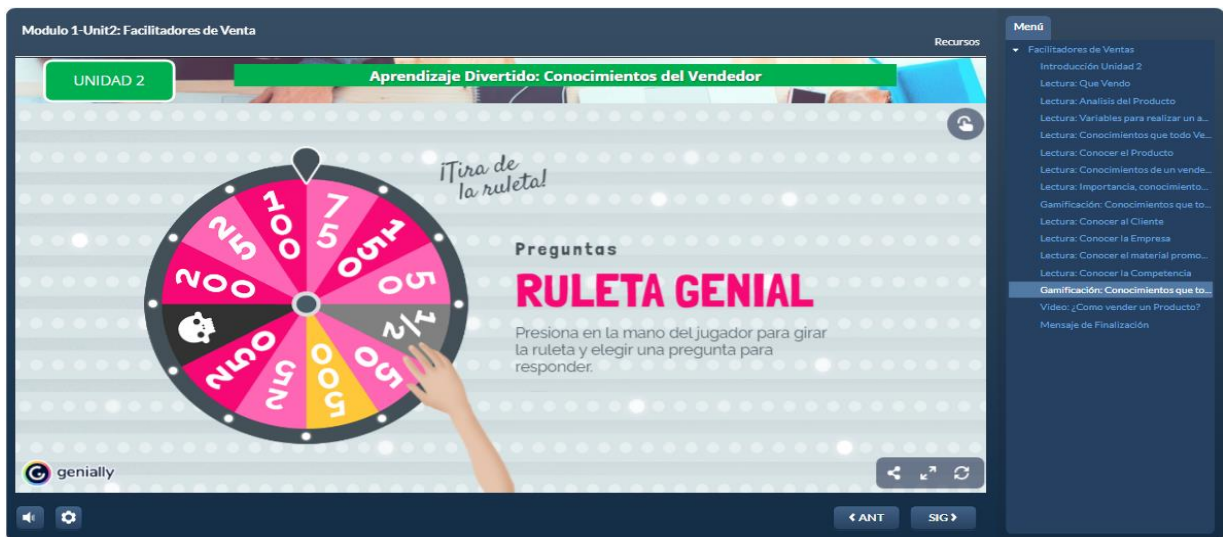
Fuente: *Propia*

### **Sección de Gamificación**

Como se muestra en la Figura 16 en este apartado se presenta una interfaz de autoevaluación basado en un aprendizaje divertido, donde los juegos toman una mayor relevancia con el objetivo de conseguir la motivación del cumplimiento de las actividades y la revisión completa del módulo 1. Este juego esta implementado en base las técnicas dinámicas y mecanizas de gamificación; debido a que permiten la acumulación de puntos y bonificaciones según sean respondidas correctamente las preguntas. Además al finalizar la revisión del módulo, se asigna una insignia por cumplimiento académico, los mismos que ayudan a determinar el ranking o el estatus de todos los participantes del curso.

**Figura 16**

*Interfaz Sección de Gamificación*



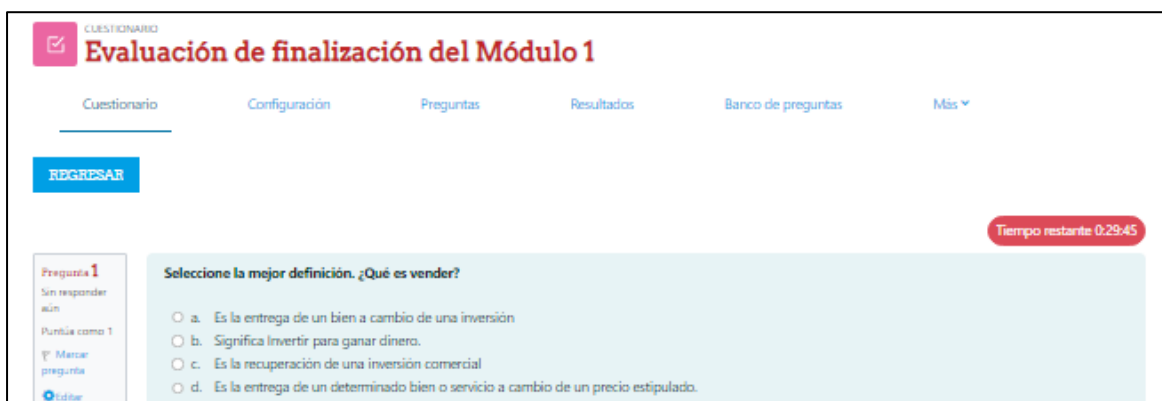
Fuente: *Propia*

### Sección de Evaluación

En esta sección se presenta la interfaz para evaluar los conocimientos del participante una vez haya culminado la revisión de los contenidos del módulo 1. La interfaz de evaluación se muestra en la Figura 17.

**Figura 17**

*Interfaz evaluación del Módulo 1*



Fuente: *Obtenido de la Plataforma MOOC de Gestión de Ventas*

## 2.4.2. Creación del Módulo 2

Para el desarrollo del módulo 2, se parte desde diseñar un plan de aprendizaje hasta llegar a virtualizar el contenido temático haciendo uso de la herramienta de desarrollo de cursos virtuales. Este proceso se divide en 2 etapas:

### Etapa 1: Generar el plan de Aprendizaje

El módulo 2 se basa en una línea de aprendizaje dinámico, tal y como se muestra en la Figura 18. en donde el aprendizaje parte desde la revisión de lectura de los subtemas del módulo, pasa por la revisión de videos explicativos y secciones de autoevaluación basadas en gamificación y llega hasta la evaluación modular.

**Figura 18**

*Línea de aprendizaje del Módulo 2*



Fuente: *Propia*

### Etapa 2: Desarrollo del Contenido

En esta etapa se procede a virtualizar todo el temario del módulo 2 siguiendo la línea de aprendizaje expuesta en la Figura 18.

## Inicio

En esta primera sección se desarrolló la interfaz inicial del Módulo 2, en donde se presenta el título del tema a tratarse. Tal como se muestra en la Figura 19.

### Figura 19

*Interfaz Inicio del Módulo 2*



Fuente: *Propia*

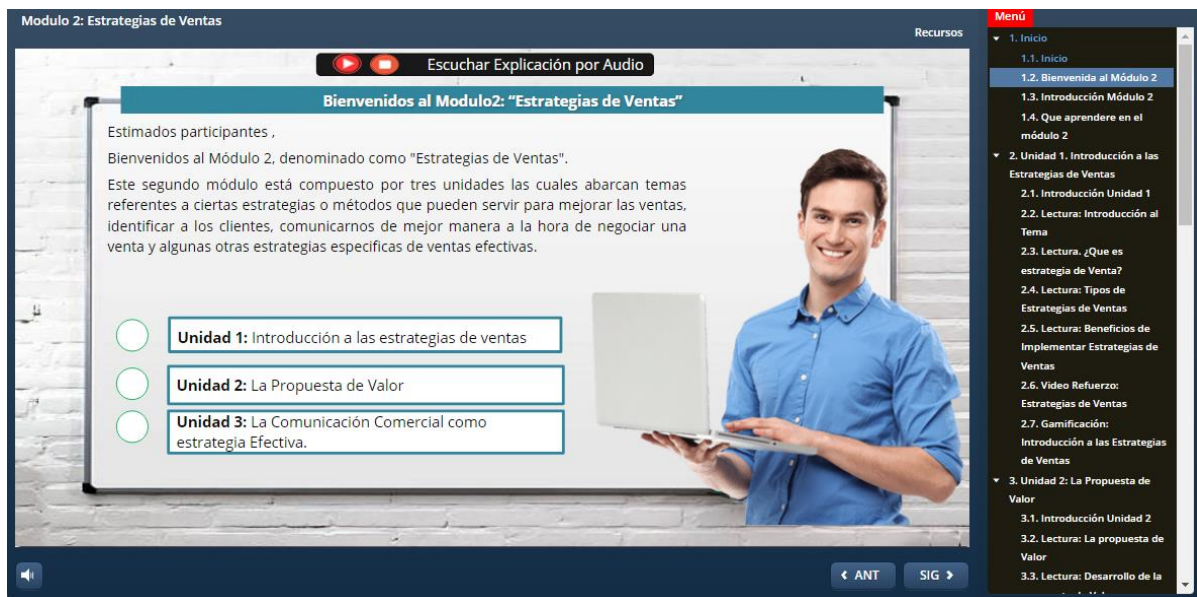
## Introducción

En esta segunda sección se desarrolló una interfaz de introducción, la cual brinda una explicación respecto al objetivo del módulo y los contenidos que se van a tratar dentro de cada unidad. Esta información se encuentra disponible tanto de manera escrita como en audio, para facilitar la navegación. Tal y como se muestra en la Figura 20.



**Figura 20**

*Interfaz de Introducción al Módulo 2*



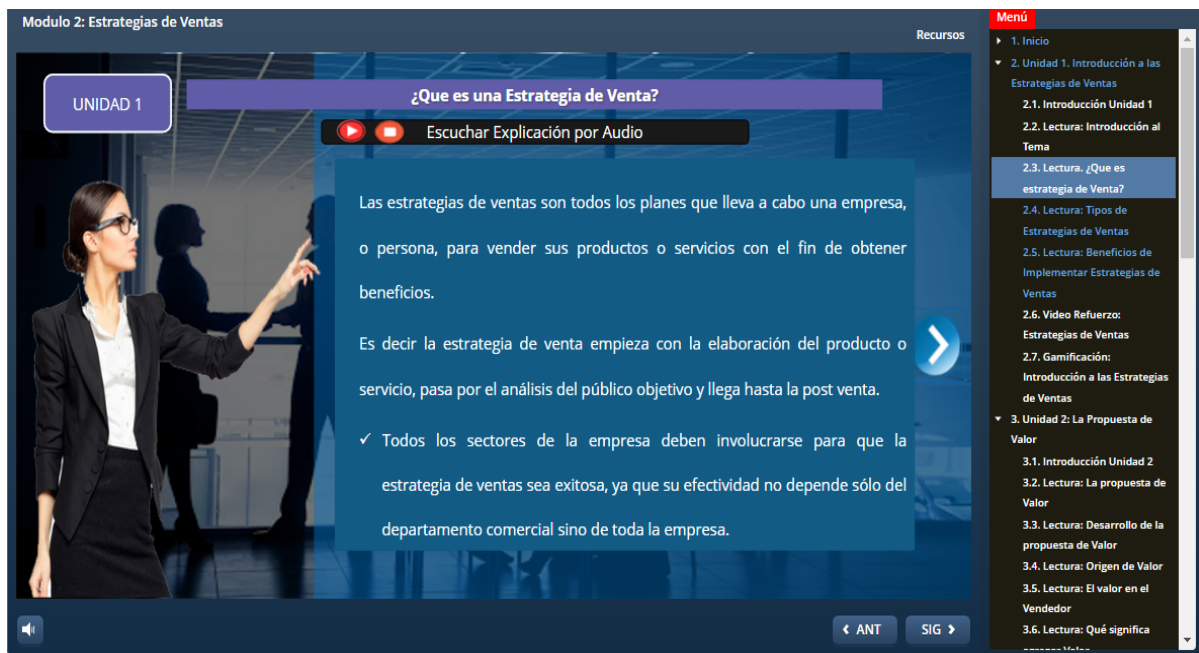
Fuente: *Propia*

**Explicación Textual**

Como se observa en la Figura 21 en este apartado se presenta una explicación teórica referente al tema de cada unidad, en donde el participante puede realizar una lectura comprensiva o reproducir los audios que permiten entender del tema de una manera auditiva.

**Figura 21**

*Interfaz de Explicación Textual Modulo 2*



Fuente: *Propia*

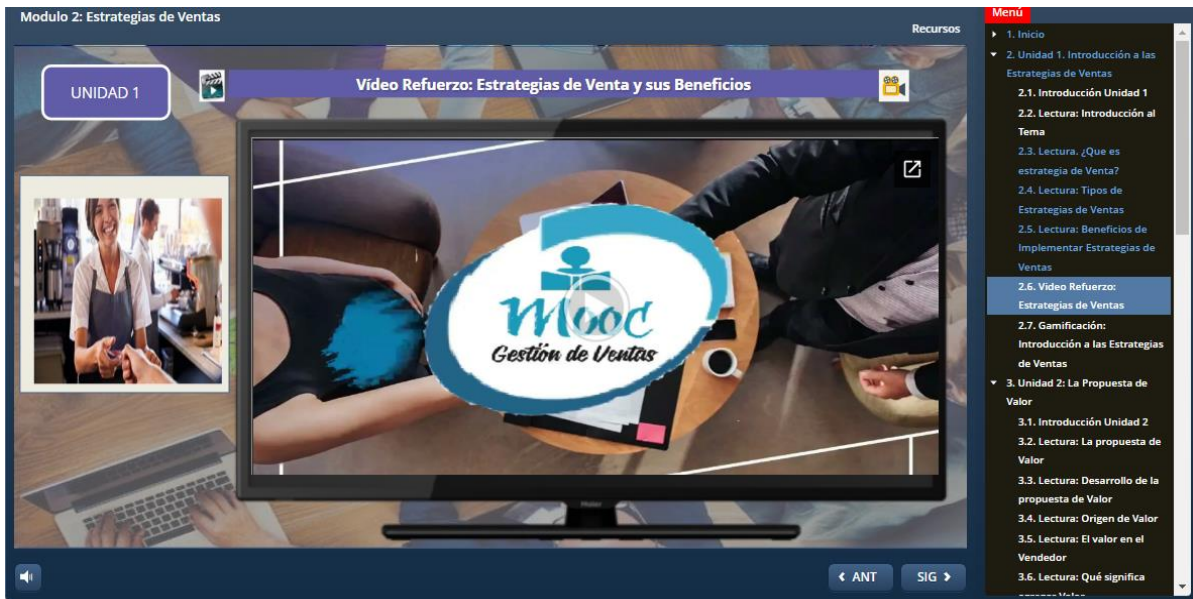
**Explicación Visual**

En esta sección se desarrolló una interfaz en donde se imparte una explicación visual respecto al tema tratado. Esta explicación se basa en el uso de recursos multimedia tales como audio y video, en la cual el capacitador brinda una explicación mucho más visual. Tal y como se muestra en la Figura 22.



**Figura 22**

*Interfaz de una explicación visual del Módulo 2*



Fuente: *Propia*

### **Sección de Juegos**

Como se muestra en la Figura 23 en esta sección se presenta una interfaz de aprendizaje divertido, en donde el juego de preguntas/respuestas tiene la finalidad de autoevaluar el conocimiento adquirido tras revisar los tópicos del módulo 2. Este juego al igual que el anterior está diseñado en base a las técnicas mecánicas de gamificación ya que su funcionamiento se basa en responder las preguntas correctamente, con el fin de ayudar al personaje a llegar a su destino; cada pregunta respondida correctamente significa la obtención de puntos, los cuales permiten cumplir con la misión del juego. Dentro de este módulo también se designan insignias dependiendo del progreso en la revisión de los contenidos, esto con el fin de conseguir motivar al participante a aprender de una manera más divertida.

**Figura 23**

*Interfaz Sección de Gamificación del Módulo 2*



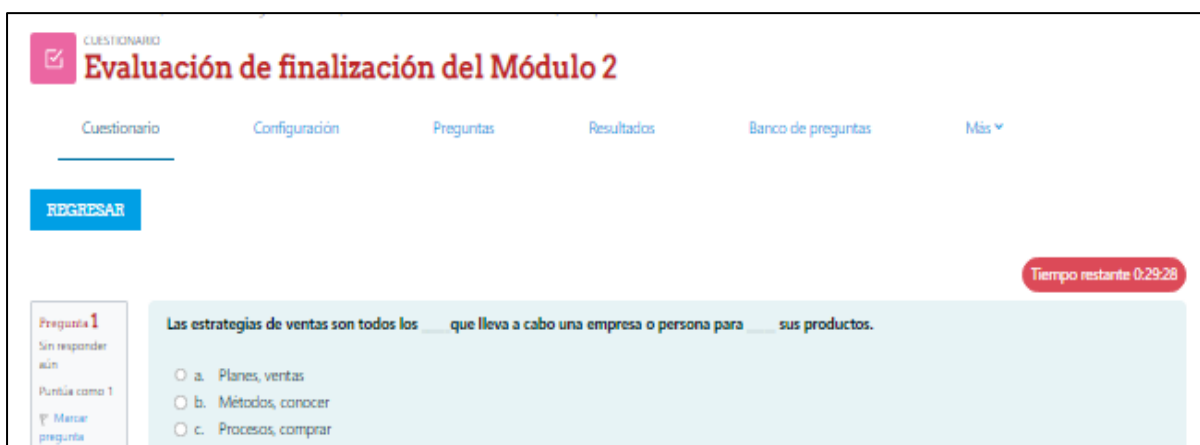
Fuente: *Propia*

### **Sección de Evaluación**

El módulo 2 también implementa una sección de evaluación en donde se mide el aprendizaje de cada estudiante. Esta sección se presenta en la Figura 24.

