



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE
FACULTAD DE COMUNICACIONES

Rediseño conceptual del sitio Web Educativo “Expertos en México”.

POR
RAFAEL CHÁVEZ ORTEGA

Proyecto presentado a la Facultad de Comunicaciones
de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al grado académico de
Magíster en Comunicación Social con mención en Comunicación y Educación

Profesora guía:
Cristian Calderón

Julio, 2011
Santiago, Chile

I RESUMEN	4
II ANÁLISIS DEL ESCENARIO	5
<i>2.1 TURISMO EN EL MUNDO</i>	5
<i>2.2 TURISMO EN MÉXICO</i>	7
<i>2.3 TURISMO EN CHILE</i>	8
III. PROPÓSITO GENERAL DEL PROYECTO	11
IV. MARCO REFERENCIAL	12
<i>4.1 HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS</i>	12
<i>4.2 ANÁLISIS DE SITIO WEB “EXPERTOS EN MÉXICO”</i>	14
V. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	20
<i>5.1 ANÁLISIS DE LOS INVOLUCRADOS</i>	20
<i>5.2 ÁRBOL DE PROBLEMAS</i>	22
<i>5.3 ÁRBOL DE OBJETIVOS</i>	23
<i>5.4 ÁRBOL DE ESTRATEGIAS</i>	24
VI. ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN	25
<i>6.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO</i>	25
<i>6.1.1 OBJETIVO GENERAL</i>	25
<i>6.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</i>	25
<i>6.2 PÚBLICO OBJETIVO</i>	25
VII. PROPUESTA DE REDISEÑO	27
<i>7.1 DESCRIPCIÓN</i>	27
<i>7.2 HARDWARE</i>	28

<i>7.3 SOFTWARE</i>	<i>32</i>
<i>7.4 PERIFÉRICOS</i>	<i>38</i>
<i>7.5 PATROCINADORES & SOCIOS ESTRATÉGICOS</i>	<i>41</i>
<i>7.6 PROPUESTA DE EVALUACIÓN</i>	<i>43</i>
VIII. PROYECCIONES	44
IX. BIBLIOGRAFÍA	45
ANEXO 1: PANTALLAS SITIO ACTUAL	47
ANEXO 2: LICENCIA CREATIVE COMMONS	55
ANEXO 3: ESTADÍSTICAS DE USO DE MOODLE	56
ANEXO 4: EJEMPLOS DE PROPUESTA GRÁFICA	59

I RESUMEN

México ocupa la posición número 10 en captación de turistas extranjeros a nivel mundial con aproximadamente 22 millones de visitantes durante el 2010. Una las principales actividades que realiza para complementar sus labores de promoción turística, es la capacitación de agentes de viajes en distintos mercados del mundo incluido Chile. En el año 2009 implementó un sitio educativo llamado “Expertos en México” a través de cual se pretendía capacitar a los agentes de viajes utilizando tecnología educativa e-learning. Después de haber realizado un estudio y evaluación del sitio actual, se presenta una propuesta de re-diseño conceptual, que integrará: nuevos contenidos educativos, el uso de herramientas Web 2.0 aplicados a la educación , así como una plataforma uniforme, robusta y dinámica, sobre la cual estará basado en nuevo sitio, logrando de esta forma: sacar provecho del potencial de las TIC's ¹ aplicadas a la educación, maximizar la capacitación de los agentes de viajes chilenos en los destinos y productos de México y fomentar e incentivar el uso del sitio en cuestión, para construir conocimiento por medio de herramientas colaborativas.

Adicionalmente se pretende establecer un sistema de evaluación y medición de la eficiencia del sitio, basado en indicadores como: término de los cursos inscritos por los usuarios, porcentajes de notas obtenidos al finalizar los cursos, porcentajes de participación en las actividades colaborativas del sitio y satisfacción general por el uso del sitio así como por el soporte técnico entregado.

Finalmente cabe mencionar que se proyecta que esta propuesta sería viable ya que supone el uso mayoritario de recursos gratuitos y por ende ser requiere de poco presupuesto para su implementación y dadas las características específicas de esta propuesta, se observa una alta replicabilidad no solo en la industria turística, sino en cualquier industria interesada en el uso de soluciones mediales a problemas educativos.

¹ Tecnologías de la Información y la Comunicación

II ANÁLISIS DEL ESCENARIO

2.1 TURISMO EN EL MUNDO

De acuerdo con el Banco Mundial, el turismo es la industria más grande y de mayor desarrollo en el mundo. La contribución del turismo a la economía mundial se estima del 5%, mientras que se calcula que genera entre el 6% y 7% del número total de empleos en el mundo. La contribución del turismo al producto interior bruto (PIB) en el mundo, “*varía entre aproximadamente el 2% para países en los que el turismo es un sector comparativamente pequeño, hasta el 10% para países en los que el turismo es un pilar importante de la economía*”². En cifras de la Organización Mundial de Turismo (WTO), durante el 2009 se registraron casi 880 millones de turistas³ en el mundo, en 2010 se estima que la cifra ascendió a 1 billón de turistas y de acuerdo con los pronósticos de esta misma organización, en el año 2020 habría un flujo de 1.6 billones de turistas en el mundo generando una derrama económica aproximada de dos millones de millones de dólares.

Los siguientes cuadros muestra el ranking internacional de los principales países de acuerdo a las llegadas de turistas y las divisas generadas por la actividad turística.

Llegadas de Turistas Internacionales (millones de personas)				
Ranking 2009	2007	2008	2009	Var % 09/08
Mundial	901	913	877	-4.0%
1. Francia	80.9	79.2	76.8	-3.1
2. EE.UU.	56	57.9	54.9	-5.3

² (2010). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado el 10 de Mayo 2011, del sitio Web de la Organización Mundial de Turismo: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights10_sp_LR.pdf

³ La WTO define al turista como cualquier persona que viaja y pernocta en lugares distintos a su entorno habitual por lo menos por 24 horas y con fines de realizar actividades que no impliquen remuneración.

Llegadas de Turistas Internacionales (millones de personas)				
Ranking 2009	2007	2008	2009	Var % 09/08
Mundial	901	913	877	-4.0%
3. España	58.7	57.2	52.2	-8.7
4. China	54.7	53	50.9	-4.1
5. Italia	43.7	42.7	43.2	1.2
6. Reino Unido	30.9	30.1	28.2	-6.4
7. Turquía	22.2	25	25.5	2.0
8. Alemania	24.4	24.9	24.2	-2.7
9. Malasia	21	22.1	23.6	7.2
10. México	20.8	21.9	21.4	-2.6
Chile	2.5	2.6	2.7	1.9

Divisas por Turismo Internacional (miles de millones de dólares)				
Ranking 2009	2007	2008	2009	Var % 09/08
Mundial	857	939	851	-9.4%
1. EE.UU.	96.9	110.0	93.9	-14.6
2. España	57.6	61.6	53.2	-13.6
3. Francia	54.3	56.6	49.4	-12.7
4. Italia	42.7	45.7	40.2	-12
5. China	37.2	40.8	39.7	-2.7
6. Alemania	36.0	40.0	34.7	-13.3
7. Reino Unido	38.6	36.0	30.1	-16.4

Divisas por Turismo Internacional (miles de millones de dólares)				
Ranking 2009	2007	2008	2009	Var % 09/08
Mundial	857	939	851	-9.4%
8. Australia	22.3	24.8	25.4	-2.4
9. Turquía	18.5	22.0	21.3	-3.2
10. Austria	18.7	21.6	19.4	-10.2
20. México	12.9	13.3	11.3	-15.2
Chile	1.5	1.7	1.6	-5.9

2.2 TURISMO EN MÉXICO

Para México, el turismo representa una de las fuentes de ingreso más importantes, siendo la tercera después de los ingresos generados por la venta de petróleo y las remesas enviadas por los connacionales radicados en Estados Unidos. Se estima que el turismo aporta el 8% del PIB nacional y genera más de 2 millones de empleos, además de ser uno de los polos de inversión más importantes del país.

