

## CAPÍTULO 1

# Educación Virtual

---

Oscar Augusto Valbuena Aguirre, Empresas Virtuales  
Departamento Administrativo  
gerencia@empresasvirtuales.com

Palabras Clave: e-learning, educación virtual, ambientes de aprendizaje virtual, educación bimodal.

*El ser humano tiene derecho a no saber,  
a lo que no tiene derecho es a no preguntar y a no querer salir adelante.*

Oscar A. Valbuena A.

### Tabla de Contenido

Tema	Página
1. Introducción	2
2. Definición de Educación Virtual	2
3. Los Roles del Tutor Virtual	3
4. Definiendo la Temática	5
5. Número de Entregas	5
6. Metodología Clave para los Cursos en Línea	6
7. La Periodicidad del Curso	7
8. ¿Cuántos cursos deben ser implementados?	8
9. Certificación del Curso	9

## 1. Introducción

Vamos a empezar a hacer una revisión de la temática de Cursos en Línea, enfocada hacia la mejora del portafolio de su empresa y a fidelizar a sus usuarios, logrando mantenerlos pendientes de cada una de las actividades de la empresa durante todos los días que dure el curso.

Para empezar, definamos la temática del curso, ya que esto nos dará las herramientas siguientes para continuar con su construcción.

## 2. Definición de Educación Virtual

Los *Cursos en Línea* se encuentran ubicados dentro de una tendencia tecnológica actual, denominada *Educación Virtual*, que no es más, que el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TIC, para la estimulación del aprendizaje, a través de formatos multimedia, con el fin de mejorar el manejo de la información y de los contenidos.

Esta tendencia educativa, se utiliza sobretodo de dos maneras:

- a. Como apoyo a la Educación en un sistema Bi-Modal.
- b. Como Educación Virtual exclusiva.

Cualquiera que sea la opción, de igual manera siempre que se opte por el e-Learning, o Educación Virtual, se generarán como consecuencia, las Comunidades Virtuales de Aprendizaje. Estas C.V.A.'s, deben formarse alrededor de temas como la interdependencia participativa, la motivación permanente, la responsabilidad comunitaria y el desarrollo en general de habilidades colaborativas y complementarias.

Si analizamos la opción del literal “a”, la Educación Virtual como apoyo en un sistema Bi-Modal, se basa en la generación de reservorios de información recopilada de manera ordenada, que facilite la organización de la información de consulta para los procesos académicos y educativos en general.

Esta metodología no es autónoma en su totalidad, de hecho depende de la existencia de una relación física entre el tutor y el alumno. Normalmente es utilizada para fortalecer el desarrollo de clases en colegios y universidades.

Cuando tratamos la opción “b”, podemos encontrar en ella la generación de las clases virtuales que no dependen de relaciones físicas, y que en ningún momento se exigen para su desarrollo exitoso.

Aunque las relaciones físicas son inexistentes, lo que no es inexistente es la presencia de relaciones humanas, solo que ahora, bajo el marco del uso de herramientas tecnológicas.

Para la propuesta particular que deseamos trabajar en esta estrategia de mercadeo, planteada a costo cero, debemos tener en cuenta la metodología de Educación Virtual exclusiva, para así trabajar todo de manera virtual netamente, y no incurrir en costos derivados de la logística en todas sus implicaciones.

### **3. Los Roles del Tutor Virtual**

El Tutor Virtual de un Curso en Línea basado en el marco de la Educación Virtual, debe manejar diferentes enfoques con su C.V.A., ya que de la ejecución de estos roles, depende el éxito del curso a desarrollar.

Dentro de estos roles tenemos:

- Rol Administrativo. Enfocado hacia la organización de la temática del curso, el desarrollo de cada una de las entregas y el diseño de mecanismos de evaluación y control, además de la

estandarización de los procesos de matrícula, horarios, políticas de trabajo y entrega de resultados a los estudiantes.

- **Rol Social.** Este enfoque, le permitirá al grupo disponer de un líder que oriente las relaciones interpersonales, por ejemplo, se debe encargar de romper el hielo entre los participantes, integrar a la comunidad, facilitar la presentación de los usuarios, debe dar la bienvenida a cada uno de los participantes, indicándoles las reglas de juego, sirviendo de soporte a las buenas prácticas tecnológicas de los participantes. En este rol social, el tutor se ve obligado a conocer los protocolos de participación virtual en las diferentes herramientas que hayan sido designadas para el desarrollo del curso.
- **Rol Pedagógico.** En este rol, el tutor tendrá a su cargo el levantamiento de información para la estructuración de contenidos, creación de material multimedia, orientando todo esto a la secuenciación y organización de los objetivos perseguidos por el curso en desarrollo, así como actividades y herramientas, estimulando los diferentes procesos de aprendizaje del grupo. Debe permanecer realizando operaciones de seguimiento a los participantes.
- **Rol Técnico.** Sea cual fuere la plataforma escogida para la creación e implementación del curso, ya sea con un software propiamente hecho para Educación Virtual como Moodle, o Dokeos, o adaptaciones de software, como este caso sugerido para iniciar, que se trata de utilizar la publicación básica de contenidos del Joomla, para poder acceder a nuestra comunidad, el tutor debe tener conocimiento sobre la libre navegación en el sistema donde se encuentre funcionando.