**Figura 24**

*Interfaz evaluación del Módulo 2*



Fuente: *Obtenido de la Plataforma MOOC de Gestión de Ventas*

### 2.4.3. Creación del Módulo 3

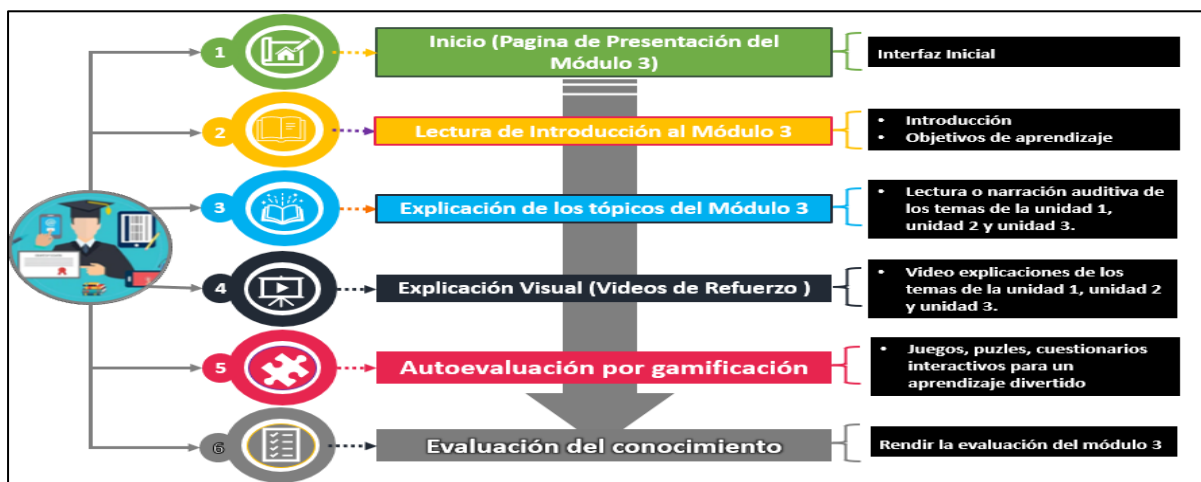
Para el desarrollo del módulo 3, se parte desde diseñar un plan de aprendizaje hasta llegar a virtualizar el contenido temático dentro de la herramienta de desarrollo de cursos virtuales. Este proceso se divide en 2 etapas:

#### Etapa 1: Generar el plan de Aprendizaje

El módulo 3 se basa en una línea de aprendizaje dinámico, tal y como se muestra en la Figura 25. en donde el aprendizaje parte desde la revisión de lectura de los subtemas del módulo, pasa por la revisión de videos explicativos y secciones de autoevaluación basadas en gamificación y llega hasta la evaluación modular.

**Figura 25**

*Línea de aprendizaje del Módulo 3*



Fuente: *Propia*

#### Etapa 2: Desarrollo del Contenido

En esta etapa se procede a virtualizar los tópicos pertenecientes a este módulo. Para ello se crearon los contenidos didácticos siguiendo la línea de aprendizaje expuesta en la Figura 25.

## Inicio

Como se muestra en Figura 26, en esta primera sección se desarrolló una interfaz inicial, la cual presenta el inicio del módulo 3, destacando la utilización de un menú para la navegación de los diferentes tópicos del módulo.

### Figura 26

*Interfaz Inicio del Módulo 3*



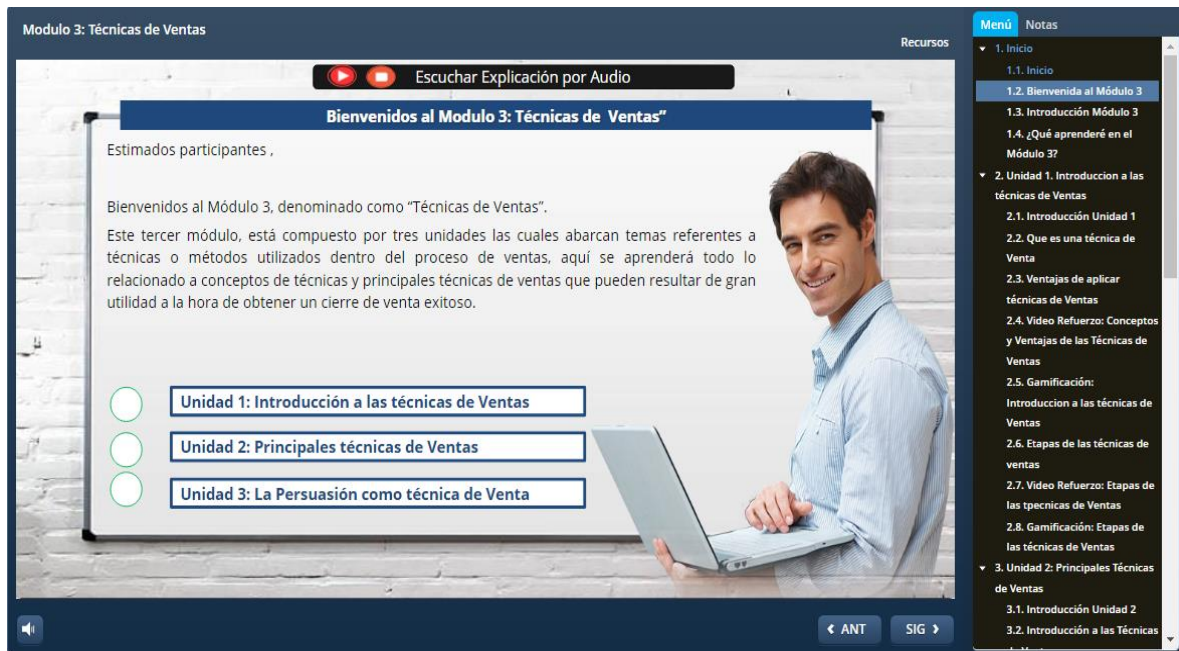
Fuente: *Propia*

## Introducción

En esta segunda sección se desarrolló una interfaz de introducción, la cual brinda explicación respecto al objetivo del módulo y los contenidos que se van a tratar dentro de cada unidad. Esta información se encuentra disponible tanto de manera escrita como en audio, para facilitar la navegación. Tal y como se muestra en la Figura 27.

**Figura 27**

*Interfaz de Introducción al Modulo 3*



Fuente: *Propia*

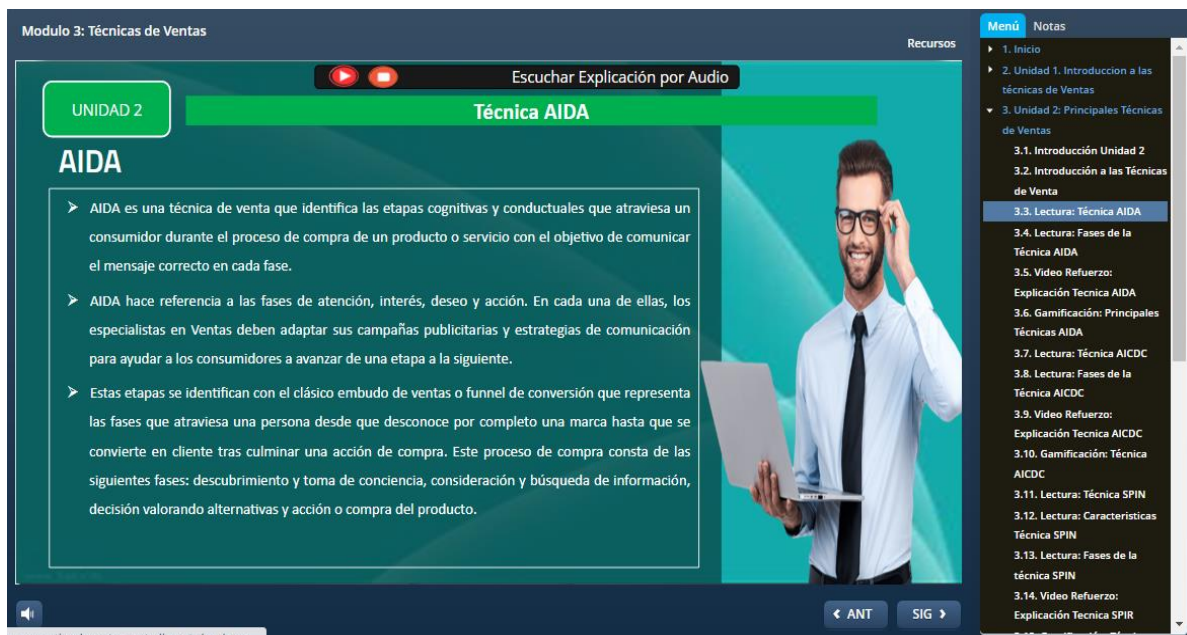
**Explicación Textual**

Como se observa en la Figura 28, en este apartado se presenta una explicación teórica referente al tema de cada unidad, en donde el participante puede realizar una lectura comprensiva o hacer uso de los audios implementados para tener una experiencia diferente de comprender la explicación del tema de una manera más auditiva.



**Figura 28**

*Interfaz de Explicación Textual Modulo 3*



Fuente: *Propia*

**Explicación Visual**

En esta sección se desarrolló una interfaz en donde se imparte una explicación visual respecto al tema tratado. Esta explicación se basa en el uso de recursos multimedia tales como audio y video, en la cual un capacitador o profesor brinda una explicación mucho más visual. Tal y como se muestra en la Figura 29.

**Figura 29**

*Interfaz de una explicación visual del Módulo 3*



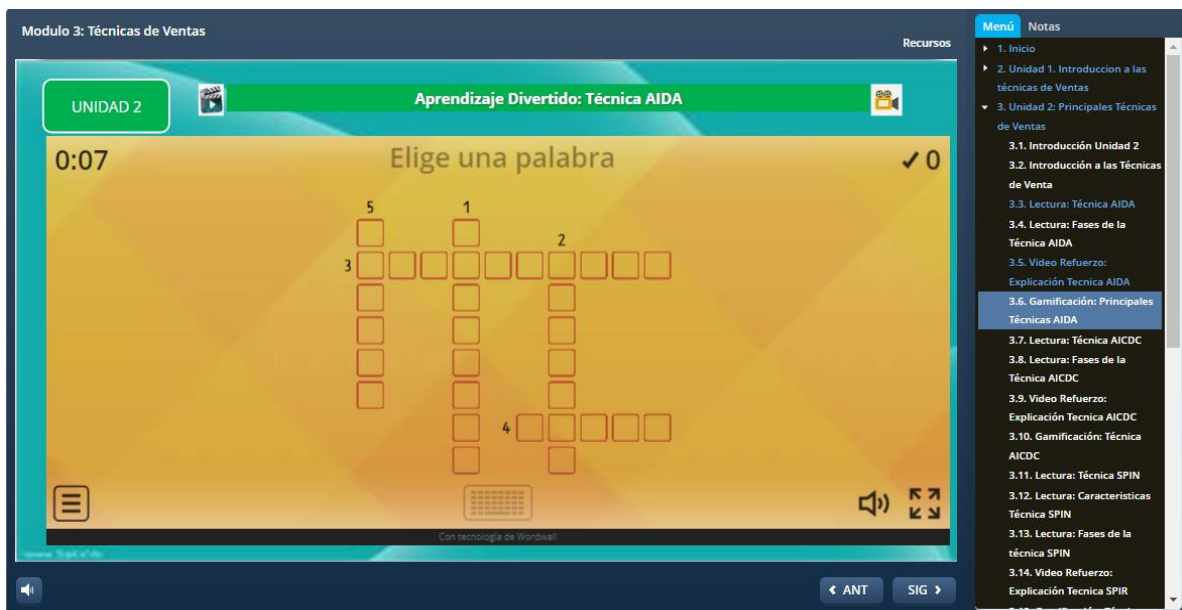
Fuente: *Propia*

### **Sección de Juegos**

Como se muestra en la Figura 30 en esta sección se procede a integrar la gamificación al aprendizaje, con el fin de autoevaluar el conocimiento adquirido dentro del módulo 3. El juego desarrollado para esta sección está basado en las técnicas mecánicas de gamificación debido a que su funcionamiento se basa específicamente en la obtención de puntos, los cuales son logrados siempre y cuando se hayan completado correctamente el crucigrama. Este contenido al igual que los anteriores módulos se rige en una línea de aprendizaje motivacional, que se encarga de entregar insignias de reconocimiento logradas siempre y cuando se haya completado la revisión de todas las unidades del módulo 3.

**Figura 30**

*Interfaz Sección de Gamificación del Módulo 3*



Fuente: *Propia*

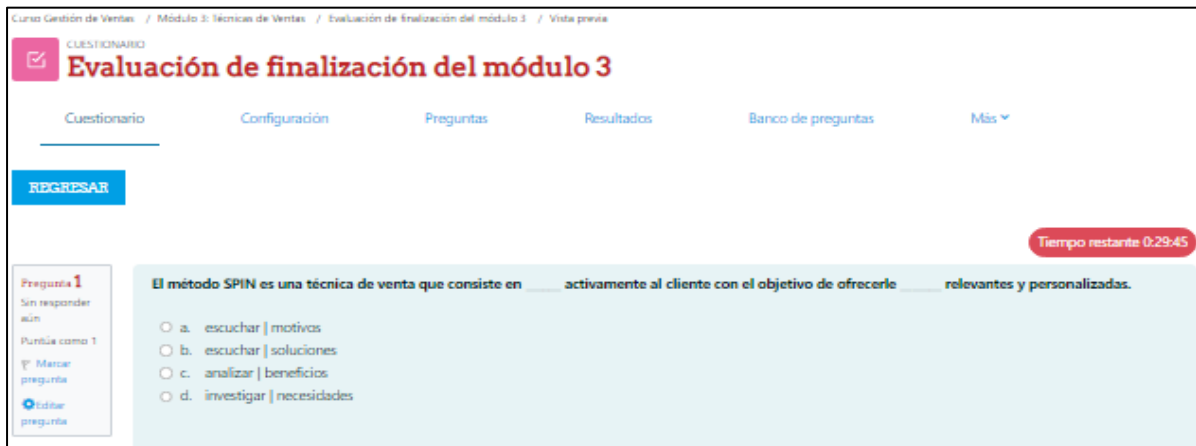
### **Sección de Evaluación**

El módulo 3 también implementa una sección de evaluación en donde se mide el aprendizaje de cada estudiante al culminar la revisión de todas las unidades del módulo. Tal y como se muestra en la Figura 31.



## Figura 31

### Interfaz evaluación del Módulo 3



Fuente: *Obtenido de la Plataforma MOOC de Gestión de Ventas*

#### 2.4.4. Creación del Módulo 4

Para el desarrollo del módulo 4, se parte desde diseñar un plan de aprendizaje hasta llegar a virtualizar el contenido temático dentro de la herramienta de desarrollo de cursos virtuales. Este proceso se divide en 2 etapas:

##### **Etap 1: Generar el plan de Aprendizaje**

El módulo 4 se basa en una línea de aprendizaje dinámico, tal y como se muestra en la Figura 32 en donde el aprendizaje parte desde la revisión de lectura de los subtemas del módulo, pasa por la revisión de videos explicativos y secciones de autoevaluación basadas en gamificación y llega hasta la evaluación modular.

**Figura 32**

*Línea de aprendizaje del Módulo 4*



Fuente: *Propia*

## **Etapa 2: Desarrollo del Contenido**

Para desarrollar los contenidos pertenecientes al módulo 4, se procedió a virtualizar los tópicos del módulo siguiendo la línea de aprendizaje expuesta en la Figura 32. Al igual que los anteriores módulos se hizo uso de los recursos tecnológicos, multimedia y humanos para generar un contenido dinámico e interactivo ideal para un aprendizaje online.