Las labores gubernamentales relacionadas con el turismo le son encomendadas en primera instancia a la Secretaría de Turismo⁴, quien tiene la misión de: *“Conducir el desarrollo turístico nacional, mediante las actividades de planeación, impulso al desarrollo de la oferta, apoyo a la operación de los servicios turísticos y la promoción, articulando las acciones de diferentes instancias y niveles de gobierno”* (Secretaría de Turismo, 2010). En segunda instancia existe el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) que es una empresa estatal que tiene por objeto: *“Promocionar integral y competitivamente a México, con sus productos y destinos, en los mercados nacional e*

⁴ Su nivel sería el equivalente al de Ministerio de acuerdo con la organización de la administración pública chilena.

internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística” (CPTM, 2010).

El CPTM cuenta con una estructura de 17 oficinas establecidas en mercados estratégicos alrededor del mundo y con una oficina matriz ubicada en la Ciudad de México. Su labor principal se concentra en el desarrollo de estrategias de marketing tanto en México como en los mercados potenciales, de los distintos destinos turísticos del país. Estas labores de promoción incluyen entre otras: la participación en ferias internacionales de promoción tanto B2B como B2C⁵, caravanas o “tradeshows” de promoción, presentaciones y lanzamientos de destinos turísticos, publicidad en diversos medios tanto electrónicos como audiovisuales e impresos, viajes de familiarización para la industria y capacitación y entrenamiento para los distintos actores de la industria turística.

El CPTM ha segmentado sus mercados en cuatro grandes regiones: Norteamérica, Europa Occidental, Asia y Latinoamérica. Para esta última, se cuenta con dos oficinas ubicadas en Buenos Aires y Sao Paulo y hasta hace 4 años una representación en Santiago.

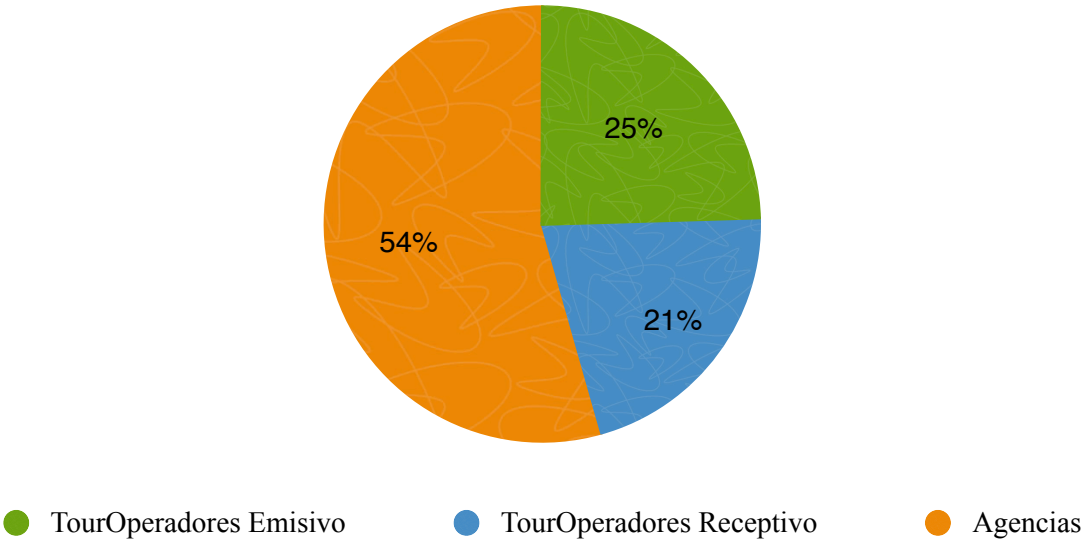
2.3 TURISMO EN CHILE

El turismo en Chile ha crecido de manera significativa en los últimos cinco años, debido a diversas razones que van desde la solidez de la economía, la fortaleza en la paridad cambiara peso-dólar, el crecimiento del PIB per capita, el acceso a créditos y bajas tasas de interés, entre otros. Uno de los destinos más atractivos para el chileno ha sido México, encontrándose siempre entre los primeros cinco de elección en la intención de viaje. Estas condiciones, han potenciado el crecimiento de la industria turística chilena y en particular de las agencias de viajes. Dada la alta demanda y fuerte competencia entre los distintos oferentes para el mercado chileno y la facilidad de compra e información a través de Internet, se ha convertido de vital importancia que dichas agencias, cuenten con personal capacitado para transformarse de vendedores a asesores y especialistas en viajes.

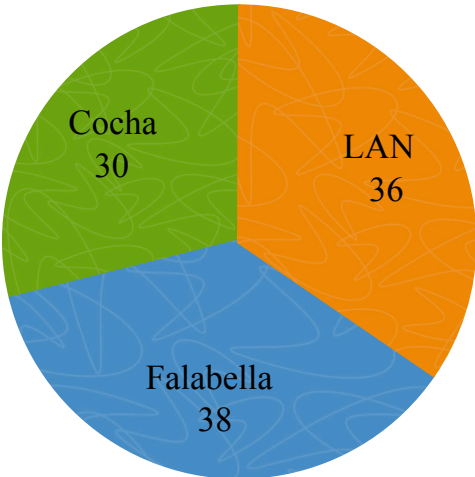
⁵ B2B Ferias dirigidas a la industria. B2C Ferias dirigidas al consumidor final

De acuerdo con las cifras entregadas por la Asociación Chilena de Empresas de Turismo A.G. (ACHET), su castro de empresas considera un total de 114 empresa integradas de la siguiente manera:

Catastro de Empresas de Turismo ACHET 2011



Principales Actores del Mercado y sus Sucursales en Chile



El CPTM tiene como parte de sus actividades, la capacitación-entrenamiento de agentes de viajes, con el objetivo de desarrollar en los mismos, competencias que les permitan realizar una labor de venta más eficiente y efectiva favoreciendo con ello el incremento en el flujo de turistas hacia México. Para lograr dicho objetivo educacional, el CPTM ha desarrollado algunas estrategias como la realización de seminarios de capacitación en los mercados internacionales en los cuales tiene instaladas oficinas de representación, así como la implementación de un sitio web con recursos educativos denominado “Expertos en México”, utilizado como soporte en la labor de entrenamiento. Este sitio responde a la necesidad de tener presencia virtual en los sitios donde el CPTM no tiene oficinas y por ende incrementar su cobertura educativa, así como de optimizar recursos tanto financieros y humanos, a través de las ventajas que ofrecen los modelos de educación a distancia.