Ahora, para poder empezar el diseño de nuestro curso, tendremos que empezar a recopilar la mayor cantidad de información sobre nuestra empresa, ya que es precisamente ahí, donde necesitamos fortalecer la información, y la generación de textos educativos para mantener actualizados a nuestros clientes o prospectos.

#### **4. Definiendo la Temática**

Es posible que la empresa cuente con un manual de usuario del servicio o producto bandera de su portafolio, pues para empezar, se basa el primer curso en línea, en este manual, de no tenerse, se puede construir uno alrededor de ciertos temas, como ideas para el uso del producto o servicio adquirido, un manual de "Hágalo Usted Mismo", orientado a enseñar a los clientes cómo hacer productos complementarios entre muchas otras posibilidades.

Una vez se haya definido el tema del que va a tratar el curso, deberá plantear el número total de entregas, la periodicidad, y la metodología para este curso que ya se ha empezado a gestar.

#### **5. Número de Entregas**

Una "Entrega", es un mensaje de correo electrónico, o publicación en el portal web corporativo, que adelanta el curso según la periodicidad planteada desde su inicio.

Se podría identificar la entrega con un capítulo independiente del curso, pero relacionado entre si con los demás capítulos del curso.

La definición de entregas es demasiado importante, ya que esto le dará indicadores sobre cuánto tiempo podría llevar a cabo el levantamiento de información para poder completar la documentación del curso. También le aclarará su inicio y su final, y le permitirá identificar en alto detalle, la relación temática entre todas las entregas a realizar, de tal manera que se puedan comprometer entre sí, con un orden lógico evolutivo.

Recuerde que cada una de las entregas debe tener una estructura determinada para que la persona que la reciba, pueda iniciar un proceso de interacción con el tema entregado, de tal manera que obliguemos

a su cerebro, a trabajar los temas de marca e imagen corporativa, para así poder lograr nuestro propósito de manera perfecta.

## **6. Metodología Clave para los Cursos en Línea**

A manera de recomendación, cuando se trabaja con cursos virtuales, es necesario hacer una estructura de presentación de temas de la siguiente manera:

1. Contenido temático a trabajar.
2. Material multimedia que soporta, justifica y respalda el contenido temático.
3. Presentación del tema siguiente, enlazado con el actual.
4. Sistema de Evaluación del contenido trabajado.

Si esta presentación es sabiamente aplicada, podremos “empatar” cada una de las entregas nuevas, con la última entrega realizada, de lo contrario tendremos entregas sueltas y no relacionadas. Esta situación causa desconcierto en el público objetivo, y este desconcierto es comprendido como desorden y falta de planeación.

Por tanto, se sugiere realizar el planteamiento completo del curso ANTES de empezar a distribuir su contenido por entregas, ya que este planteamiento inicial, permite la aclaración de cualquier interrogante antes de que pueda ser planteado por cualquiera de los receptores del mensaje de la entrega correspondiente.

Se debe tener en cuenta, que el nivel tecnológico de la gente mayor, en muchas ocasiones podría llegar a comprometer el desarrollo de la estrategia de los cursos virtuales, por tanto, se debe saber orientar la metodología, para que el desarrollo temático sea lo suficientemente ilustrado y multimedia, para facilitar al usuario su aprovechamiento.

## 7. La Periodicidad del Curso

La periodicidad depende en primera instancia, del número de entregas que se haya estipulado. Por ejemplo, si se determinaron 12 entregas del curso, ahora toca definir si se van a realizar de manera: diaria, semanal, quincenal o mensual. No se considera pedagógico hacer entregas de más de un mes, ya que el tema se va olvidando, y las distracciones normales de la vida, van alejando de manera natural al estudiante.

De manera personal, sugeriría la periodicidad semanal o quincenal, dependiendo del tipo de público al que nos enfrentemos. Si es un público ejecutivo, que posiblemente no disponga de mucho tiempo para la resolución de los trabajos de la semana, podemos hacer las entregas de manera quincenal, pero si vemos que el público puede disponer de un poco más de tiempo, las entregas podrían ser semanales.

Ventajas y Desventajas: Si disponemos la periodicidad de un curso como semanal, para poder tener la mente de nuestros clientes y prospectos enfocada en la marca de nuestra empresa de manera permanente, el tiempo de construcción del curso va a ser mucho más largo, ya que tendremos que levantar el doble de información para el mismo periodo total de tiempo, si lo comparamos con entregas quincenales.

Recomendación: Si al iniciar el curso, se mencionó que la periodicidad era semanal, tenga por seguro, como si fuese regla divina, que sus clientes, estarán a la expectativa total de cada nueva entrega. Si usted dijo lunes, el lunes llegarán a sus oficinas, muy temprano a revisar su buzón de correo, esperando encontrar el tema nuevo que se les había prometido. Por tal razón, violar esta promesa de servicio en cuanto a las entregas, será un arma mortal para la imagen de su empresa.