### **Inicio**

En la Figura 33 se presenta la primera sección de la interfaz inicial, la cual presenta un menú dinámico el cual coordina toda la navegación del Módulo 4, además esta sección controla el progreso del estudiante; es decir si la unidad ya está completada, aun no se ha iniciado o si ya ha finalizado mediante verificación del progreso.

**Figura 33**

*Interfaz Inicio del Módulo 4*



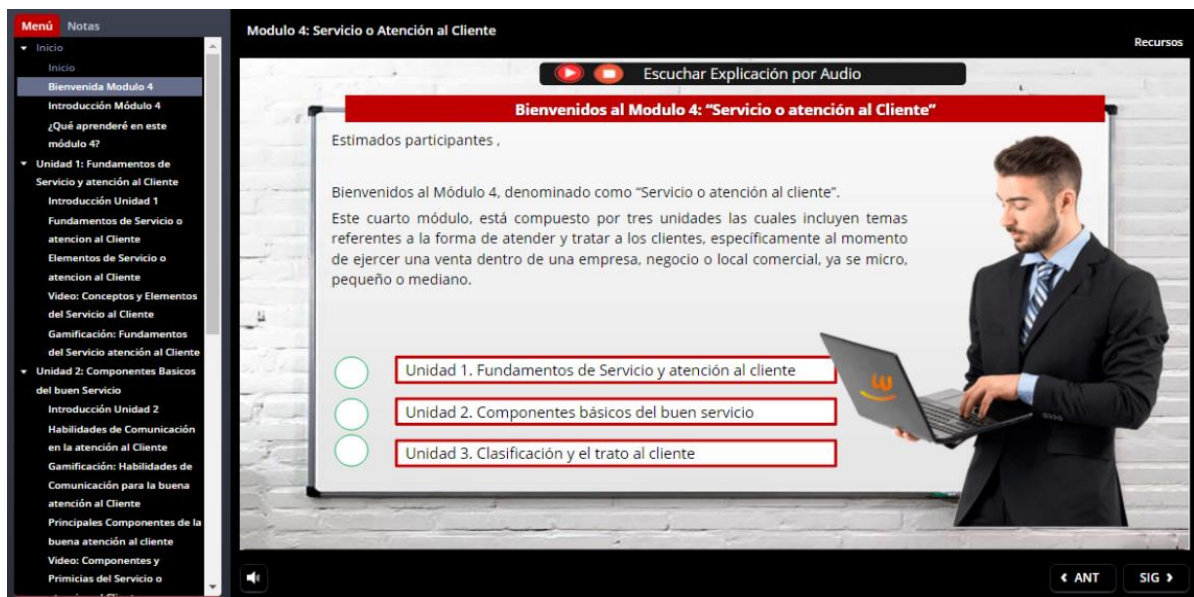
Fuente: *Propia*

## **Introducción**

En esta Segunda Sección se desarrolló una interfaz de Introducción, la cual brinda explicación respecto al objetivo del módulo y los contenidos que se van a tratar dentro de cada unidad. Esta información se encuentra disponible tanto de manera escrita como en audio, para facilitar la navegación. Tal y como se muestra en la Figura 34.

**Figura 34**

*Interfaz de Introducción al Módulo 4*



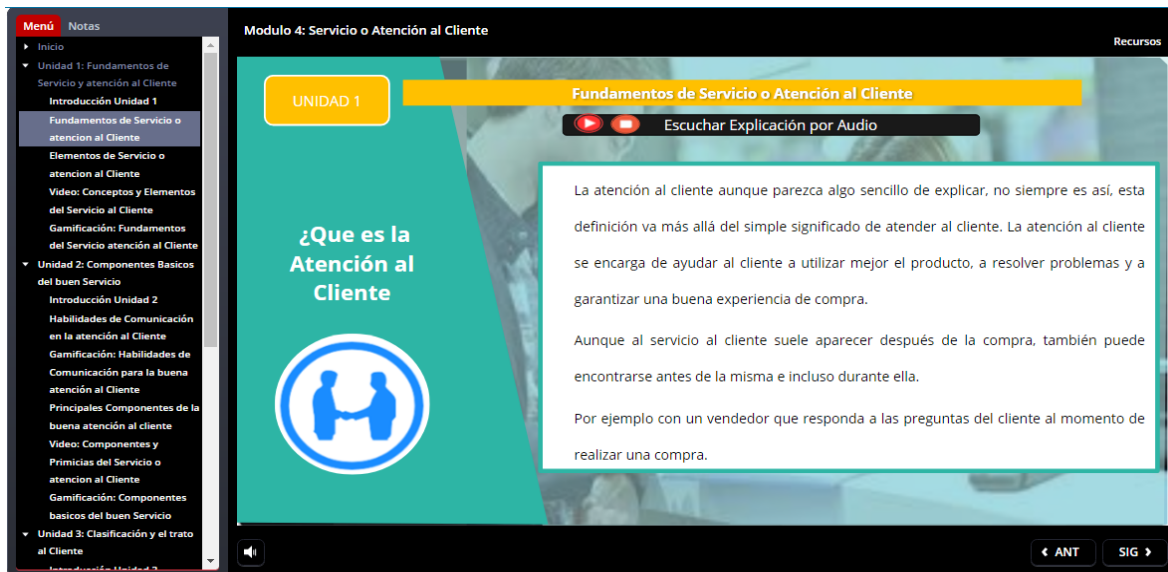
Fuente: *Propia*

**Explicación Textual**

Como se observa en la Figura 35, se presenta una explicación teórica referente al tema de cada unidad, en donde el participante puede realizar una lectura comprensiva o hacer uso de los audios implementados para tener una experiencia diferente de comprender la explicación del tema de una manera más auditiva.

**Figura 35**

*Interfaz de Explicación Textual Modulo 4*



Fuente: *Propia*

**Explicación Visual**

En esta sección se desarrolló una interfaz en donde se imparte una explicación visual respecto al tema tratado. Esta explicación se basa en el uso de recursos multimedia tales como audio y video, en la cual un capacitador, profesor o experto brinda una explicación mucho más visual. Tal y como se muestra en la Figura 36.

**Figura 36**

*Interfaz de una explicación visual del Módulo 4*



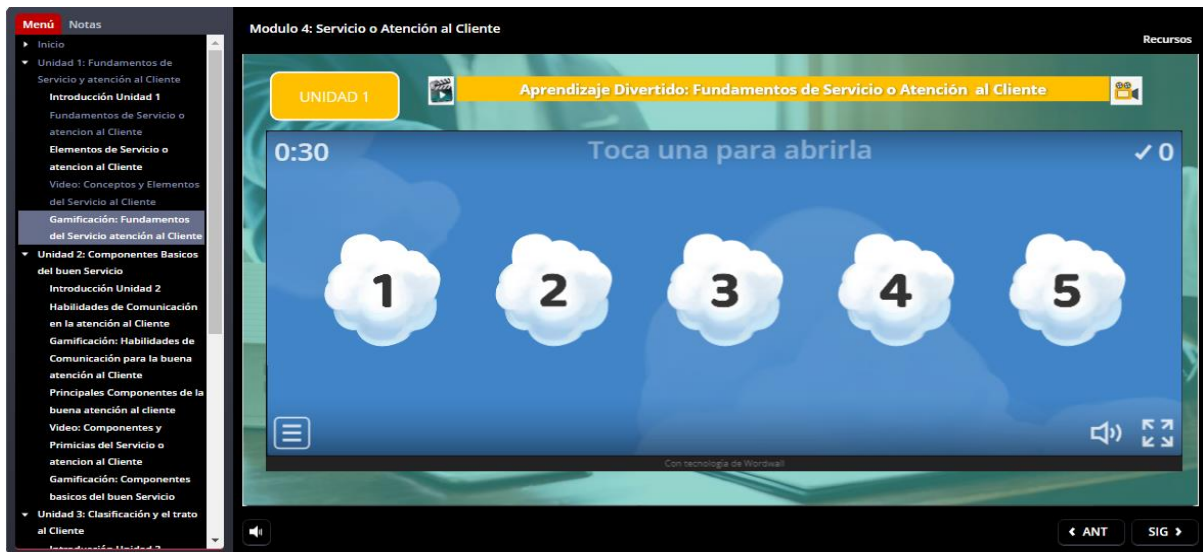
Fuente: *Propia*

## Sección de Juegos

Como se muestra en la Figura 37 en esta sección se procede a integrar los contenidos gamificados hacia el aprendizaje del módulo 4. El contenido de esta sección es de un tipo de aprendizaje divertido; específicamente un juego de trivias en donde las respuestas correctas permiten la acumulación de puntos basados en las técnicas mecánicas de gamificación; con el fin de mantener la motivación hacia el aprendizaje del módulo 4. De la misma manera dentro de este módulo también se entregan insignias de reconocimiento por culminar la revisión de los contenidos de todas las 3 unidades del módulo.

**Figura 37**

*Interfaz Sección de Gamificación del Módulo 4*



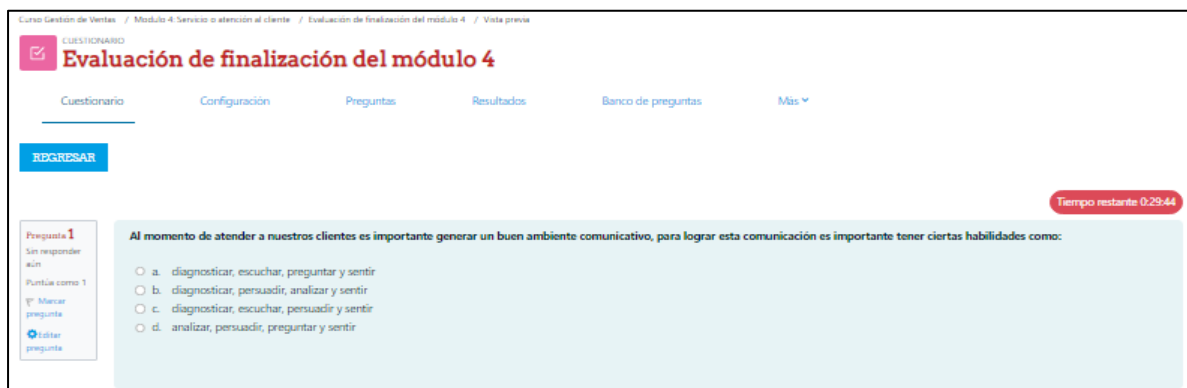
Fuente: *Propia*

### Sección de Evaluación

El módulo 4 también implementa una sección de evaluación en donde se mide el aprendizaje de cada estudiante al culminar la revisión de todas las unidades del módulo. Tal y como se muestra en la Figura 38.

**Figura 38**

*Interfaz evaluación del Módulo 4*



Fuente: *Obtenido de la Plataforma MOOC de Gestión de Ventas*

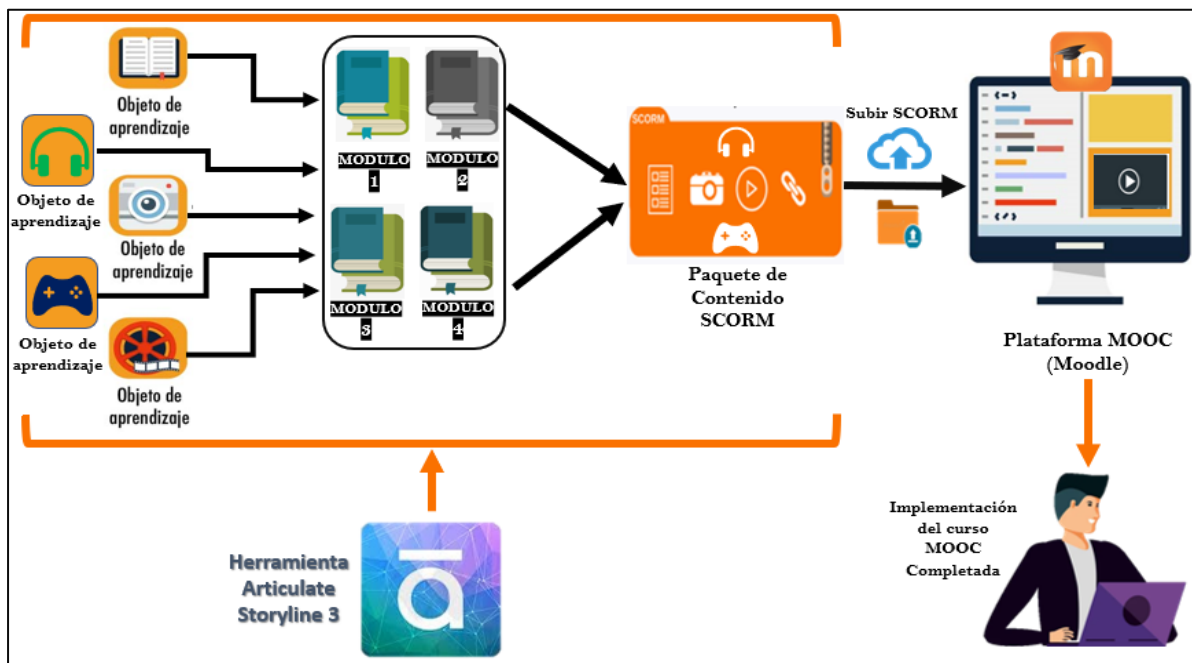


## 2.5. Fase de Implementación

En esta fase es donde se da a conocer el producto final tras culminar el desarrollo de los 4 módulos pertenecientes al curso MOOC. A continuación en la Figura 39 se detalla el proceso de implementación de los 4 módulos dentro de la plataforma MOOC, a la vez en la Figura 40 se muestra la implementación completada de todo el curso MOOC de Gestión de Ventas.

**Figura 39**

*Proceso de Implementación del MOOC*



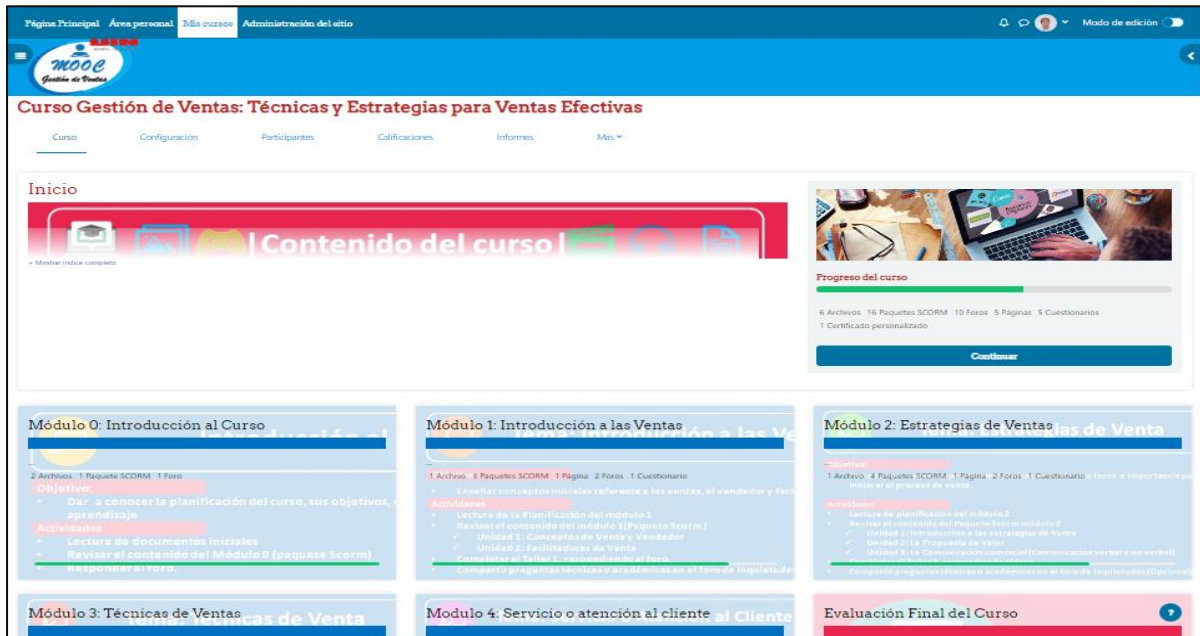
*Nota:* Los contenidos pertenecientes a cada módulo del curso, son comprimidos en un paquete SCORM, el cual es cargado a la plataforma MOOC, en donde el participante puede acceder libremente a los contenidos haciendo uso de la plataforma.