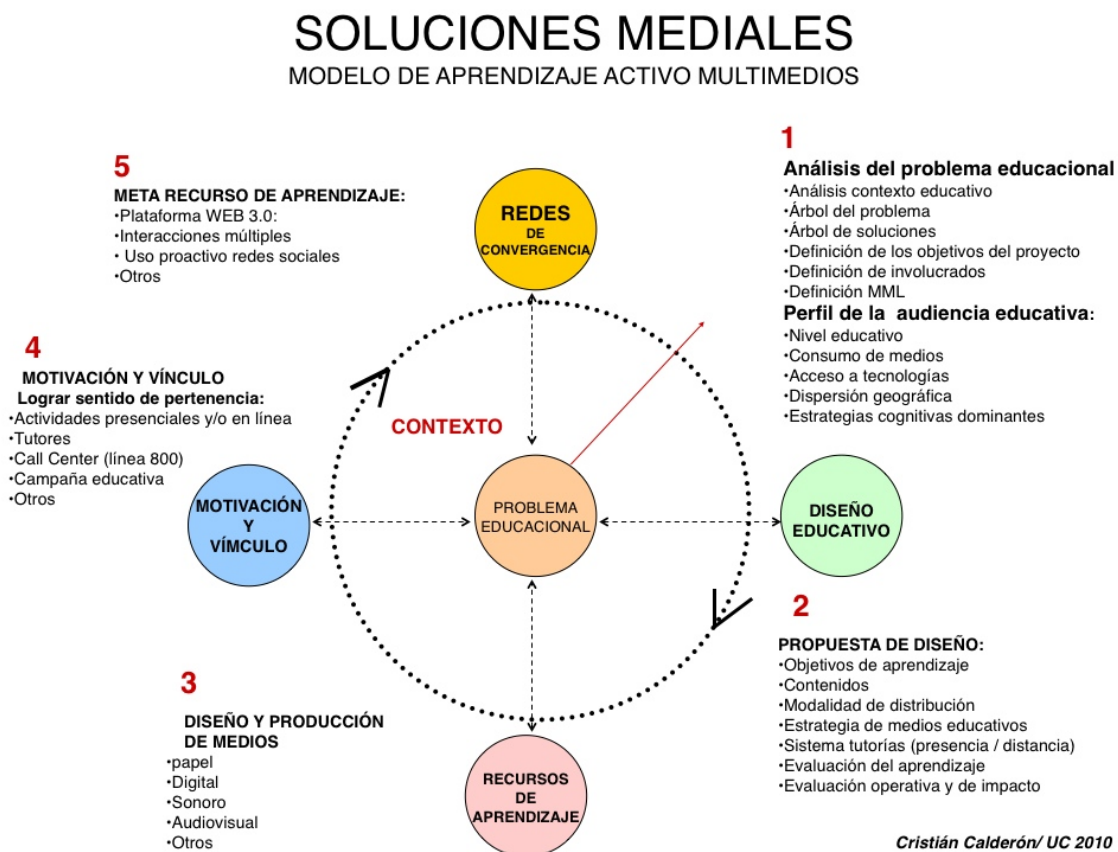
III. PROPÓSITO GENERAL DEL PROYECTO

Desde la perspectiva de utilización de soluciones mediales para la resolución de problemas educativos, provista por este magister, se ha realizado un análisis general de la estrategia de capacitación del CPTM y en específico del sitio web “Expertos en México”, y se ha determinado que existen varias áreas de oportunidad para el mejoramiento de dicha herramienta ya que desde esta perspectiva, la herramienta aún no utiliza todo el potencial que las TIC’s pueden ofrecer. De manera inicial se ha detectado que el sitio es estático, unidireccional y que no ha integrado todos los recursos y potencialidades que ofrecen los diseños de plataformas WEB 2.0. Adicionalmente se observa que existe escasa o nula interacción con los usuarios, revisando los foros de consultas, encontramos por ejemplo, consultas sin respuestas de más de 1 año o guías que su última actualización se realizó hace más de 14 meses por citar un ejemplo. Por lo anterior, se propone un rediseño conceptual del sitio, focalizado en corregir los errores detectados, así como incorporar e implementar herramientas que favorezcan la construcción de conocimiento, la motivación de los destinatarios a su uso y la interacción constante de todos los involucrados en el proceso.

IV. MARCO REFERENCIAL

4.1 HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS

Como herramienta central para la estructuración del presente proyecto, se utilizará el "Modelo de soluciones mediales" de Cristián Calderón:



Se utilizará la metodología del marco lógico para la elaboración de proyectos de la comunidad europea, para la definición del análisis de los involucrados, árbol de problemas, árbol de soluciones y matriz de marco lógico de este proyecto.

Finalmente, para la construcción de la propuesta de solución al problema, se integrarán los conceptos educativos de Siemens "Conectivismo: Teoría del aprendizaje en la era digital" y los elementos y herramientas del estudio de tecnologías de la información y comunicación de Pardo y Cobo, denominado " Web 2.0. Inteligencia colectiva o fast food de los medios".

4.2 ANÁLISIS DE SITIO WEB “EXPERTOS EN MÉXICO”

Con el fin de tener una herramienta de evaluación del sitio, se procedió a construir una pauta de evaluación ⁶ utilizando como columna vertebral la “Guía para el desarrollo de Sitios Web” ⁷ del gobierno de Chile, complementada por otras fuentes que se especifican en la bibliografía del presente documento. Se han determinado tres áreas fundamentales sobre las cuales se evaluará el sitio:

- A. Diseño para el acceso
- B. Diseño para accesibilidad
- C. Diseño de experiencia del usuario

A. Diseño para Acceso

Concepto	Descripción	Cumple	Observaciones
1. Despliegue	Las páginas se despliegan rápido y sin dificultades técnicas	SI	
2. Peso	Se establecen normas internacionales por tiempos que demoran lo elementos en aparecer		
2.1 Medición de 5 segundos	Algo visible en pantalla	SI	
2.2 Medición de 10 segundos	Algo legible en pantalla	SI	

⁶ En el Anexo 1 se han recopilado una serie de “pantallazos” del sitio actual para referencia de esta sección.

⁷ Gobierno de Chile (2008). *Guía para el Desarrollo de Sitios Web Versión 2.0*. Recuperado el 30 de Mayo de 2011, del sitio Web Guía para el Desarrollo de Sitios Web - Gobierno de Chile - Versión 2.0: <http://www.guiaweb.cl/index.htm>

Concepto	Descripción	Cumple	Observaciones
2.3 Medición de 30 segundos	Pasan 30 segundos entre dar un click y navegar de una parte del sitio a otra	NO	Se observa por ejemplo, que para poder llegar al login de usuario registrado o registro de nuevo usuario se necesitaron 4 clicks-pantallas
3. Diagramación	Estructura básica de tres tablas		
3.1 Primera parte	Muestra Logo + Fecha + Menú	NO	No hay fecha, el menú no es claro y el logo principal es bastante menor en tamaño comparado con logos de los partners del sitio
3.2 Segunda parte	Muestra Secciones + Contenido	NO	Las secciones del sitio se presentan hasta después de 5 pantallas. Las secciones se encuentran ubicadas en la lateral izquierda, muy por debajo del área de lectura recomendada
3.3 Tercera parte	Pie de página con la información corporativa	NO	Cuenta con información, pero al no tener Hypervínculos para información adicional o envío de correo se considera que no cumple con el criterio.
Concepto	Descripción	Cumple	Observaciones
4. Tecnología Flash			

4.1 Utiliza Flash	Uso e integración de link de descarga de plug in	SI	
4.2 Tiene Versión HTML		NO	
5. Uso de Frames	Solo en casos especiales	SI	
6. Imágenes fondo	No usar imágenes de fondo	SI	
7. Interoperabilidad	Considera el uso de plataformas móviles	NO	
8. Validación HTML y CSS	Se utilizó la herramienta online de la W3C , evaluando 6 páginas del sitio, para detectar errores y en su caso advertencias de posibles problemas		
8.1 Validación HTML		NO	Errores: 413 Advertencias: 53
8.2 Validación CSS		NO	Errores: 51 Advertencias: 671
8.3 Consistencias de los Links		NO	Errores: 79

B. Diseño para Accesibilidad: Este criterio está relacionado con el desarrollo de contenidos y herramientas dentro del sitio, para personas con algún tipo de discapacidad física. El sitio en cuestión, **no** contempla ningún tipo de contenidos o herramientas para este tipo de usuarios

C. Diseño de Experiencia de usuario: El objetivo básico de la experiencia de usuario es que cada persona encuentre lo que está buscando de manera simple y regrese a seguir utilizando el sitio. La mejor forma de entender este concepto es a través de los test de usabilidad:

Conceptos de Usabilidad		Cumple	Observaciones
Identidad Corporativa			
1	¿La portada del Sitio refleja la identidad y pertenencia de la institución?	SI	Se da muy poca información
2	¿Existen elementos de la imagen corporativa de la institución en la Portada de su Sitio? ¿Se repiten en todas las páginas?	NO	
3	¿El logotipo de la institución ha sido incluido en un lugar importante en la Portada y en las páginas interiores del Sitio?	NO	Se encuentra presente en la portada, sin embargo se pierde dentro de las páginas subsecuentes
4	¿Todas las páginas cuentan con un título que indique el nombre de la institución e información de contactos virtuales y físicos al pie de la página?	NO	Solo algunas páginas lo muestran
Navegación			
1	¿El diseño del Sitio es eficiente, rápido e intuitivo?	NO	
2	¿Aparece el menú de navegación en un lugar destacado? ¿Se ve fácilmente?	NO	
3	¿Verificó la consistencia de todos los enlaces?	NO	
4	¿El Sitio cuenta con un mapa o buscador que facilite el acceso directo a los contenidos?	NO	
5	¿El Sitio mantiene una navegación consistente y coherente en todas las pantallas?	NO	Inclusive uno de los principales problemas que tiene el sitio es que está construido sobre dos plataformas distintas, por lo tanto no existe consistencia entre diversos puntos del sitio
Visibilidad del estado del sistema			
1	¿Se informa al usuario claramente el área del Sitio que está visitando?	NO	