Por esta razón, recalamos la importancia de tener TODAS las entregas, antes de ser lanzadas al público. Con esto se puede realizar un proceso de revisión, y edición de contenido, para establecer relaciones

entre temas, verificar la evolución del curso, y tener bastante claros los objetivos a los que apuntamos, antes de iniciar este proceso.

### **8. ¿Cuántos cursos deben ser implementados?**

Este tipo de estrategia debe implementarse de manera permanente, ya que colabora todo el tiempo con la educación del cliente, situación necesaria para poder implementar nuevos productos a futuro mejorando el portafolio de la empresa, se puede también mejorar la oferta de soporte postventa, ya que según sea el tipo de educación que se le haga al cliente, éste va a empezar a reconocer ciertas responsabilidades que se derivan del cuidado o uso del producto o servicio adquirido. Ya ubicado en este punto, reconocerá la “necesidad” de adquirir el “repuesto”, o el “producto o servicio complementario”, que le permitirá sacar mayor provecho a la utilización o ejercicio de su adquisición.

Esto empieza a vincularlo cada vez más con el producto, a la vez que empieza a crear una relación más estrecha entre el cliente y la empresa, hasta llegar al punto en el que todos los empresarios quisieran ver a sus clientes: “Fidelizados por Completo”.

Aunque es una estrategia lenta, es bastante segura, desde que las condiciones del curso que se ofrezca sean pertinentes a la oferta corporativa.

La oferta de cursos, debe estar diseñada también para lograr una orientación psicológica del cliente hacia el portafolio de la empresa, esto indica que se debe verificar muy bien, cuál es el tipo de público al que nos estamos dirigiendo, con el fin de orientar de la mejor manera tanto la temática, como la metodología del curso.

## 9. Certificación del Curso

Se puede ofrecer un "Certificado de Asistencia al Curso", como valor agregado adicional, y además, también se puede utilizar como estrategia para canalizar nuevos ingresos, para todas aquellas personas, que deseen presentar un examen presencial en las instalaciones de la empresa, o participar en un programa de capacitación orientado a demostrar habilidades en conocimiento, manejo, gestión o tantas otras cosas, de un producto o servicio.

Esto lo puede certificar como: "Experto en el Manejo del Producto X", "Asesor Profesional en X o Y", de tal manera, que incluso, el proceso puede llegar a convertirse en un filtro para encontrar y vincular nuevos asesores comerciales, o sencillamente, para reconocerle a la persona que ha desarrollado oficialmente todo el proceso de aprendizaje sobre el tema mencionado en el curso.

---

**Señor Empresario:** El hecho de incurrir en este tipo de costos (filmaciones, redacción, fotografía, edición y demás), no debe ser considerado un gasto, sino una completa inversión, ya que el mismo curso, puede ser ofrecido en línea a un costo bajo para sus clientes, o puede ser utilizado como servicio de valor agregado para los que adquieran la oferta específica con la que esté relacionado el curso.

**Importante:** Tenga en cuenta que un cliente educado en el arte de manejar el producto o servicio, es un cliente que evoluciona con el producto, y que va a requerir nuevos componentes, valores agregados, y seguro que estará dispuesto a pagar por ello. La responsabilidad de educar al cliente, reside en la empresa, y no en el cliente. Si el cliente no conoce sobre nuestro producto, sencillamente se irá a donde si le expliquen y lo integren de manera fácil y rápida.

Más Información como esta la puede encontrar en:

*Oscar A. Valbuena A.*

**Oscar Augusto Valbuena Aguirre**  
Gerente

Empresas Virtuales

NIT: 93413388-3 :: Persona Natural :: Régimen Simplificado



Tenemos Dos  
certificaciones  
internacionales CIW  
en Desarrollo de  
Sitios Web para  
Comercio  
Electrónico.



*El Nuevo Concepto de Revolución Empresarial!*

**Contact Info:**

Celular: +57 (317) 232 7063

Dirección: Manzana 5 Casa 9 Urbanización Onzaga

**Skype:**

- oscar\_valbuena
- empresasvirtuales

**E-mail (MSN):**

- gerencia@empresasvirtuales.com
- comercial@empresasvirtuales.com

©Empresas Virtuales – Dirección: Barrio Onzaga Manzana 5 Casa 9 – NIT: 93413388-3  
Celular: +57 (317) 232 7063 – Email: [info@empresasvirtuales.com](mailto:info@empresasvirtuales.com) – WebSite: <http://www.empresasvirtuales.com>

Este es material original y didáctico de Empresas Virtuales. Reservados todos los derechos y prohibida su reproducción total o parcial sin consentimiento de sus Autores. **Ibagué - Colombia**

**Facebook:**

- [empresas@empresasvirtuales.com](mailto:empresas@empresasvirtuales.com)

**El Portal del Empresario:**

- [gerencia@empresasvirtuales.com](mailto:gerencia@empresasvirtuales.com)

**WebSite:** <http://www.empresasvirtuales.com>

**Ibagué – Colombia**

**Importante: Antes de imprimir este documento, piense en nuestro medio ambiente y considere si en verdad es necesario hacerlo. Usted puede ayudar a detener el deterioro del planeta.**