**Figura 40**

*Implementación completada del MOOC de Gestión de Ventas dentro de la plataforma*

*Moodle*



Fuente: *Obtenido de la Plataforma MOOC de Gestión de Ventas*

## **2.6. Fase de Evaluación**

Para la fase de evaluación del MOOC de Gestión de Ventas se consideraron algunos criterios y herramientas de evaluación los cuales permitieron medir el conocimiento adquirido por parte de los participantes tras culminar la revisión de cada uno de los módulos del curso. La fase de evaluación se divide en 2 etapas, las cuales determinan las herramientas con las cuales serán evaluados los criterios expuestos.

### **Etapas 1: Determinar criterios de Evaluación**

Los criterios de evaluación están definidos para evaluar el aprendizaje del participante dentro de cada módulo del curso,

## **Criterios de Evaluación del Módulo 1**

Para la evaluación del módulo 1 se definen los siguientes criterios, los cuales se encuentran expuestos en la Tabla 28.

### **Tabla 28**

#### *Criterios de Evaluación para el Módulo 1*

---

<b>Criterios de Evaluación de Aprendizaje-Modulo 1</b>
Para la evaluación del aprendizaje obtenido por parte de los participantes se determinaron los siguientes criterios.
C1. El participante debe comprender el verdadero significado de vender.
C2. El participante debe conocer los facilitadores de venta que se deben aplicar dentro de un negocio.
C3. El participante debe tener claro aquellos fundamentos de venta, tales como ¿Qué tipos de venta existen?, ¿Cuál es la actividad principal de un vendedor? y ¿Qué caracteriza a aquellos vendedores de éxito?

---

Fuente: *Propia*

## **Criterios de Evaluación del Módulo 2**

Para la evaluación del módulo 2 se definen los siguientes criterios, los cuales se encuentran expuestos en la Tabla 29.

### **Tabla 29**

#### *Criterios de Evaluación para el Módulo 2*

---

<b>Criterios de Evaluación de Aprendizaje-Modulo 2</b>
Para la evaluación del aprendizaje obtenido por parte de los participantes se determinaron los siguientes criterios.
C1. El participante debe comprender la importancia de implementar estrategias de venta.
C2. El participante debe saber construir una propuesta de valor en base al producto que ofrece y las necesidades del cliente.
C3. El participante debe tener claro la importancia de la buena comunicación comercial al momento de generar

---

---

una venta?

C4. El participante debe saber comprender el lenguaje no verbal, expuesto por los clientes

---

Fuente: *Propia*

### **Criterios de Evaluación del Módulo 3**

Para la evaluación del módulo 3 se definen los siguientes criterios, los cuales se encuentran expuestos en la Tabla 30.

#### **Tabla 30**

*Criterios de Evaluación para el Módulo 3*

---

#### **Criterios de Evaluación de Aprendizaje-Modulo 3**

---

Para la evaluación del aprendizaje obtenido por parte de los participantes se determinaron los siguientes criterios.

- C1. El participante debe comprender la importancia de aplicar técnicas de venta dentro de su negocio.
  - C2. El participante debe reconocer las principales técnicas de venta y sus distintas fases.
  - C3. El participante debe tener claro cuáles son las etapas que intervienen dentro del proceso de venta.
  - C4. El participante debe tener claro cómo aplicar aquellas 3 principales técnicas para triplicar sus ventas.
- 

Fuente: *Propia*

### **Criterios de Evaluación del Módulo 4**

Para la evaluación del módulo 4 se definen los siguientes criterios, los cuales se encuentran expuestos en la Tabla 31.

### **Tabla 31**

#### *Criterios de Evaluación para el Módulo 4*

---

<b>Criterios de Evaluación de Aprendizaje-Modulo 4</b>
Para la evaluación del aprendizaje obtenido por parte de los participantes se determinaron los siguientes criterios.
C1. El participante debe comprender la importancia de la buena atención al cliente al momento de generar una venta
C2. El participante debe reconocer aquellos componentes o mandamientos del buen servicio al cliente que le ayudaran a ejecutar de mejor manera una venta
C3. El participante debe tener claro las actitudes que debe tener al momento de tratar con cualquier tipo de cliente.
C4. El participante debe saber reconocer a los diferentes tipos de clientes para brinda un servicio personalizado.

---

Fuente: *Propia*

Por otro lado para poder evaluar el contenido del MOOC se procedió a determinar algunos criterios de evaluación enfocados a mejorar y adaptar los contenidos según los requerimientos de los participantes. Estos criterios se detallan en la Tabla 32.

### **Tabla 32**

#### *Criterios de Evaluación de los Contenidos de los Módulos*

---

<b>Criterios de Evaluación del Contenido</b>
Para la evaluación del contenido de los módulos se establecieron los siguientes criterios:
C1. Calidad de los Contenidos
C2. Adecuación de los Objetos de aprendizaje
C3. Motivación
C4. Diseño y presentación
<b>C5. Accesibilidad</b>

---

Fuente: *Propia*

## **Fase 2: Seleccionar Herramientas de Evaluación**

### ***Herramientas para Evaluación del Aprendizaje***

Para medir el conocimiento adquirido tras finalizar la revisión de todos los 4 módulos del MOOC se utilizó la herramienta de cuestionarios y foros. En los cuestionarios se desarrolló la evaluación final del curso basada en opciones múltiples, en donde el participante puede elegir entre una de las opciones que considere que es la correcta. El puntaje obtenido permitirá visualizar el nivel académico alcanzado tras la finalización del curso.

Por otro lado, cabe mencionar que dentro de los módulos también se encuentran definidos las evaluaciones modulares las cuales tiene la finalidad de evaluar el conocimiento adquirido perteneciente a cada módulo. Para ello se desarrolló un cuestionario de 10 preguntas las cuales cubren todos los temas tratados dentro del módulo. Este cuestionario de evaluación se rige bajo las siguientes reglas:

- La evaluación del modular será calificada desde un mínimo de 1 punto, hasta un máximo de 10 puntos. Todo dependerá del número de aciertos que se logre obtener durante la rendición de la evaluación modular.
- La evaluación modular tendrá un tiempo máximo de 30 minutos para poder responder todas las preguntas y enviarlas para la revisión automática. En caso de no alcanzar a responder todas las preguntas en el tiempo establecido, el sistema enviara las respuestas que se tenga hasta ese momento de manera automática.
- Para poder aprobar la evaluación modular, el participante deberá obtener un puntaje mínimo de 7 puntos de los 10 puntos posibles. En caso de no obtener dicho puntaje mínimo, el sistema habilitara la realización de un nuevo intento, esto con el fin de que el participante obtenga el puntaje requerido. Si es necesario puede volver a repasar los

contenidos del módulo revisado y abrir las secciones de gamificación modular con el fin de reforzar el conocimiento y rendir una mejor evaluación.

- Cuando haya obtenido el puntaje requerido en la evaluación modular, podrá avanzar hacia el siguiente módulo; así hasta llegar a la evaluación final del curso.

### ***Herramientas para Evaluación del Contenido***

Para medir la calidad y la satisfacción de los contenidos se optó por utilizar foros de inquietudes técnicas, esto debido a que la educación se la está realizando de manera online a través de la plataforma MOOC. Por lo tanto el participante puede expresar de manera directa su experiencia al interactuar con los contenidos del módulo 1.

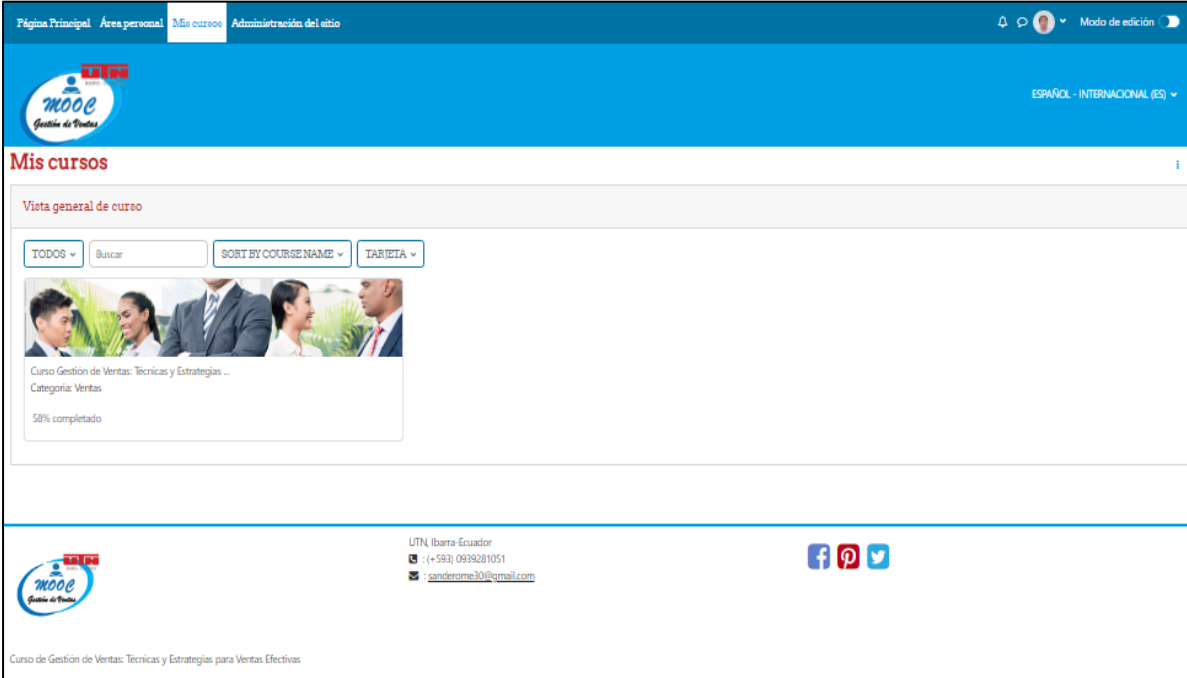
La evaluación del contenido se lo realiza de manera periódica; es decir a medida que el participante va interactuando con los contenidos del módulo, podrá usar el foro de inquietudes técnicas el cual se encuentra habilitado dentro de la plataforma MOOC para poder expresar su experiencia con la revisión de los contenidos del módulo. De esta manera podemos determinar si nuestro contenido es de calidad, se adapta a los requerimientos de los participantes o si requiere de realizar cambios con el fin de generar contenidos más adaptativos a los participantes.

### **2.7. Publicación del MOOC de Gestión de Ventas**

Tras finalizar la implementación de todos los módulos del curso se procede a publicar el curso utilizando un servidor LMS (Learning Management System o Sistema de Gestión de aprendizaje) de alojamiento para curso virtuales, el cual fue instalado previamente utilizando la herramienta de Microsoft Azure Cloud. De esta manera en la Figura 41, podemos observar la publicación del curso, mostrando un menú hacia la página inicial, el área personal y la sección del curso. Es así como convertimos el curso virtual en un MOOC, debido a su alcance, libre acceso e ilimitada participación.

## Figura 41

### Publicación del Curso MOOC



The screenshot displays the user interface of a MOOC platform. At the top, there is a navigation bar with links for 'Página Principal', 'Área personal', 'Mío curso', and 'Administración del sitio'. A language selector is set to 'ESPAÑOL - INTERNACIONAL (ES)'. The main content area is titled 'Mis cursos' and shows a 'Vista general de curso' section. This section includes a search bar with 'Buscar' and a dropdown menu for 'SORT BY COURSE NAME'. Below this, a course card is visible with a thumbnail image of people in a meeting. The course title is 'Curso Gestión de Ventas: Técnicas y Estrategias ...', the category is 'Ventas', and it is 58% completed. The footer contains contact information for UTN, Ibarra, Ecuador, including a phone number (+593) 0939281051 and an email address (sanderome30@gmail.com), along with social media icons for Facebook, Pinterest, and Twitter.

Fuente: *Obtenido de la Plataforma MOOC de Gestión de Ventas*

Enlace de acceso al curso: <https://moocgestionventasutn.xeted.com/>

## CAPÍTULO III

### 3. Análisis de Resultados

Este capítulo se centra en la validación de la implementación del curso MOOC de gestión de Ventas mediante la aplicación del modelo de DeLone y McLean, el cual consiste en la relación de una serie de variables, agrupadas en 6 categorías: calidad del sistema, calidad de la información, calidad del servicio, intensidad de uso, satisfacción del usuario e impactos netos. Esta validación se realizará en base a la interpretación y análisis de los resultados obtenidos mediante la aplicación de un cuestionario.

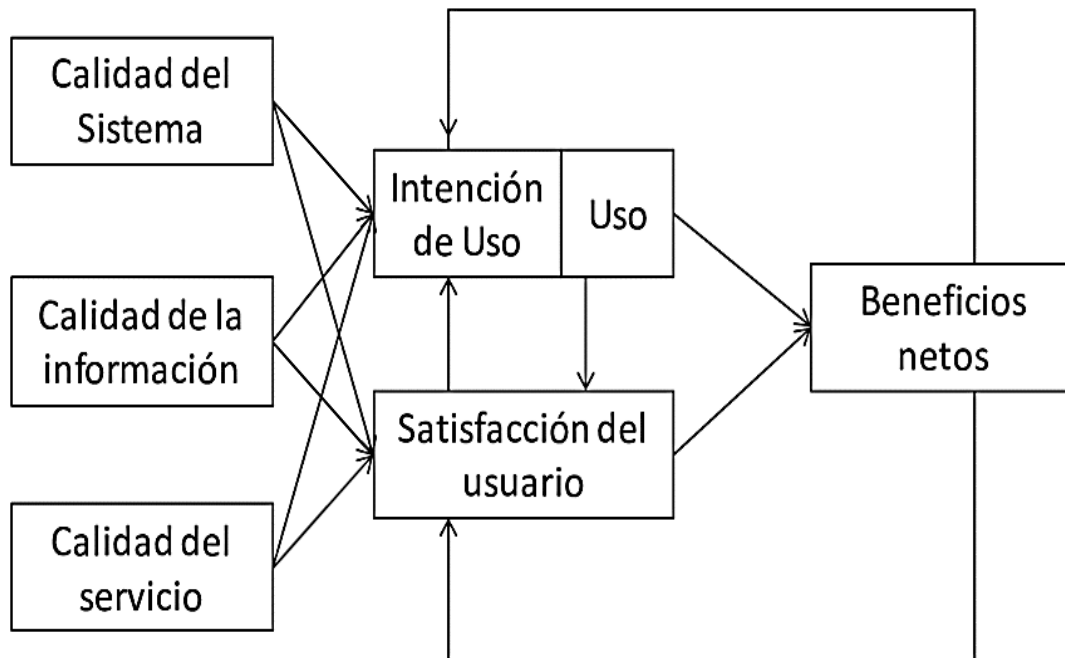
Los SI (sistemas de información) siempre se han basado en conseguir un objetivo en específico, el cual es convertir los datos de una organización en información útil, que pueda ser usada en la toma de decisiones para el éxito de una organización, por esta razón un SI es considerada una fuente de oportunidad en el ámbito empresarial y de negocios. Por otro lado si se desea invertir en un SI, se debe considerar los beneficios que puede aportar a la organización, en base a la solución de sus necesidades para obtener un mejor rendimiento y asegurar el retorno de la inversión hacia la organización.

Actualmente evaluar el éxito de un SI ha sido modificado gracias a la evolución de las TI (tecnologías de la información), sin embargo, esta medición sigue siendo sencilla debido a que se siguen conservando elementos clave como: calidad del sistema, calidad de la información, el uso y los resultados, considerados como una base principal para el diagnóstico de éxito de los SI (DeLone & McLean, 2018).



**Figura 42**

*Modelo de Delon & McLean*



Fuente: *Adaptado de* (DeLone & McLean, 2018)

En la Figura 42 se puede ver el modelo actualizado del éxito de los SI de Delone & McLean, en donde se aprecian las seis dimensiones interrelacionadas al modelo de éxito. El modelo puede ser interpretado de la siguiente manera: la calidad del sistema, calidad de la información y calidad del servicio influyen de manera directa en la intención de uso y la satisfacción del usuario, es así como, si el sistema presenta resultados positivos en las variables anteriormente descritas, estas influirán directamente en la intención de uso por parte del usuario, en tal sentido, al interactuar con el sistema se puede obtener la satisfacción del usuario en relación al uso en un determinado tiempo. De esta manera es como se consiguen los impactos netos, como el resultado de la relación entre todas las variables de calidad.