Conceptos de Usabilidad		Cumple	Observaciones
2	¿El Sitio Web diferencia entre enlaces visitados y enlaces por visitar?	NO	
3	En caso de servicios o trámites en línea, ¿ofrece información de cuántos pasos faltan para terminar?	NO	
Consistencia y cumplimiento de estándares			
1	¿El HTML del Sitio ha sido validado satisfactoriamente según w3c.org?	NO	
2	¿El o los archivos de Hojas de estilo (CSS) han sido aprobados según w3c.org?	NO	
3	¿Comprobó la consistencia de Links usando el verificador de w3c.org?	NO	
Estética y Diseño			
1	¿Usa jerarquías visuales para determinar lo importante con una sola mirada?	NO	Existe un problema muy serio con las jerarquías visuales, en general las páginas son muy “sucias” y sin estos elementos, terminan por ser muy cansadas para la lectura y complejas para la comprensión
2	¿Las imágenes tienen tamaños adecuados que no dificultan el acceso a las páginas?	NO	
3	¿Las imágenes tienen etiqueta ALT en el código HTML para facilitar la navegación?	NO	
Ayuda ante errores			
1	En caso de errores de consistencia dentro del sitio, ¿se ofrece un mensaje de personalizado mediante una página explicativa?, (Por ejemplo: Error 404 para página inexistente)	SI	

Conceptos de Usabilidad		Cumple	Observaciones
2	¿Entrega información de contacto fuera de Internet? (Por ejemplo: teléfono institucional, fono 600, mesa de ayuda, OIRS)	SI	
3	¿Ofrece área de Preguntas Frecuentes con datos de ayuda a usuarios?	NO	
4	¿Ofrece páginas de ayuda que explican cómo usar el Sitio?	SI	Si bien es cierto que existe, dicha página no funciona; en la revisión hecha, se encontró que los esquemas visuales y gráficos usados para explicar las principales funciones del sitio, no corresponden al diseño del mismo, además se encontraron partes con mezclas de idiomas español e inglés
Retroalimentación			
1	¿Puede el usuario ponerse en contacto con el encargado del Sitio Web para hacer sugerencias o comentarios?	SI	
2	¿Funcionan correctamente los formularios de contacto?, ¿Ha probado cada uno de ellos?	NO	Se realizó una consulta en el mes de mayo de 2011 y hasta el momento (dos meses después) aún no se tiene respuesta
3	¿Hay alguien encargado de recibir y contestar estos mensajes?	NO	

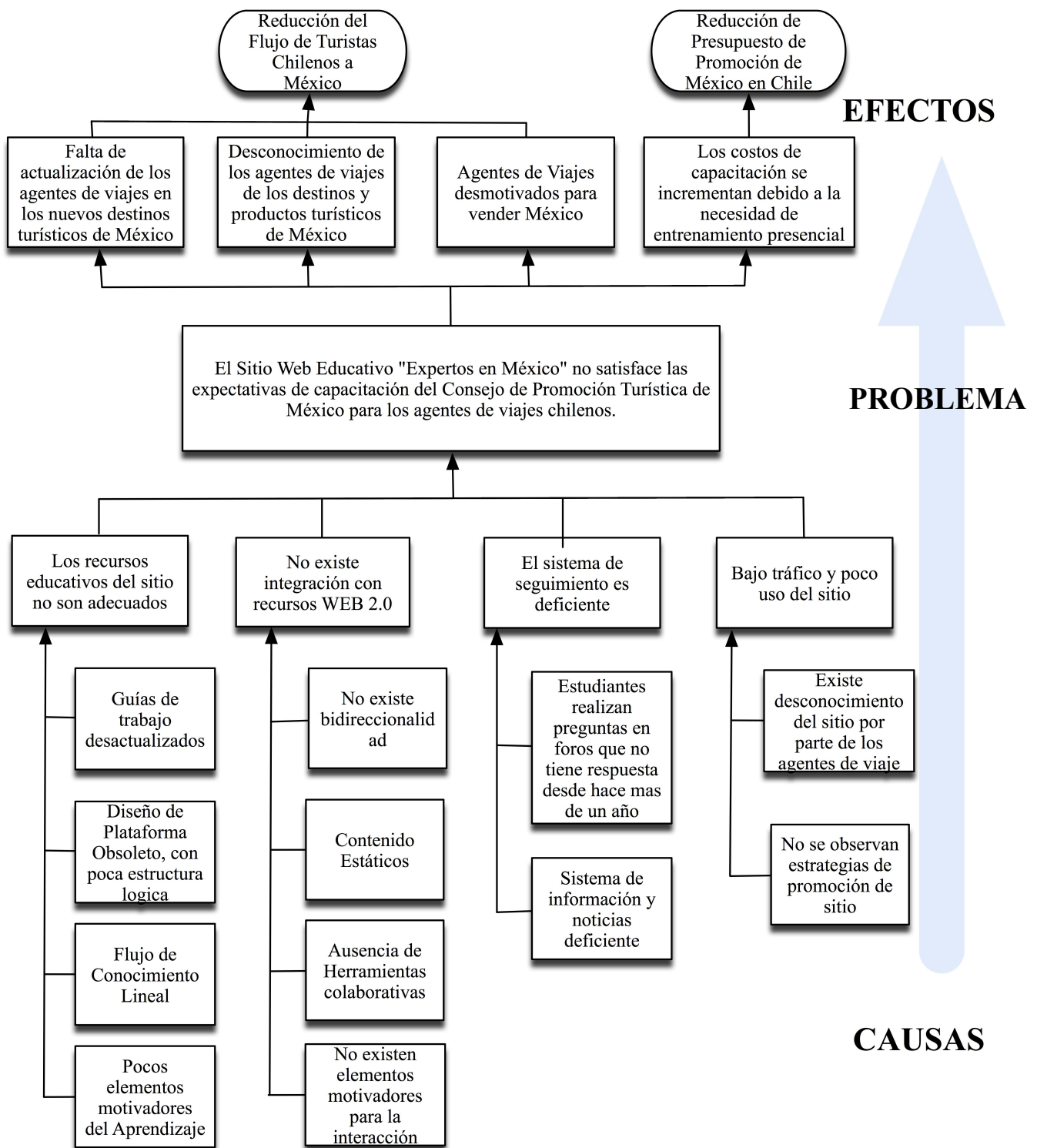
V. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