Cabe mencionar que, existe la posibilidad de no obtener impactos netos que aporten de manera positiva a los objetivos de beneficio, todo dependerá de lograr la satisfacción del usuario con respecto al uso del sistema.

### 3.1. Diseño del Instrumento de medición

Para poder medir el éxito de la implementación del curso MOOC de Gestión de Ventas se procedió a ejecutar un proceso que parte desde la planificación, recolección de datos, análisis e interpretación de resultados.

#### 3.1.1. Planificación

En esta etapa se llevarán a cabo las dos siguientes actividades: La primera actividad consiste en definir la unidad de análisis, la cual quedo definida como: “Determinar el éxito de un sistema de información mediante el modelo de DeLone & McLean”.

La segunda actividad consiste en la elaboración de los instrumentos para la recolección de datos, para ello se diseñó 1 cuestionario basado en las variables de éxito de los sistemas de información del modelo DeLone & McLean, el cual sirve para evaluar el éxito o eficacia de un SI. A continuación en la Tabla 33, se presenta la matriz usada para definir las preguntas a usar en el cuestionario.

**Tabla 33**

*Definición de preguntas del cuestionario por dimensión*

Modelo	Dimensiones	Variabes	Ítems
Modelo de Delone & McLean	Calidad del Sistema	Facilidad de uso	1. ¿El curso virtual (MOOC) es fácil de utilizar?
		Interactividad	2. ¿La interfaz del curso virtual (MOOC) es amigable e intuitiva?
		Flexibilidad	3. ¿El acceso al curso virtual (MOOC) es cómodo y eficaz?
		Disponibilidad	4. ¿El curso virtual (MOOC) siempre está disponible cuando lo necesito?
	Calidad de la	Confiabilidad	5. ¿El curso virtual (MOOC) proporciona

Información		información confiable?
	Comprensión	6. ¿La información presentada en el curso virtual (MOOC) es comprensible?
	Entendimiento	7. ¿El curso virtual (MOOC) proporciona diversas maneras de observar la información (gráficos, audio, video, etc)?
	Relevancia	8. ¿La información proporcionada en el curso virtual (MOOC) le parece relevante?
Calidad del Servicio	Competencia técnica	9. ¿El soporte técnico brindado es útil logrando resolver alguna inquietud y/o inconveniente al usar el curso virtual (MOOC)?
	Tiempo de respuesta	10. ¿El tiempo de respuesta cuando existe una inquietud y/o inconveniente es rápido y oportuno?
	Precisión	11. ¿El soporte técnico brinda ayuda comprensible y precisa?
	Fiabilidad	12. ¿En general, no tuve inconvenientes al usar el curso virtual (MOOC)?
	Intensión de uso	Extensión de uso
	Motivación de uso	14. ¿El curso virtual (MOOC) me permite tener un aprendizaje dinámico y entretenido?
	Naturaleza de uso	15. ¿Usar el curso virtual (MOOC) me permite adquirir conocimientos de manera efectiva a través de medios digitales?
	Propósito de uso	16. ¿En general, yo encuentro útil usar el curso virtual (MOOC) para aprender temas relacionados a la Gestión de Ventas?
Satisfacción del	Satisfacción del	17. ¿Estoy satisfecho con el curso virtual

usuario	usuario	(MOOC)?
	Satisfacción total	18. ¿El curso virtual (MOOC) cumple con sus expectativas?
	Comodidad	19. ¿Se siente cómodo usando el curso virtual (MOOC)?
	Satisfacción de información	20. ¿Estoy satisfecho con la información presentada en el MOOC?
Impactos netos	Productividad	21. ¿El curso virtual (MOOC) se adapta a mis horarios, ahorrándome tiempo en comparación con las capacitaciones presenciales?
	Mejoramiento de las operaciones	22. ¿El curso virtual (MOOC) permite mejorar los modelos tradicionales de capacitación?
	Accesibilidad	23. ¿El curso virtual (MOOC) me facilita el acceso al aprendizaje abierto e ilimitado con respecto a la participación?
	Eficiencia	24. ¿El curso virtual (MOOC) me facilita adquirir nuevos conocimientos de manera rápida, dinámica y fácil?

Fuente: *Propia*

### 3.1.2. Recolección de Datos

En esta etapa, se procedió a aplicar 1 cuestionario a los 12 estudiantes registrados en el curso MOOC de Gestión de Ventas: Técnicas y estrategias para ventas Efectivas, mediante la herramienta Microsoft Forms. El cuestionario tuvo en promedio una duración de 2 minutos con 40 segundos para ser finalizado.

### 3.1.3. Análisis de Datos

Para el apartado de análisis de datos se optó por utilizar el software IBM SPSS statistics 27 con el fin de medir la confiabilidad de los datos mediante el coeficiente alfa de Cronbach.

#### Alfa de Cronbach

El coeficiente alfa de Cronbach se refiere a un índice que permite medir la consistencia interna de una escala, la cual sirve para evaluar la magnitud de correlación existente entre los ítems del cuestionario y sus respuestas. El coeficiente alfa de Cronbach es la forma más sencilla y conocida de medir la consistencia interna de un instrumento y es la primera aproximación a la validación del constructo de una escala. (Tuapanta et al., 2017)

En la Tabla 34 se presenta el valor del coeficiente de Cronbach que determina el nivel de confiabilidad de una dimensión o todo un instrumento.

**Tabla 34**

*Interpretación del coeficiente alfa de Cronbach*

<b>Coeficiente Alfa</b>	<b>Interpretación</b>
Inferior a 0.70	Confiabilidad Baja
De 0.70 a 0.90	Confiabilidad Aceptable
De 0.91 a 1.00	Existe duplicación o redundancia

Fuente: *Adaptado de* (Tuapanta et al., 2017)

En la Tabla 35 se muestra la tabulación de resultados por cada ítem del cuestionario realizado a los participantes que utilizaron el curso MOOC de gestión de ventas. En esta tabla, las columnas representan las preguntas del cuestionario (P) y las filas representan a los participantes del curso (E). Las respuestas son de escala tipo Likert con un valor de 1 a 5, en

donde representa (1) Totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo (2), (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo.

**Tabla 35**

*Matriz de preguntas-respuestas del cuestionario*

	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
E1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
E2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E4	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5
E5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5
E6	4	4	3	5	3	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	3	3
E7	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
E8	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5
E9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Fuente: *Propia*

Con la utilización del software IBM SPSS statistics 27, se pudo plasmar los resultados obtenidos con respecto al cuestionario de 24 preguntas aplicado a los participantes del curso MOOC de Gestión de Ventas, obteniendo un coeficiente total, el cual se muestra en la Tabla 36.

**Tabla 36***Coefficiente Total de Fiabilidad*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Nro. De Elementos</b>
0,967	24

Fuente: *Obtenido del Software IBM SPSS statistics 27*

Además en la Tabla 37 se puede apreciar de forma general los resultados obtenidos en todas las dimensiones.

**Tabla 37***Resultados del Alfa de Cronbach*

<b>Variable</b>	<b>Ítems</b>	<b>Media de escala si el elemento se ha suprimido</b>	<b>Varianza de escala si el elemento se ha suprimido</b>	<b>Correlación total de elementos corregida</b>	<b>Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido</b>
Calidad del Sistema	P1	99,4167	89,356	,643	,967
	P2	99,6667	87,879	,330	,975
	P3	99,5000	85,364	,770	,966
	P4	-	-	-	-
Calidad de la Información	P5	99,3333	85,515	,863	,965
	P6	99,2500	90,205	,870	,966
	P7	-	-	-	-
	P8	99,3333	88,424	,886	,965
Calidad del Servicio	P9	99,2500	90,205	,870	,966
	P10	99,4167	83,720	,963	,963
	P11	99,3333	88,424	,886	,965
	P12	99,5833	83,902	,875	,964
Intensión de Uso	P13	99,5000	87,000	,628	,967

	P14	99,4167	90,447	,513	,968
	P15	99,5000	83,364	,948	,964
	P16	99,4167	83,720	,963	,963
Satisfacción del Usuario	P17	99,5000	83,364	,948	,964
	P18	99,5833	83,902	,875	,964
	P19	99,5000	88,636	,667	,967
	P20	99,4167	83,720	,963	,963
Beneficios Obtenidos	P21	99,5000	84,273	,867	,964
	P22	99,5000	88,273	,707	,966
	P23	99,2500	93,295	,302	,969
	P24	99,3333	85,515	,863	,965

Fuente: *Obtenido del Software IBM SPSS statistics 27*

### **Interpretación**

En la Tabla 37 se describe el Alfa de Cronbach obtenido correspondiente a 0.967, por lo tanto, según (Tuapanta et al., 2017) podemos manifestar que el instrumento aplicado es de “confiabilidad aceptable”, esto quiere decir que la consistencia interna de todo el instrumento es aceptable para su aplicación. Cabe mencionar que si se quiere alcanzar un puntaje más próximo a la perfección con respecto al alfa de Cronbach, se podría optar por suprimir el ítem 2 ya que según las estadísticas de la Tabla 37 podremos obtener un coeficiente de 0.975, por tal motivo es recomendable que en un próximo cuestionario este ítem sea eliminado o modificado, convirtiéndose en un ítem más comprensible para el usuario logrando así mejorar su puntuación.



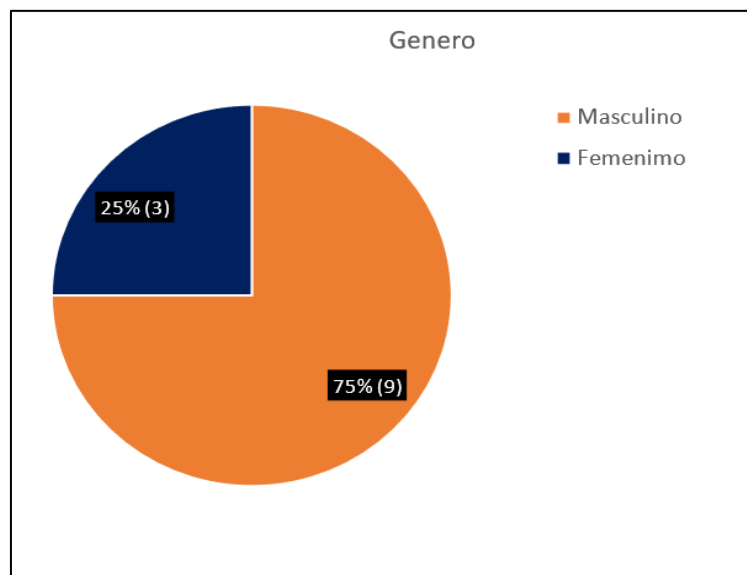
## 3.2. Presentación de resultados

### 3.2.1. Análisis del perfil de los encuestados

En este apartado se presenta el perfil de los encuestados, considerando únicamente el sexo y la edad de los 12 participantes que utilizaron el Curso Virtual de Gestión de Ventas.

#### Figura 43

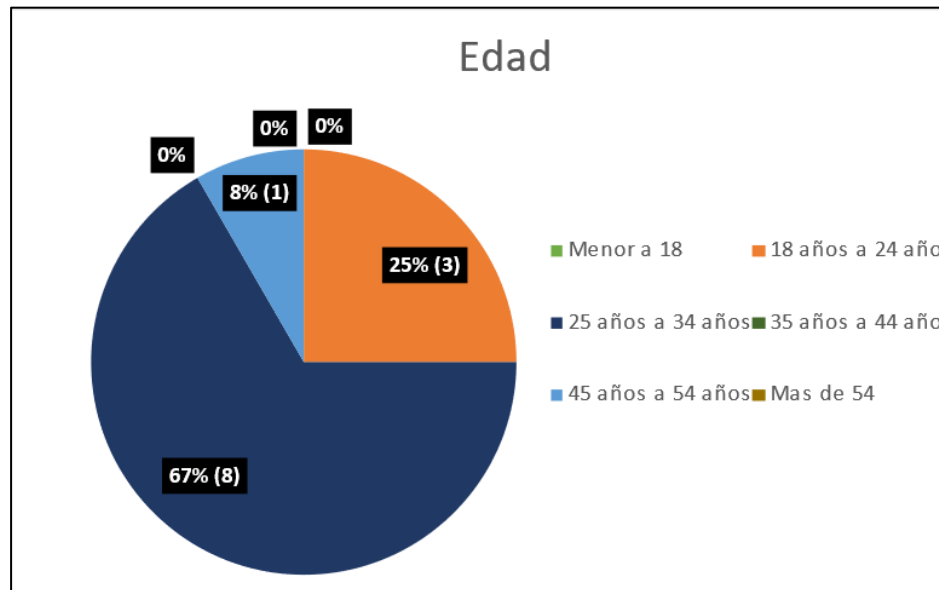
*Genero de los Encuestados*



En la Figura 43 se puede apreciar el género de los encuestados, donde la mayoría son del género masculino (hombres) con un 75%, mientras que el otro 25% representa al género femenino (mujeres).

**Figura 44**

*Edad de los Encuestados*



La Figura 44 representa la participación de los encuestados tomando en consideración la edad. En base a la gráfica podemos manifestar que los rangos de edad más sobresalientes dentro de las encuestas son: 25 a 34 años representando un 67 %, de 18 a 24 años representando un 25% y 45 a 54 años representando un 8%. Es así como podemos apreciar que la participación de los estudiantes dentro del MOOC de Gestión de Ventas ha sido abierta y muy variada.

### **3.2.2. Variables del modelo de DeLone y McLean**

En esta sección se presenta los resultados del cuestionario dirigido a los 12 participantes registrados en el Curso MOOC de Gestión de Ventas, estos resultados se basan en las dimensiones del modelo de DeLone y McLean. Las respuestas son de escala tipo Likert con un valor de 1 a 5, donde 1 corresponde a un total desacuerdo o inconformidad y 5 corresponde a una completa aceptación por parte del participante.

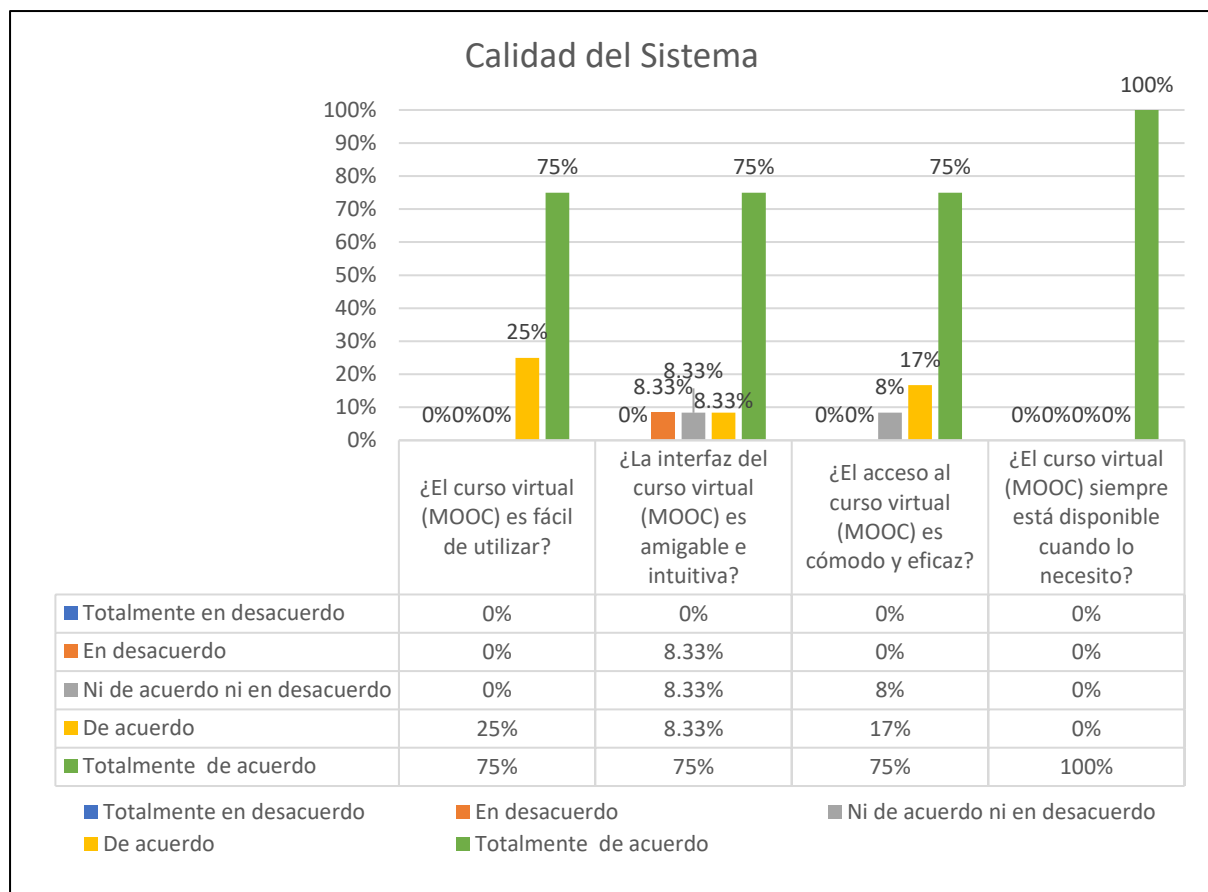
A continuación, se expone las dimensiones del modelo de DeLone y McLean de manera más detallada con su respectiva interpretación de los resultados obtenidos.

### Calidad del Sistema

La calidad del sistema generalmente se enfoca en evaluar los aspectos de usabilidad, disponibilidad y rendimiento del sistema, por tal motivo se tomó en cuenta las siguientes variables de medidas: facilidad de uso, interactividad con el usuario, flexibilidad y disponibilidad.

**Figura 45**

*Calidad del sistema*



En la Figura 45 se puede apreciar resultados mayormente positivos referentes a la dimensión de la calidad del sistema. Los encuestados consideran que el curso virtual es fácil

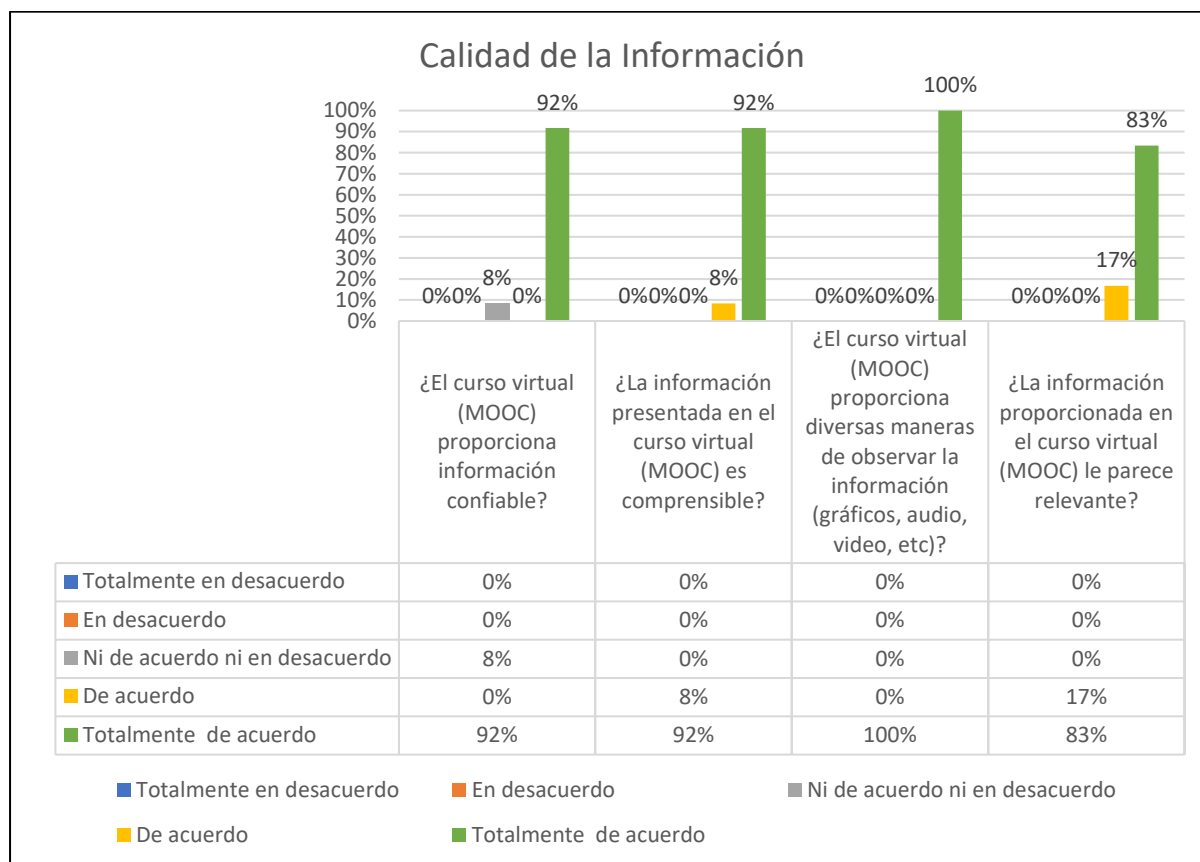
de usar ya que el 100% está de acuerdo y totalmente de acuerdo con estas medidas. Por otro lado, el 8% de los encuestados consideran que la interfaz no es muy amigable e intuitiva, ante ello se puede decir que la interfaz presentada dentro del curso virtual es proporcionada por la plataforma de alojamiento del MOOC (Moodle), por tal motivo se podría considerar en un futuro cambiar la plataforma para alojar el curso a una interfaz más amigable. Así mismo podemos destacar que la totalidad de los participantes en un 100% manifiestan la exitosa disponibilidad del curso virtual, por lo que podemos decir que el curso virtual siempre está disponible cuando el usuario, estudiante o participante lo necesita manteniendo así, un correcto funcionamiento.

### **Calidad de la información**

La calidad de la información hace referencia al contenido que se presenta dentro del curso virtual (MOOC), el cual es utilizado por el usuario. Los factores que se deben considerar en la calidad de la información son: consistencia, fiabilidad, confiabilidad, relevancia y comprensibilidad.

**Figura 46**

*Calidad de la Información*



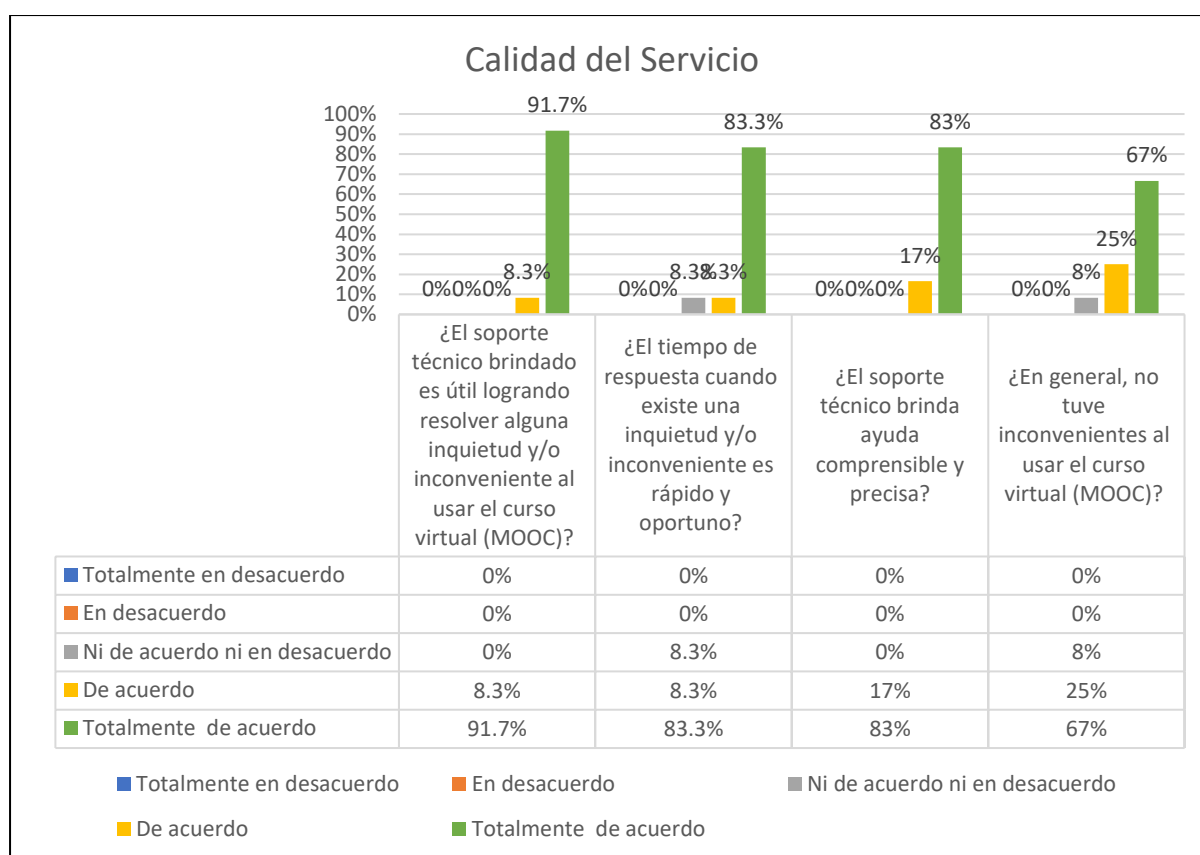
En la Figura 46 se puede apreciar que el 92% de los encuestados considera que la información presentada dentro del curso virtual es confiable debido a que están totalmente de acuerdo con esta medida. Sin embargo, existe un 8% los cuales no están muy seguros, por lo tanto podemos decir que este porcentaje es bastante mínimo con respecto a la opinión general, por lo que no influye en la evaluación de la calidad de la información. Por otro lado podemos apreciar que el 100% considera comprensible, dinámica y relevante la información presentada dentro del MOOC ya que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con estas afirmaciones. En general podemos decir que la calidad de la información es muy buena debido a sus altos índices de aceptación por parte de los participantes.

## Calidad del servicio

La calidad del servicio se mide en base al soporte y asistencia brindada por parte del desarrollador del sistema o del departamento de tecnologías de Información (TI). Los factores que se deben considerar en la calidad del servicio son: competencia técnica, tiempo de respuesta, precisión y fiabilidad. Además, se debe tomar en cuenta la disponibilidad del sistema en todo momento y el cumplimiento de sus funcionalidades.

**Figura 47**

*Calidad del Servicio*



En la Figura 47 se puede apreciar que el 92% de los encuestados no tuvieron inconvenientes al usar el curso virtual (MOOC) y el 8% no está seguro o tuvo algún inconveniente, por tanto, el soporte o ayuda técnica recibida por parte del desarrollador del curso virtual tiene un valor por encima del 70%, la cual corresponde a un soporte técnico

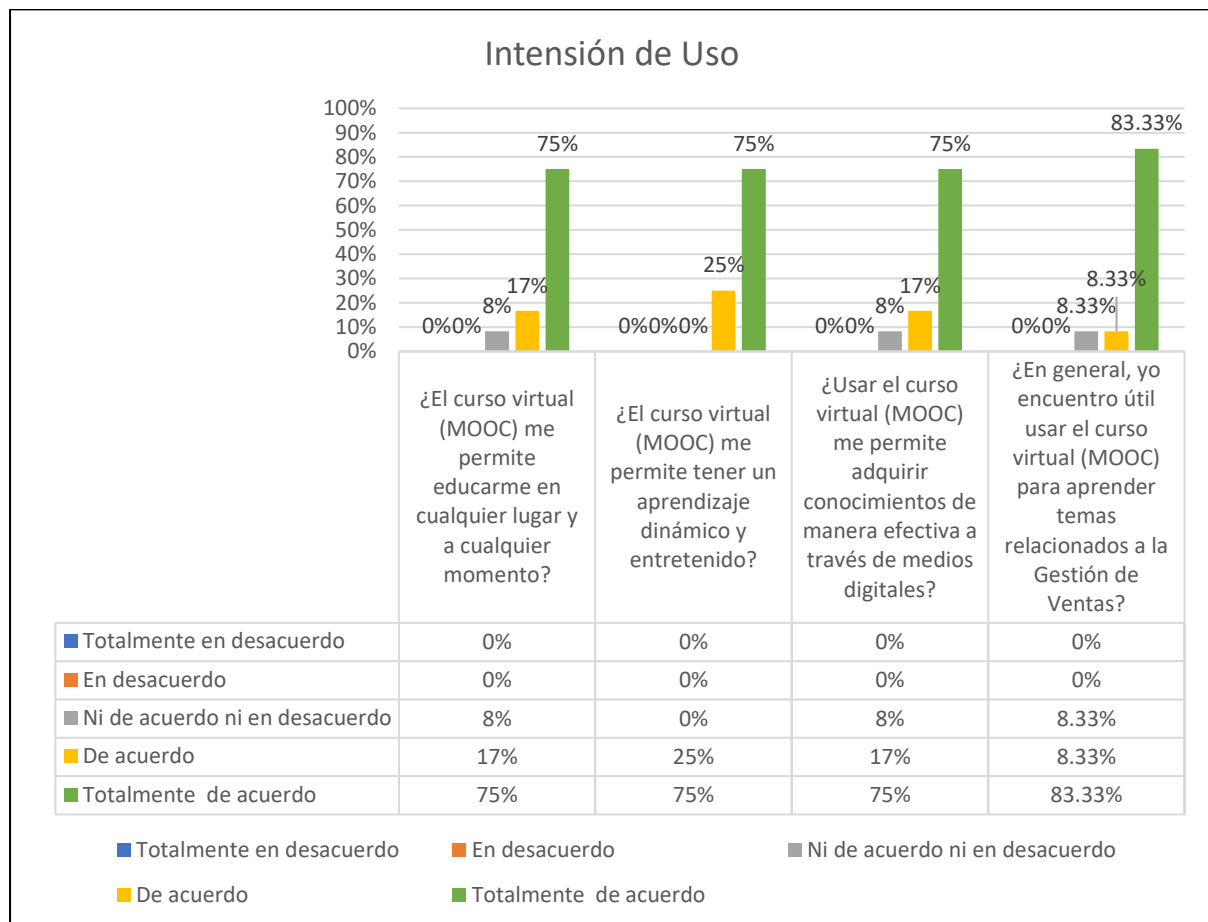
rápido, comprensible y útil, todo esto a causa de pocos inconvenientes, consiguiendo solventarlos de manera rápida y precisa.

### Intensión de uso

La intención de uso es el propósito con el que los usuarios utilizan el curso virtual (MOOC). Los factores por considerar son: frecuencia de uso, naturaleza de uso, motivación y adecuación de uso.

**Figura 48**

*Intensión de Uso*



Como se puede apreciar en la Figura 48 el 91,66% de los encuestados encuentran útil usar el curso virtual para aprender temas sobre Gestión de Ventas; esto lo podemos corroborar debido a que han manifestado que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con

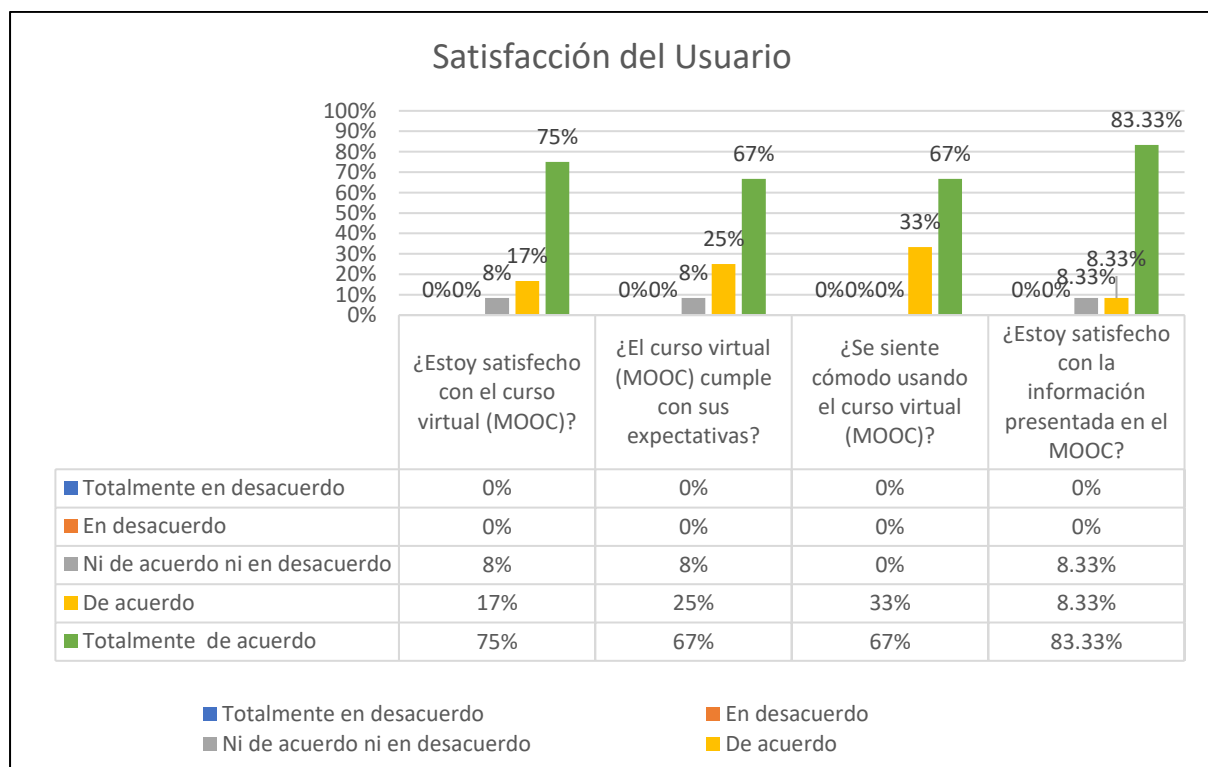
estas medidas. Además, más del 92% de los encuestados están de acuerdo con las facilidades que ofrece el curso virtual, tales como: educarse a distancia, tener un aprendizaje más dinámico y entretenido y adquirir conocimientos de manera efectiva a través de medio digitales. Sin embargo, para poder alcanzar una aceptación total se podría mejorar los contenidos y la velocidad de carga de los recursos en los diferentes módulos.