5.1 ANÁLISIS DE LOS INVOLUCRADOS

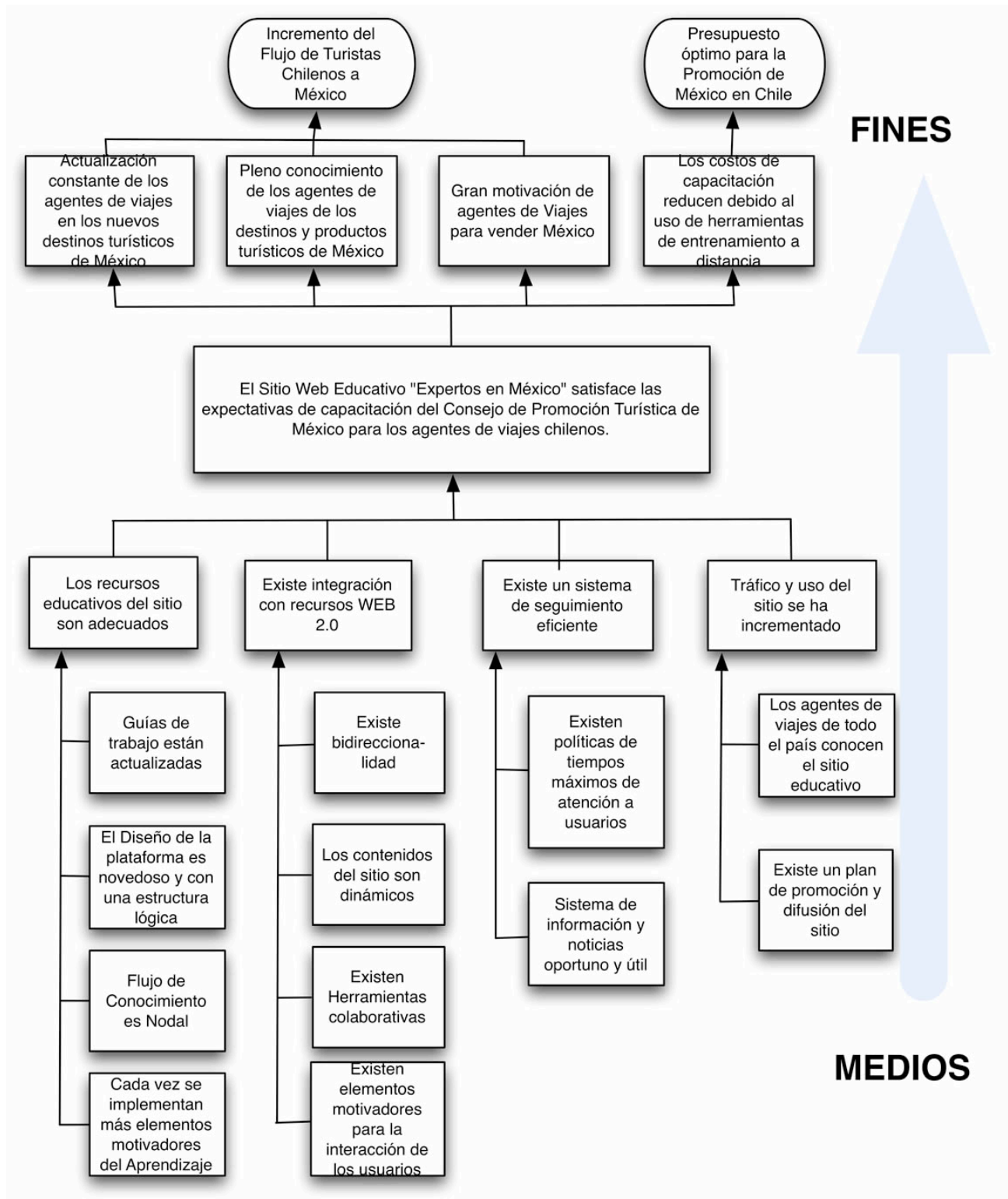
Parte Interesada	Características	Intereses & Expectativas	Potencialidades & debilidades	Implicaciones & Conclusiones para el Proyecto
Ministerio de Turismo de México	• Responsable de las políticas gubernamentales • Decisiones centralizadas en cuanto asignación de recursos	• Desarrollo económico de México a través de la actividad turística • Incremento del flujo de turistas a México	• Contribución: Dota de recursos tanto humanos, técnicos y financieros al CPTM para la realización tanto de las labores de promoción como de capacitación	• Apoyar las acciones de promoción y capacitación en beneficio del turismo a México
Consejo de Promoción Turística de México (CPTM)	• Responsable de la promoción turística • Responsable de la capacitación de los agentes de viajes • Prioridad orientada a Norteamérica	• Promocionar integralmente a México en los mercados internacionales y locales • Desarrollar alianzas estratégicas con los mercados locales • Desarrollar competencias en los agentes de viajes que favorezca el incremento en los flujos de turistas a México	• Cuenta con una estrategia de uso de tecnología educativa a distancia • Debilidades: Baja prioridad para el mercado Sudamericano • Contribución: Recursos financieros y plataforma actual de capacitación	• Líder del proyecto y ejecutor de los planes globales de capacitación para agentes de viajes en los mercados meta. • Apoyo en todas la fases del proyecto
SERNATUR	• Participa de manera importante en el desarrollo de la industria turística local	• Formar un programa de desarrollo integral de competencias para la industria turística	• Será sponsor del proyecto • Contribución: Ser el enlace con el gobierno chileno y con la industria local	• Socio estratégico para la implementación del proyecto

Parte Interesada	Características	Intereses & Expectativas	Potencialidades & debilidades	Implicaciones & Conclusiones para el Proyecto
Operadores Mayoristas (Chilenos y Mexicanos)	• Responsable del armado de los paquetes turísticos que venden los agentes de viajes • Interesados directos en acciones que apunten al incremento de las ventas	• Personal capacitado que permita la apertura de nuevas rutas y productos	• Soporte y apoyo general tanto para el desarrollo de contenidos como para el proyecto total • Contribución: Patrocinadores de especies que se incorporarán como elementos motivacionales del proyecto	• Facilitar el acceso a la información necesaria, tanto en el ámbito de los destinos y productos, como de la industria local • Apoyo en la gestión de los procesos de capacitación
Agentes de Viajes	• Público primario del proyecto • Gran brecha de conocimiento de México	• Contar con herramientas sólidas que favorezcan su desempeño laboral • Deseo de superación personal	• Involucrados directos con el cliente final, conocimiento de sus necesidades y expectativas • Contribución: Mejora continua del proyecto a través de la retroalimentación constante; creación de contenidos a través de herramientas colaborativas	• Cumplimiento del programa de capacitación a distancia derivado de este proyecto