### Satisfacción del usuario

Esta variable trata de identificar si el sistema cumple con las expectativas del usuario y que tan satisfecho se encuentra al momento de interactuar con el curso virtual, si están de acuerdo con la información presentada y si piensan seguir usando el curso virtual como medio de formación online

**Figura 49**

*Satisfacción del Usuario*





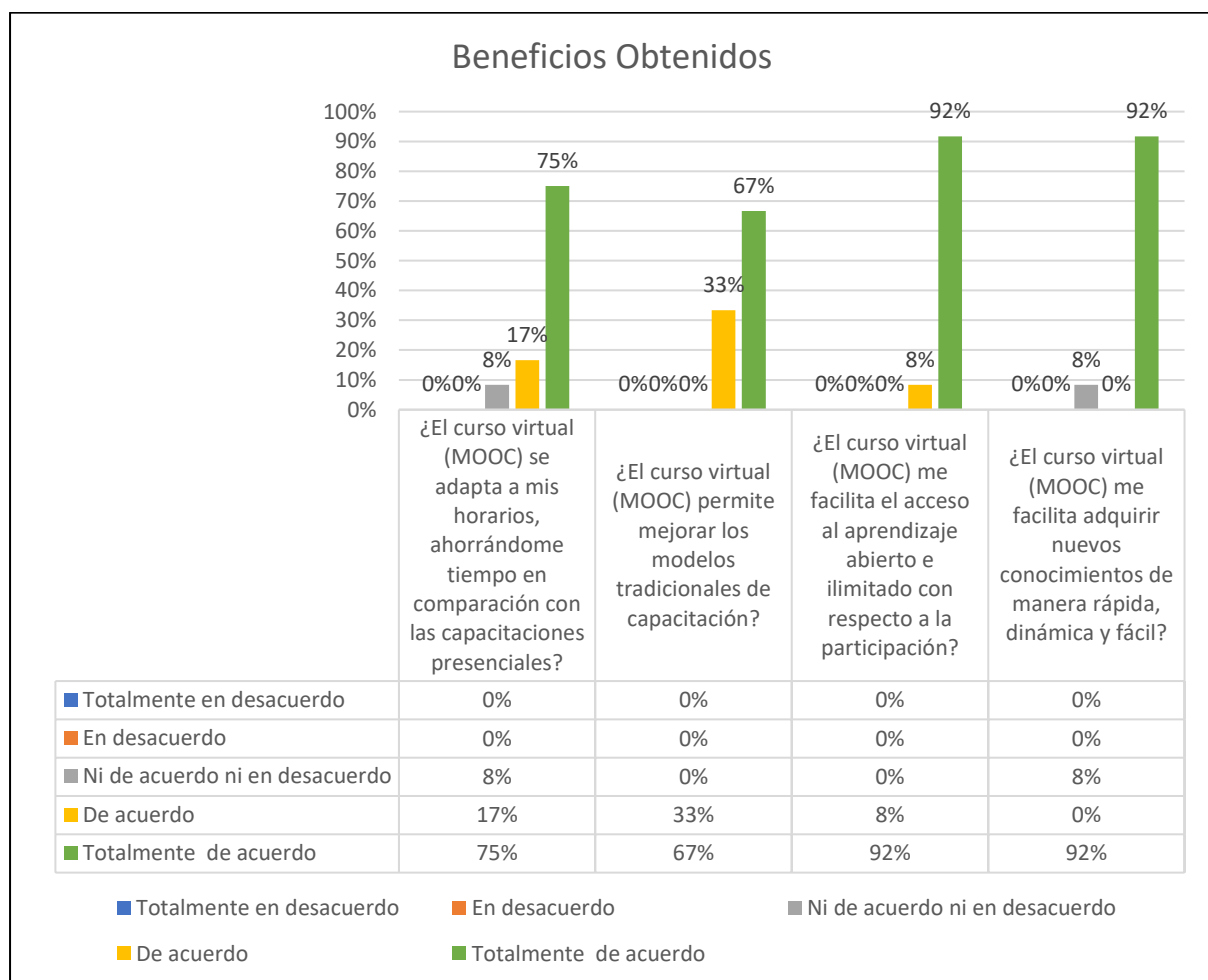
En la Figura 49 se puede apreciar que el 100% de los encuestados se siente cómodo utilizando el curso virtual, además, el 92% está satisfecho con el curso virtual, el 92% comprueban que el curso virtual cumple con sus expectativas y el 91,66 están satisfechos con la información presentada. Sin embargo, el 8% no está muy seguro, por lo tanto, es un aspecto que puede mejorarse para conseguir una completa satisfacción.

### Beneficios obtenidos

Esta variable se refiere a los beneficios que le atribuye al usuario al utilizar el entorno virtual de aprendizaje, es decir, en que le puede facilitar al usuario el uso del curso virtual.

**Figura 50**

#### Beneficios Obtenidos



Finalmente, en la Figura 50 se pueden apreciar los beneficios del curso MOOC para el usuario final. Podemos destacar que al 100% de los encuestados el curso virtual (MOOC) les facilita el acceso al aprendizaje abierto e ilimitado, además al 92% le ahorra tiempo en comparación con capacitaciones tradicionales, al 100% le permite a adaptarse a nuevos modelos de enseñanza virtual y al 92% le facilita adquirir nuevos conocimientos de manera rápida, dinámica y fácil. Por lo tanto, podemos deducir que el curso virtual MOOC en general aporta un gran beneficio a los participantes en un proceso de enseñanza abierta, masiva y en línea.

### **3.2.3. Análisis de favorabilidad y desfavorabilidad**

Tras culminar con la tabulación de cada una de las medidas pertenecientes a cada tipo de variable se procede con el Análisis de favorabilidad y desfavorabilidad por dimensión, lo que conduce al análisis de evaluación de cada dimensión. Este análisis se interpreta de la siguiente manera: Si la persona encuestada marcó “en desacuerdo” o “totalmente en desacuerdo” indica desfavorabilidad. Por otro lado, si la persona marcó “de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” este indica favorabilidad. Si la persona marco “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, se considera indecisión.

Este análisis se lo realiza mediante el cálculo promediado de los porcentajes de las medidas correspondientes a cada dimensión, esto significa que, se aplica la siguiente formula:

## Figura 51

Formula de cálculo de favorabilidad y desfavorabilidad

$$\text{Favorabilidad} = \frac{\sum \text{Variables Favorables}}{\text{Nro. de Items(Dimensión)}}$$
$$\text{Desfavorabilidad} = \frac{\sum \text{Variables Desfavorables}}{\text{Nro. de Items(Dimensión)}}$$
$$\text{Indecisión} = \frac{\sum \text{Variables Indecisión}}{\text{Nro. de Items(Dimensión)}}$$

Fuente: *Propia*

La fórmula expuesta en la Figura 51 se interpreta de la siguiente manera:  $\sum$ Variables Favorables, representa aquella sumatoria de todas las respuestas favorables o positivas; es decir aquellas que son seleccionadas como “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”.  $\sum$ Variables Desfavorables representa aquella sumatoria de todas las respuestas desfavorables; es decir aquellas que son seleccionadas como “en desacuerdo” y “totalmente en desacuerdo”. Finalmente  $\sum$ Variables Indecisión representa aquella sumatoria de todas las respuestas indecisas; es decir aquellas que son seleccionadas como “no estoy de acuerdo ni en desacuerdo”. A continuación en la Tabla 38 se muestra los porcentajes calculados.

## Tabla 38

Resultados de Favorabilidad por Dimensión

Dimensión	Favorabilidad	Desfavorabilidad	Indecisión
Calidad del Sistema	93, 83%	2%	4%
Calidad de la Información	98%	0%	2%
Calidad del Servicio	95, 9%	0%	4,1%
Intención de Uso	93, 92%	0%	6,1%
Satisfacción del Usuario	93, 92%	0%	6,1%
Beneficios Netos	96%	0%	4%

Fuente: *Propia*

## **Discusión de resultados**

Según los resultados obtenidos, se puede destacar que las dimensiones más exitosas determinadas por el estudio son la calidad de la información, obteniendo un porcentaje mayor de 98% de favorabilidad, los beneficios netos, obtuvieron un porcentaje de 96% de favorabilidad, la calidad del servicio logro un 95,9% de favorabilidad, la satisfacción del usuario obtuvo un 93,92 % y la intención de uso logro un 93,92% de favorabilidad total. Es importante mencionar que la dimensión de la Calidad del Sistema es la que tiene una menor evaluación con un porcentaje de 93,83% de favorabilidad, un 4% de indecisión y un 2% de desfavorabilidad, debido a que se ven afectados dentro de esta dimensión aspectos como la usabilidad, interactividad y flexibilidad, los mismos que dependen de la plataforma de alojamiento del MOOC. Sin embargo, se identifican las oportunidades de mejora en las dimensiones con menor porcentaje con la finalidad de obtener el éxito total de la implementación del curso MOOC.

En conclusión, podemos afirmar que gracias al análisis de favorabilidad se puede apreciar que el curso MOOC tiene una buena aceptación por parte de los usuarios con un porcentaje mínimo de favorabilidad de 93,83%, por lo tanto, se puede decir que la implementación del curso MOOC de Gestión de Ventas es exitoso.

## CONCLUSIONES

- La revisión de literatura permitió tener una visión más amplia sobre el uso de las diferentes técnicas de gamificación dentro de los MOOC de Gestión de Ventas, con las cuales se pudo diseñar e implementar recursos gamificados que persiguen una línea de aprendizaje mucho más dinámica y entretenida dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje virtual.
- El desarrollo del MOOC, resulto satisfactorio debido a la correcta selección de la herramienta Articulate Storyline 3 y la metodología ADDIE, las cuales permitieron diseñar y desarrollar los contenidos de los cuatro módulos del curso siguiendo una guía de referencia enfocada en el diseño instruccional que abarcaron 5 fases fundamentales: Analizar, Diseñar, Desarrollar, Implementar y Evaluar, mismos que permitieron alcanzar el desarrollo de contenidos dinámicos, interactivos y relevantes que faciliten la construcción del conocimiento en un espacio de aprendizaje virtual.
- La herramienta Articulate Storyline 3 cumplió a cabalidad con el desarrollo de cada uno de los módulos del curso, debido a sus funcionalidades y grandes ventajas en comparación con otras herramientas OpenSource permitiendo integrar cada uno de los recursos multimedia y recursos externos HTML para formar un material didáctico mucho más vistoso, dinámico y entretenido que permita mejorar la enseñanza dentro de los entornos virtuales de aprendizaje; además la herramienta permitió incorporar los recursos gamificados dentro de los módulos, ofreciendo así una gran confiabilidad debido a su escalabilidad, navegabilidad y usabilidad.

- La utilización de la plataforma para alojar el MOOC (Moodle LMS) cumplió con las exigencias mínimas del curso, debido a que permitió realizar un control de los participantes, controlar las actividades, asignar insignias, diseñar las evaluaciones y controlar las calificaciones de todos los estudiantes; además permitió integrar cada uno de los módulos desarrollados dentro de la herramienta Articulate Storyline 3, logrando así construir un MOOC más interactivo que facilite y motive la formación en línea.
- La implementación del MOOC de Gestión de Ventas resulto muy satisfactoria para las MiPymes, quienes encontraron al MOOC como una nueva forma de educación abierta y masiva con la cual pueden adquirir conocimientos de una manera mucho más dinámica y adaptable a las nuevas tendencias tecnológicas. Las medidas de éxito y eficacia se validaron bajo el modelo de éxito de DeLone y McLean, considerando las categorías de: calidad del sistema, calidad de la información, calidad de servicio, intensidad de uso, satisfacción del usuario y sus impactos netos, obteniendo una buena aceptación por parte de los participantes con un porcentaje mínimo de favorabilidad de 93, 92% y un porcentaje máximo de 98%, lo que ratifica el éxito de la implementación del curso MOOC como una alternativa tecnológica de preparación masiva.

## RECOMENDACIONES

- Es recomendable que los métodos tradicionales de capacitación, cursos y educación se trasladen al ámbito tecnológico, todo con el fin de continuar con las nuevas tendencias de entornos virtuales de aprendizaje, abriendo más puertas hacia una educación mucho más abierta y masiva que permita a los estudiantes, participantes o interesados en temas de interés social, cultural o tecnológico construir un aprendizaje mucho más digitalizado adaptando la enseñanza-aprendizaje de la nueva era digital.
- Con el fin de desarrollar un MOOC de calidad, pensado en las necesidades, beneficios y actualizados a las tendencias tecnológicas, es recomendable utilizar una metodología que nos facilite el proceso de diseño y desarrollo, tal como la metodología ADDIE, la cual es utilizada en la actualidad por diseñadores instruccionales profesionales para la enseñanza que se basa en el uso de tecnologías. Sin embargo para trabajos futuros sería recomendable realizar una revisión de literatura actualizada que permita descubrir metodologías que se adapten mucho más al ámbito de la educación online.
- Para el desarrollo del MOOC, es recomendable utilizar la herramienta Articulate Storyline 3, debido a que mantiene grandes ventajas funcionales en comparación con otras herramientas Open Source y de paga, debido a su gran escalabilidad, usabilidad y funcionalidad, las cuales permiten diseñar contenidos adaptados a la educación en línea actual. Si se desea se puede optar por buscar otras herramientas actuales que mantengan las mismas características o mejores las cuales permitan desarrollar los contenidos de los módulos y digitalizar las diferentes temáticas.

- Para la integración de la gamificación dentro de los MOOC, es recomendable que todos los cursos online adapten su línea de aprendizaje a una enseñanza mucho más divertida, utilizando técnicas de gamificación tales como: puntajes, insignias y reconocimientos las cuales permitan incentivar la motivación en el aprendizaje online. Además es importante encontrar herramientas que ayuden a desarrollar contenidos gamificados que se adapten a los MOOC.
- Para la implementación del MOOC, es recomendable cambiar la plataforma de alojamiento del curso, principalmente por mejorar la navegabilidad, interfaz, accesibilidad a los diferentes contenidos y lograr un mayor alcance a nivel mundial.
- Para validar la eficacia y éxito de la implementación de un curso MOOC, es recomendable usar el modelo de éxito de DeLone and McLean, debido a que su resultado se basa en la experiencia del participante al utilizar el MOOC.