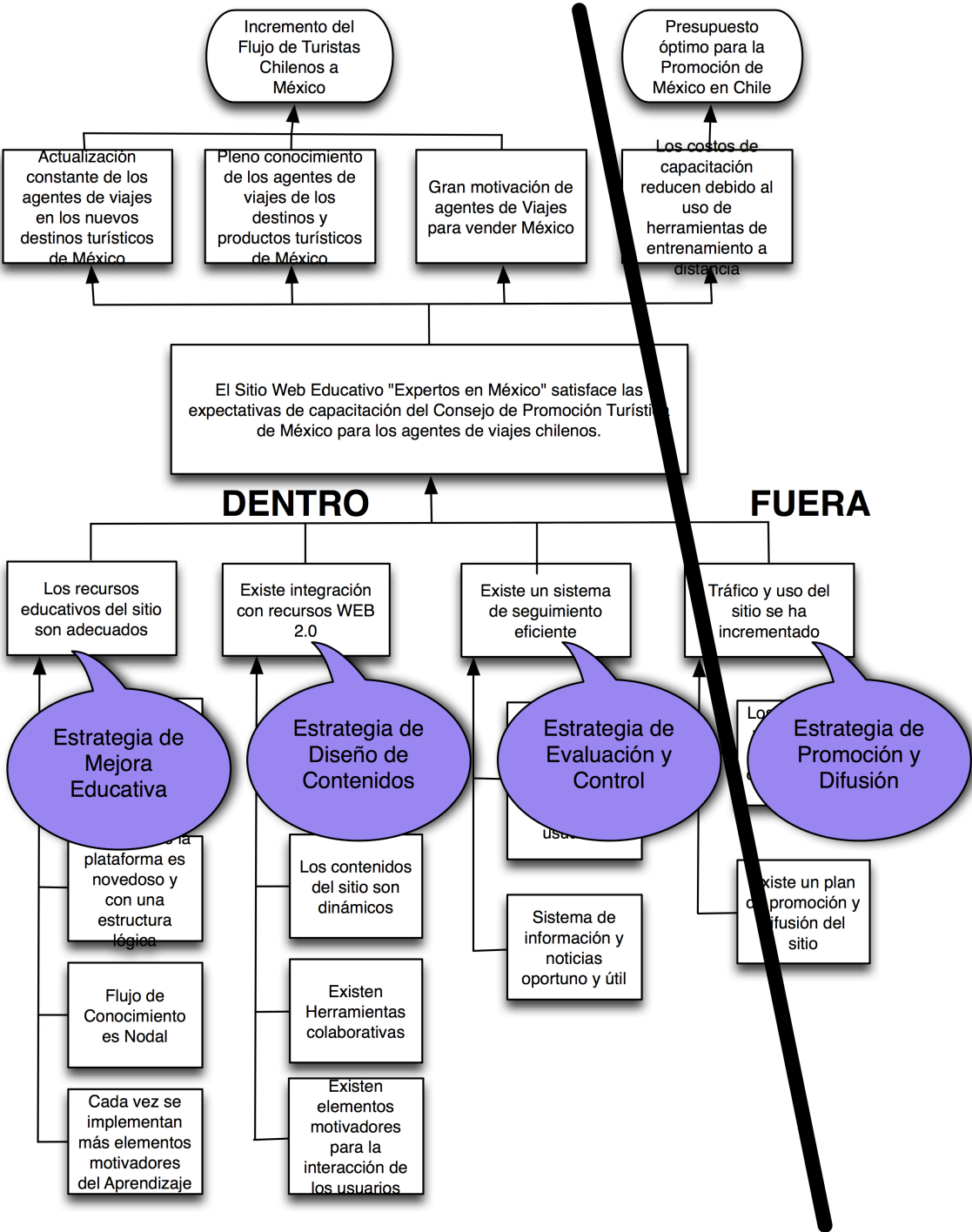
5.2 ÁRBOL DE PROBLEMAS



5.3 ÁRBOL DE OBJETIVOS



5.4 ÁRBOL DE ESTRATEGIAS



VI. ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN

6.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

6.1.1 OBJETIVO GENERAL

Rediseñar a nivel conceptual el sitio web educativo “Expertos en México” para que satisfaga las expectativas de capacitación del Consejo de Promoción Turística de México, para los agentes de viajes chilenos.

6.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dotar al sitio de recursos educativos motivadores y actuales
- Integrar al sitio herramientas 2.0 (facebook, wikis, youtube, wiggio, etc.)
- Desarrollar un sistema de seguimiento eficiente de las actividades realizadas por los participantes del sitio

6.2 PÚBLICO OBJETIVO

Agentes de viajes chilenos de todas las regiones del país, que estén involucrados o interesados en los destinos y productos de México y que deseen obtener una certificación como especialistas en México.

Adicionalmente y dado que el sitio es abierto para el registro a cualquier individuo, se considera como un público objetivo secundario, cualquier persona que desee conocer más acerca de México, sea agente de viajes o no.

ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN

MATRIZ DEL MARCO LÓGICO

Objetivos Globales	Lógica de Intervención	Indicadores objetivamente verificables	Fuentes de verificación	Hipótesis
	Incremento del flujo de turistas chilenos a México	Incremento de llegadas de turistas chilenos a México del 5% anual desde 2012 hasta 2020	Sistema de Integral de Operación Migratoria	*Existe Presupuesto para mantener la plataforma educativa
Objetivo Específico	El Sitio Web Educativo "Expertos en México" satisface las expectativas de capacitación del CPTM para los agentes de viajes chilenos.	*100% de Cumplimiento de los programas iniciados por los Agentes *90% de satisfacción global a usuarios del sistema	*Ficha académica de cada usuario *Encuestas de satisfacción semestral de uso de plataforma	*Se mantiene la estrategia de promoción para el mercado
Resultados	1. Los recursos educativos del sitio son adecuados	*90% de score final al término de cada módulo * Participación del 50% en actividades colaborativas como foros, blogs y otros recursos de los medios sociales que se implementen, por parte de los usuarios durante 2012. Este indicador se incrementará en 5% cada año hasta el 2020	*Ficha académica de cada usuario	
	2. Existe integración con recursos WEB 2.0		*Ficha académica de cada usuario	*Se mantienen las políticas de innovación
	3. Existe un sistema de seguimiento eficiente	*100% de cumplimiento en tiempo de respuestas y seguimientos a usuarios no mayor a 48 horas	*Encuestas de satisfacción semestral de uso de plataforma	
Actividades				
	1.1 Actualización de las guías de trabajo educativas			
	1.2 Re-diseño de la plataforma web			
	1.3 Diseño de herramientas que favorezcan el conocimiento modal			
	1.4 Implementan elementos motivadores del aprendizaje			*Socios estratégicos apoyan el proyecto
	2.1 Integración de redes sociales aplicadas a la educación			
	2.2 Re-diseño de contenidos dinámicos			
	2.3 Implementación de herramientas colaborativas			
	2.4 Se implementan elementos que motiven la interacción de los usuarios			*Socios estratégicos apoyan el proyecto
	3.1 Se establecen políticas de atención a usuarios			
	3.2 Se desarrollan dinámicas de producción de información y noticias del sitio			

VII. PROPUESTA DE REDISEÑO

7.1 DESCRIPCIÓN

La propuesta de rediseño conceptual para el sitio “Expertos en México” está compuesta por tres elementos estructurales que siguen una metáfora computacional, a saber:

- A. Hardware: Se le ha denominado de esta manera, a la columna vertebral sobre la cual está construido el sitio, son literalmente “los fierros” sobre los cuáles se sustenta o instala la plataforma, debe ser lo más robusto posible para sostener de manera confiable toda la actividad, pero al mismo tiempo deberá ser lo suficientemente flexible para poder crecer o tener “upgrades” cuando sea necesario.
- B. Software: Se considera como todos los contenidos que permiten la interacción del equipo con el usuario final, la llamada “interfaz” del usuario. Si bien es cierto que en términos de cantidad y en algunos casos, de calidad de contenidos, el sitio funciona con relativo éxito, se requiere un trabajo muy fuerte en la presentación y adecuación de los contenidos utilizando tecnologías que ayudan y fomentan el proceso de construcción de conocimientos, es decir una reingeniería profunda en la interfaz actual.
- C. Periféricos: En computación, son aquellos elementos que potencian la interacción del usuario con el equipo y le ayudan a obtener mayor rendimiento del mismo; en este caso, los periféricos, se conciben como todas aquellas herramientas que arropan y potencian el objetivo general del sitio y en algunos casos inclusive, pueden fungir como puente entre usuario y sistema. Todos estos elementos son tanto internos como externos, pero tienen la característica de requerir una interacción, interdependencia y conectividad entre el hardware, el software y el Usuario.

7.2 HARDWARE

Es fundamental la realización de una nueva construcción de hardware para el sitio “Expertos en México”. Como se mencionó en la evaluación realizada, uno de los principales problemas es la falta de unidad en la construcción del sitio, ya que se encuentra diseñado y de hechos desarrollado y hospedado en plataformas distintas, lo que provoca una falta de coherencia y consistencia entre las distintas páginas del sitio.

En este sentido, la recomendación es la utilización y adecuación de manejadores de contenidos y este caso en particular, de sistemas de manejo de aprendizaje o LMS ⁸. Puntualmente se habla del LMS llamado “MOODLE” ⁹. Este manejador tiene distintos elementos que resultan muy importantes tanto en aspectos de mejora técnica, como de adecuación y diseño así como de sustentabilidad y costo:

- A. Es un manejador gratuito que se distribuye con una licencia GNU Public License ¹⁰, que garantiza que no existe ningún costo relativo al uso del software en cuestión.
- B. Se distribuye como un Open Source ¹¹ lo que significa que todos los usuarios del software en cuestión pueden contar con el código fuente del mismo y con ello, realizar todas las modificaciones, adecuaciones y nuevos desarrollos, que consideren necesario, (sin pago de licencia alguna), siguiendo solo los lineamientos estipulados por la organización Creative Commons y que en el caso puntual de Moodle, la licencia denominada “Atribución 3.0

⁸ LMS siglas en inglés para Learning Management System

⁹ Moodle siglas en inglés para Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment (Entorno de Aprendizaje Dinámico Orientado a Objetos y Modular), http://docs.moodle.org/19/es/Acerca_de_Moodle

¹⁰ (2007). *GNU General Public License*. Recuperado el 27 de Junio de 2011, del sitio Web *The GNU General Public License v3.0 - GNU Project - Free Software Foundation (FSF)*: <http://www.gnu.org/licenses/gpl.html>

¹¹ (ND). *The Open Source Definition*. Recuperado el 27 de Junio de 2011, del sitio Web *Open Source Initiative*: <http://opensource.org/docs/osd>

Unported (CC BY 3.0)”. Esta licencia se encuentra en el anexo número 2, para su revisión.

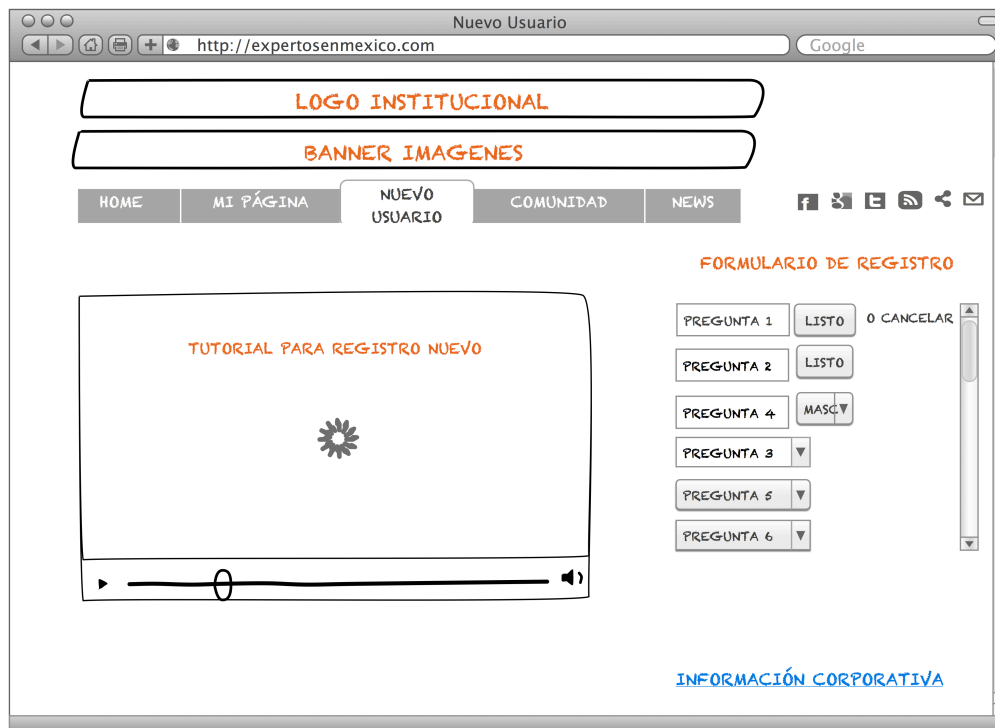
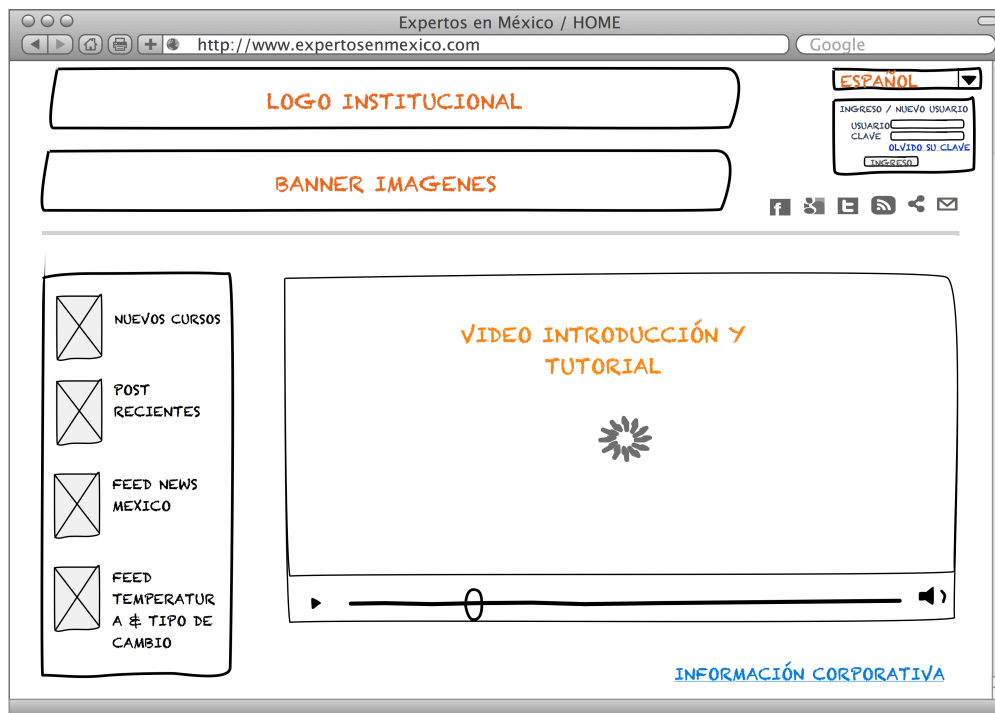
- C. La instalación, adecuación y adaptación del sistema es muy accesible para cualquier individuo que tenga conocimientos básicos en el manejo de sitios web.
- D. Sumado a lo anterior, existe una red bastante amplia de desarrolladores para Moodle con los cuales trabajar desde la instalación hasta la total implementación del manejador.
- E. De acuerdo con los desarrolladores de este manejador, existen más de 54,000 sitios en el mundo que utilizan este sistema, en más de 200 países, con más de 4.5 millones de cursos creados y con más de 44 millones de usuarios¹². Las estadísticas completas se presentan en el anexo 3