## REFERENCIAS

- Aceituno-Mederos, J. A., Córdoba, M. E., Acosta-Hernández, M. E., Reyes-Guzmán, M. D. J., & Jesús, R. J. M. de. (2020). Los Objetos Virtuales de Aprendizaje Transdisciplinarios, como Alternativa a la Problemática Enseñanza y Aprendizaje de la Física en la Modalidad Virtual. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 9(2), 119–131. <https://doi.org/10.37843/rted.v9i2.155>
- Adobe, D. (2022). *Funcionalidades de Adobe Captivate*. Que Es Adobe Captivate. <https://www.adobe.com/la/products/captivate/features.html>
- Arango, C., & Ruiz, E. (2016). Desarrollo de una plataforma MOOC móvil para un ecosistema de aprendizaje ubicuo. *Repositorio Digital UCC*, 1, 21–22.
- Arteaga, J. M., & Giraldo, J. C. (2020). MOOC como estrategia de aprendizaje en educación superior. In *Repositorio Digital UNICordoba* (4th ed., Vol. 4, pp. 1–5). <https://revistas.unicordoba.edu.co/index.php/asinf/article/view/1920/2863>
- Bernal, M. (2020). Cursos en Línea Abiertos y Masivos (MOOC): Estudio Longitudinal de Caso Único. *Digitum Universidad de Murcia*, 1, 6–9.
- Bernal, M. C. (2015). Abandono de los estudiantes en los MOOC. *Digitum*, 1(1), 1–39.
- Borrás, O. (2015). Fundamentos de la gamificación. *Repositorio Virtual Politécnica de Madrid*, 1, 15–20.
- Borrás-Gené, O., Martínez-Nuñez, M., & Fidalgo-Blanco, A. (2015). Gamificación de un MOOC y su comunidad de aprendizaje a través de actividades. In *ResearchGate* (1st ed., Vol. 1, pp. 2–5). CINAIC.
- Cabero, J., Llorente, M. del C., & Vázquez, A. I. (2014). Las tipologías de MOOC: su diseño e implicaciones educativas. In *Repositorio Digital Redalyc* (1st ed., Vol. 18, pp. 6–8). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56730662002>
- Carrillo, M. J., & Roa, L. C. (2018). Diseñando el aprendizaje desde el Modelo ADDIE. *Repositorio Digital Unisabana*, 1, 17–22.
- Castellanos-Reyes, D. (2021). The dynamics of a MOOC's learner-learner interaction over time: A longitudinal network analysis. *Computers in Human Behavior*, 123, 106880. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2021.106880>
- Cavero, J. (2020). *EasyGenerator: ¿Qué es?, Características, Opiniones*. Easygenerator. <https://bit4learn.com/es/lms/easygenerator/>
- Chauhan, J., Taneja, S., & Goel, A. (2016). Enhancing MOOC with Augmented Reality, Adaptive Learning and Gamification. *Proceedings of the 2015 IEEE 3rd International Conference on MOOCs, Innovation and Technology in Education, MITE 2015*, 348–353. <https://doi.org/10.1109/MITE.2015.7375343>
- CNTrimestral, estadísticas. (2022). *Ecuador registró un crecimiento interanual de 3,8% en el primer trimestre de 2022*. BCE Boletín. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1514-ecuador-registro-un-crecimiento-interanual-de-3-8-en-el-primer-trimestre-de-2022>

- Colman, H. (2020). Las 8 Mejores herramientas de autor para e-learning. ISpring Solutions. <https://www.ispring.es/blog/mejores-herramientas-de-autor-de-elearning-para-usar>
- Danka, I. (2020). Motivation by gamification: Adapting motivational tools of massively multiplayer online role-playing games (MMORPGs) for peer-to-peer assessment in connectivist massive open online courses (cMOOCs). *Springer*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.1007/s11159-020-09821-6>
- De Notaris, D., Canazza, S., Mariconda, C., & Paulon, C. (2021). How to play a MOOC: Practices and simulation. *ScienceDirect*, 37, 1–3. <https://doi.org/10.1016/J.ENTCOM.2020.100395>
- DeLone, A., & McLean, D. (2018). Guía de Aplicación del Modelo de DeLone y McLean para la Evaluación de Productos de Software Application Guide for the Evaluation of Software Products based on the DeLone and McLean Model of Success. *Semantic Scholar*, 1, 1–16. <https://doi.org/10.17013/risti.29.14-29>
- Díaz-Ramírez, J. (2020). Gamification in engineering education – An empirical assessment on learning and game performance. *Heliyon*, 6(9), e04972. <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2020.E04972>
- Escobar, D., Martínez, J., & Sarmiento, M. (2018). Análisis de deserción a través de la gamificación y duración de videos en MOOCs. *Repositorio Digital JAVERIANA*, 1, 1–10.
- Franco, D. C. (2022). Gamification as an engagement, learning and interaction strategy for distance education in Mozambique. *Academic Voices*, 1, 71–81. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-91185-6.00010-0>
- Gomez, N. (2022). Por qué Hacer una CAPACITACIÓN en VENTAS a tus Vendedores [2022] . Azenvia Company. <https://blog.sirena.app/capacitacion-en-ventas-para-tus-vendedores>
- Guerrero, G. F. (2021). Gamificación como estrategia aplicada al desarrollo de competencias digitales docentes en la Unidad Educativa Católica “La Victoria.” In *Repositorio Digital UTN* (1st ed., Vol. 1, pp. 10–20). UTN. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10930>
- iSpring, S. (2020). iSpring : ¿Qué es?, Análisis, Opiniones, Características - Bit4learn. LMS Spring. <https://bit4learn.com/es/lms/ispring/>
- León, J., & Tapial, E. (2017). Aprendizaje a lo largo de la vida: L3-MOOC. *Google Scholar*, 9, 1–10. <http://revistas.unam.mx/index.php/rmbd/article/view/64959/59215>
- Lohr, S. (2020). Remember the MOOCs? After Near-Death, They’re Booming - The New York Times. <https://www.nytimes.com/2020/05/26/technology/moocs-online-learning.html?searchResultPosition=1>
- Martínez, I. (2018). Elucidat: una herramienta para e-learning nativa de la nube. Elicidat. <https://www.subitus.com/elucidat-autoria-herramientas-e-learning-review/>
- Méndez, G. (2019). Estudio comparativo de plataformas cursos online masivos abiertos mooc libres. Prototipo curso virtual python intermedio. In *Repositorio Digital UTN* (1st ed., Vol. 1). <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/8899>

- Murphy, S. (2020). *dominKnow herramienta e-learning*. DominKnow. <https://www.dominknow.com/>
- Orozco, Cecilia. (2020). Técnicas de ventas. Qué es. Guía Del Empresario. <https://guiadelempresario.com/ventas/tecnicas-de-ventas/>
- Ortiz-Sykes, K. (2022). Los 11 mejores cursos de ventas online en 2022. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/sales/curso-de-ventas>
- Rincón-Flores, E., Mena, J., & Ramírez, M. S. (2020). Gamification: a new key for enhancing engagement in MOOCs on energy? *Springer*, 14(4), 1379–1393. <https://doi.org/10.1007/S12008-020-00701-9>
- Romero, H., & Rojas, E. (2015). La Gamificación como participante en el desarrollo del B-learning: Su percepción en la Universidad Nacional, *Sede Regional Brunca / Semantic Scholar*. Repositorio Digital Universidad Nacional. <https://www.semanticscholar.org/paper/La-Gamificación-como-participante-en-el-desarrollo-Sandí-Ramírez/e0f7fce4c20b3b7886128aa07cf89a68e47b7e79>
- Ruiz, C. (2015). El MOOC: ¿un modelo alternativo para la educación universitaria? In *Repositorio Digital Universidad Pedagógica Experimental Libertador* (Vol. 2, pp. 1–5).
- Sánchez, E., Andonegi, J., & Ovelar, R. (2020). *¿Qué es eXeLearning?*. Exelearning. [https://exelearning.net/html\\_manual/exe\\_es/qu\\_es\\_exelearning.html](https://exelearning.net/html_manual/exe_es/qu_es_exelearning.html)
- Terán, A., & Mendieta, B. (2019). Modelo de transferencia de conocimiento a través de la gamificación: Un gcMooc. *Google Scholar*, 19(2), 108–135. <https://doi.org/10.15517/AIE.V19I2.36997>
- Tobar, E. (2017). ¿Cómo crear gamificación en un MOOC o curso virtual? *Enseñanza Virtual, MOOC*. <http://elearningmasters.galileo.edu/2017/12/15/como-crear-gamificacion-en-un-mooc-o-curso-virtual/>
- Trejo, H. (2019). Recursos tecnológicos para la integración de la gamificación en el aula. *Revista Tecnología, Ciencia y Educación*, 13, 75–117. <https://doi.org/10.51302/TCE.2019.285>
- Tuapanta, J., Duque, M., & Mena, A. (2017). Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de uso de TIC en docentes universitarios. In *Google Scholar* (1st ed., Vol. 1, pp. 1–10). <https://core.ac.uk/download/pdf/234578641.pdf>
- Viteri, L., Acosta, M., & Guerra, A. M. (2018). New Educational Trends: Massive Online Open Courses in Guayaquil City. In *Revista Espacios* (20th ed., Vol. 39, pp. 1–10). <http://asesoresvirtualesalala.revistaespacios.com/a18v39n20/a18v39n20p27.pdf>
- Zapata-Ros, M. (2018). MOOCs, una visión crítica y una alternativa complementaria: La individualización del aprendizaje y de la ayuda pedagógica. Recuperado April 20, 2022, from <http://www.nytimes.com/2012/11/04/education/edlife/massive-open-online-courses-are->

# ANEXOS

## Anexo 1: Estudiantes registrados en el MOOC de Gestión de Ventas

The screenshot displays the 'Participantes' (Participants) section of the MOOC 'Gestión de Ventas: Técnicas y Estrategias para Ventas Efectivas'. The interface includes a navigation bar at the top with links for 'Página Principal', 'Área personal', 'Mis cursos', and 'Administración del sitio'. Below the navigation bar, there are tabs for 'Curso', 'Configuración', 'Participantes', 'Calificaciones', 'Informes', and 'Más'. A search bar for 'Usuarios matriculados' is present, along with a 'MATRICULAR USUARIOS' button. The main content area shows a list of registered users with columns for 'Nombre / Apellido(s)', 'Dirección de correo', 'Roles', 'Grupos', 'Último acceso al curso', and 'Estatus'. The list includes 14 users, with roles ranging from 'Estudiante' to 'Gestor, Profesor'. A 'LIMPIAR FILTROS' and 'APLICAR FILTROS' button is located at the bottom right of the list. Below the list, there is a dropdown menu for 'Con los usuarios seleccionados...' and another 'MATRICULAR USUARIOS' button.

Nombre / Apellido(s)	Dirección de correo	Roles	Grupos	Último acceso al curso	Estatus
LA Luis Anrango	luisanrangov@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	10 días 20 horas	Activo
TC Tamia Cofacachi	tamy_-999@hotmail.com	Estudiante	No hay grupos	10 días 21 horas	Activo
LC Lucita Cofacachi Ruiz	lucicota2020@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	17 días 20 horas	Activo
KH Kevin Haro	kpharol@utn.edu.ec	Estudiante	No hay grupos	27 días 22 horas	Activo
um usuario mooc	usuariomooc2022@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	4 días 19 horas	Activo
JM Jose Manuel Morales Cepeda	mc02manuel@outlook.com	Estudiante	No hay grupos	34 días 20 horas	Activo
DP David Panama	Panamadavid924@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	26 días 23 horas	Activo
HR Humberto Ramos	humbertoramos2690@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	11 días 7 horas	Activo
AR Alex Romero	atrcromero01@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	7 días 21 horas	Activo
Sairi Romero	sanderome30@gmail.com	Gestor, Profesor	No hay grupos	28 segundos	Activo
mr maribel romero	belita-2210@outlook.com	Estudiante	No hay grupos	6 días 22 horas	Activo
AU Angel Stalin Ulcuango Ulcuango	asulcuangou@utn.edu.ec	Estudiante	No hay grupos	27 días 2 horas	Activo
KV Kuri Velasquez	kurivelasquez4@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	6 días 23 horas	Activo
SY Sayri Yamberla	syamberla@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	26 días 20 horas	Activo

**Anexo 2:** Encuesta de necesidades dirigida a personas que se dedican a la comercialización de productos

## Encuesta para detectar las necesidades de Capacitación/Educación

Objetivo: Detectar las necesidades de capacitación a través de un cuestionario, que permita recabar información confiable y verídica, para identificar los tópicos que serán insertados dentro del MOOC de Gestión de Ventas.

\* Obligatorio

1. **¿Actualmente que papel desempeña dentro de su empresa o lugar de trabajo \***

- Vendedor
- Administrador/jefe/Dueño
- Todas las anteriores

2. **¿A qué tipo de empresa pertenece su negocio o lugar de trabajo?**

\*

- Micro Empresa
- Pequeña Empresa
- Mediana Empresa

3. **¿Tiene estudios o capacitaciones respecto a temas relacionados con las ventas? \***

- SI
- NO

4. ¿Cuál de los siguientes temas le gustaría o considera necesario aprender dentro de un Curso de Gestión de Ventas? \*

- Atención al cliente
- Marketing
- Estrategias de Venta
- Técnicas de Venta
- Fundamentos de Venta
- Gestión comercial
- Plan de Ventas

**Anexo 3:** Encuesta a estudiantes del MOOC de Gestión de Ventas- Medir Beneficios

Obtenidos tras la implementación

**Encuesta para medir los beneficios de la Implementación del Curso MOOC de Gestión de Ventas**

Encuesta para medir el grado de satisfacción del uso del curso virtual de Gestión de Ventas: Técnicas y Estrategias para Ventas Efectivas. La Encuesta se basa en evaluar las 6 categorías del modelo de Delone & McLean: calidad del sistema, calidad de la información, calidad del servicio, intención de uso, satisfacción del usuario y beneficios obtenidos. Esta encuesta tomará unos minutos y sus respuestas son anónimas. Para las respuestas se a usado una escala de 1 a 5, donde 1 significa total desacuerdo y 5 corresponde a totalmente de acuerdo.

\* Obligatorio

1. ¿Cuál es tu genero? \*

- Masculino
- Femenino
- Otras

2. ¿Cuál es tu edad? \*

- Menor a 18
- 18 años a 24 años
- 25 años a 34 años
- 35 años a 44 años
- 45 años a 54 años
- Mas de 54

### 3. Calidad del Sistema.

\*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿El curso virtual (MOOC) es fácil de utilizar?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La interfaz del curso virtual (MOOC) es amigable e intuitiva?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El acceso al curso virtual (MOOC) es cómodo y eficaz?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El curso virtual (MOOC) siempre está disponible cuando lo necesito?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 4. Calidad de la Información. \*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿El curso virtual (MOOC) proporciona información confiable?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La información presentada en el curso virtual (MOOC) es comprensible?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El curso virtual (MOOC) proporciona diversas maneras de observar la información (gráficos, audio, video, etc)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La información proporcionada en el curso virtual (MOOC) le parece relevante?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 5. Calidad del Servicio \*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿El soporte técnico brindado es útil logrando resolver alguna inquietud y/o inconveniente al usar el curso virtual (MOOC)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El tiempo de respuesta cuando existe una inquietud y/o inconveniente es rápido y oportuno?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El soporte técnico brinda ayuda comprensible y precisa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿En general, no tuve inconvenientes al usar el curso virtual (MOOC)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 6. Intención de Uso \*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿El curso virtual (MOOC) me permite educarme en cualquier lugar y a cualquier momento?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El curso virtual (MOOC) me permite tener un aprendizaje dinámico y entretenido?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Usar el curso virtual (MOOC) me permite adquirir conocimientos de manera efectiva a través de medios digitales?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿En general, yo encuentro útil usar el curso virtual (MOOC) para aprender temas relacionados a la Gestión de Ventas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



### 7. Satisfacción del Usuario. \*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿Estoy satisfecho con el curso virtual (MOOC)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El curso virtual (MOOC) cumple con sus expectativas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Se siente cómodo usando el curso virtual (MOOC)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Estoy satisfecho con la información presentada en el MOOC?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 8. Beneficios netos. \*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿El curso virtual (MOOC) se adapta a mis horarios, ahorrándome tiempo en comparación con las capacitaciones presenciales?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El curso virtual (MOOC) permite mejorar los modelos tradicionales de capacitación?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El curso virtual (MOOC) me facilita el acceso al aprendizaje abierto e ilimitado con respecto a la participación?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El curso virtual (MOOC) me facilita adquirir nuevos conocimientos de manera rápida, dinámica y fácil?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Anexo 4: Link de acceso al MOOC de Gestión de Ventas

Plataforma: <https://moocgestionventasutn.xeted.com/>