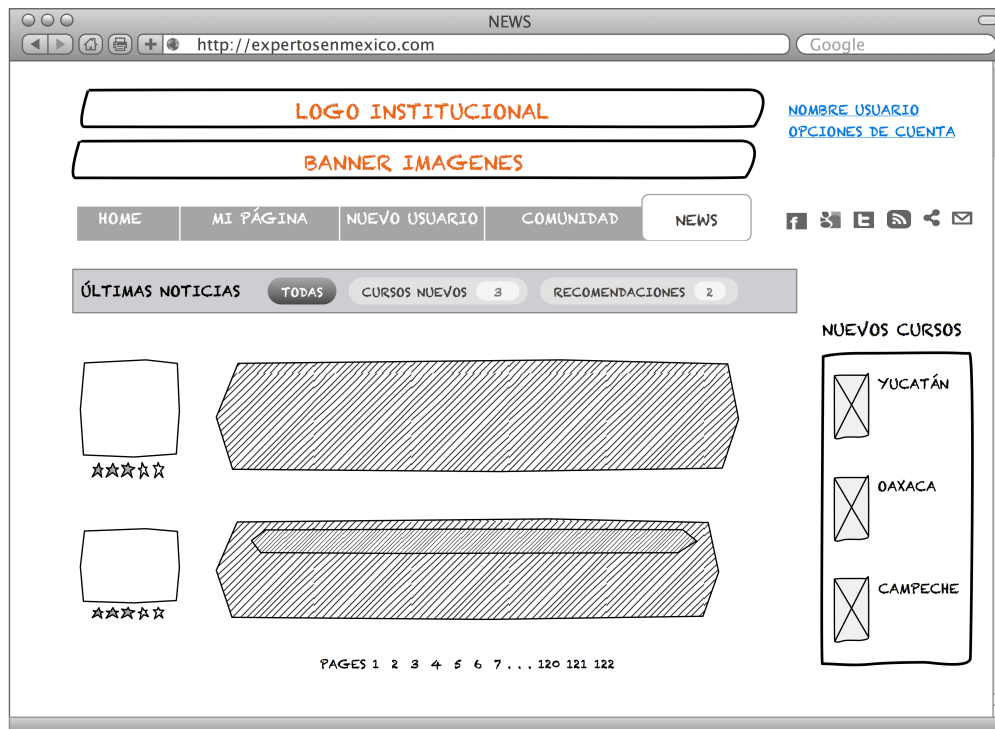
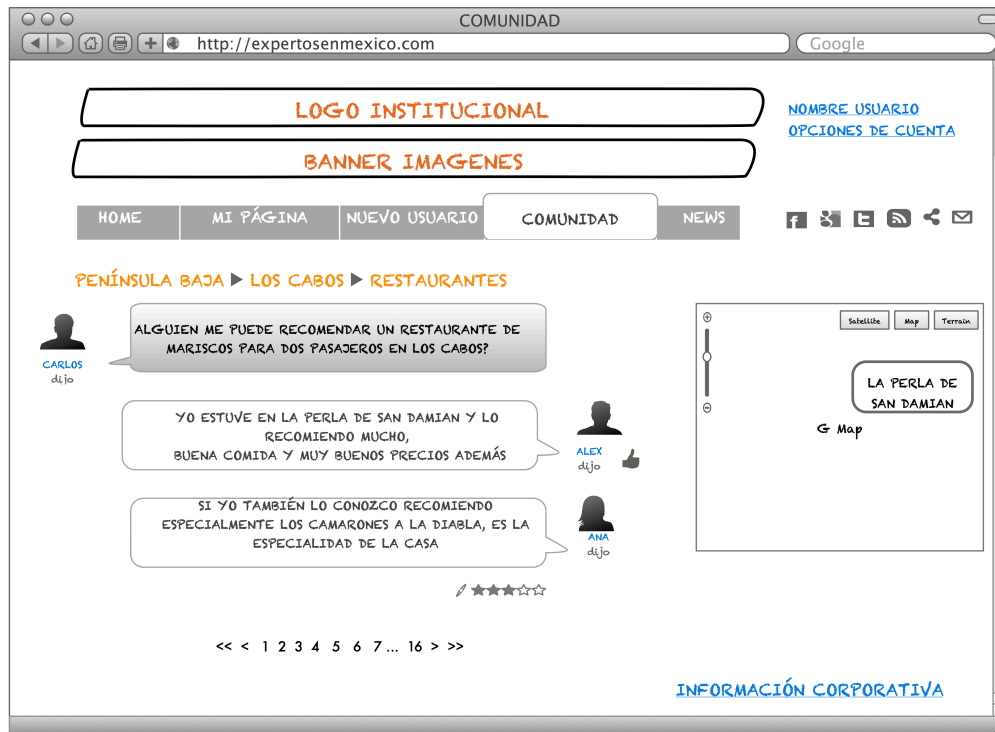
De igual manera se realizará un chequeo completo del sitio nuevo para asegurarse que se cumpla con los estándares de validación HTML, CSS y de consistencia de los links, de acuerdo con la W3C¹³.

De igual forma se trabajará en una nueva diagramación del sitio, que cumpla con los elementos básicos determinados por la Guía de Desarrollo de Sitios Web Versión 2.0 del Gobierno de Chile utilizando como punto de partida las siguientes estructuras:

¹² (ND). *Moodle Stats*. Recuperado el 27 de Junio de 2011, del sitio Web *Moodle*: <http://moodle.org/stats/>

¹³ El Consorcio World Wide Web (W3C) es una comunidad internacional donde las organizaciones miembro, personal y public en general, trabajan para desarrollar estándares Web. (2011). Sobre el W3C – W3C España. Recuperado el 14 de Julio de 2011, de <http://www.w3c.es/Consortio/>





7.3 SOFTWARE

Es necesario partir por mencionar que tanto el apartado de Software como el de Periféricos, se cruzan en algún momento, así que hay elementos que se enunciarán en ambas partes aunque con enfoque relativamente distinto. Para esta sección se han considerados dos grandes áreas de oportunidad: La malla curricular y la generación y reestructuración de contenidos.

LA MALLA CURRICULAR

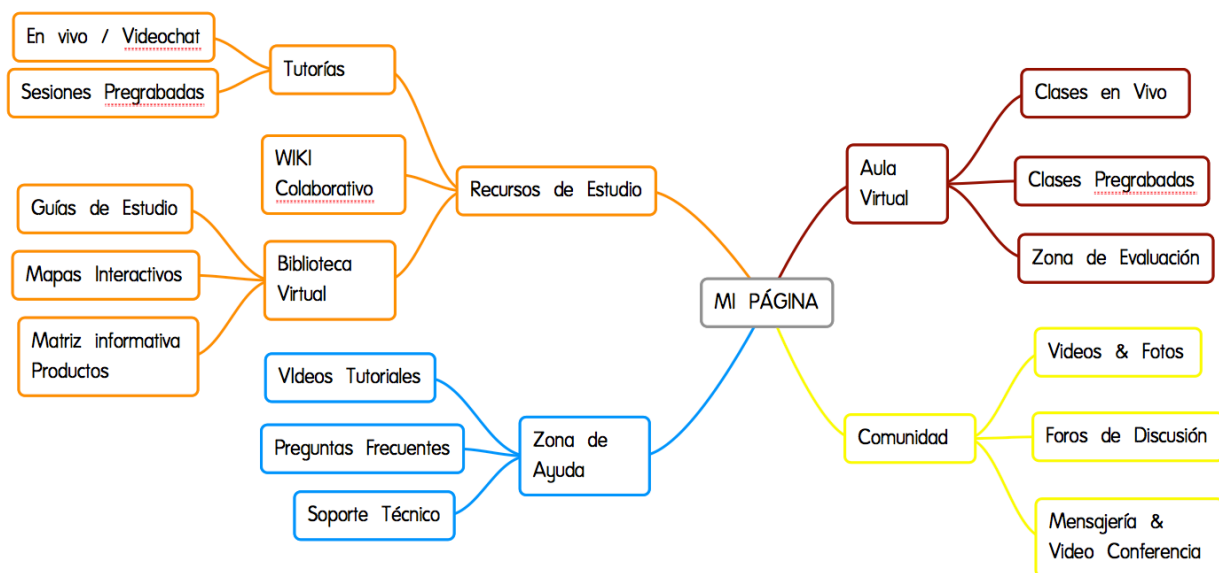
En lo que respecta a la revisión de la malla curricular actual, se observa que ésta tiene un énfasis en necesidades de mercados distintos al chileno, teniendo como resultado, contenidos innecesarios o insuficientes. Por lo anterior, se presenta una malla curricular que toma en consideración las necesidades reales de capacitación de los agentes de viajes chilenos, en relación a los productos y destinos que se mueven de facto en el mercado local, dicha malla estaría integrada de la siguiente manera:

	NOMBRE DEL CURSO	TIPO
1.	Uso de “Expertos en México”	Mandatorio
2.	México Básico	Mandatorio
3.	Caribe Mexicano	Mandatorio
4.	Península de Baja California	Mandatorio
5.	Pacífico Sur	Mandatorio
6.	Pacífico Centro	Mandatorio
7.	Tesoros Coloniales	Mandatorio
8.	Herramientas Sociales del CPTM	Optativo
9.	Centro de México	Optativo

10.	Golfo de México	Optativo
11.	Norte de México	Optativo
12.	Cómo vender México	Optativo
13.	Estado de Yucatán	Optativo
14.	Estado de Oaxaca	Optativo
15.	Estado de Campeche	Optativo

GENERACIÓN DE NUEVOS CONTENIDOS

Como se estableció en la evaluación previa del sitio, en términos exclusivamente de contenidos, los existentes (y que atienden a las necesidades del mercado) en este momento son relativamente adecuados, sin embargo se considera que aún no están explotados en todo su potencial, por ello se presenta el siguiente esquema donde se consideran nuevos contenidos y la reestructuración de algunos que ya están presentes en el sitio actual. Se han determinado cuatro grandes áreas de contenidos para el sitio, específicamente en el apartado denominado “Mi página”, espacio en el cual el usuario trabaja la mayor parte del tiempo. Estas áreas son: Aula Virtual, Recursos de Estudio, Comunidad y Zona de Ayuda



1. **Aula Virtual** : Se pretende crear este espacio donde el usuario tenga acceso a los cursos ofertados por el sitio. La intención es contar con clases video-grabadas, con las cuales los alumnos puedan tomar determinados cursos empaquetados previamente, en el momento y lugar que más les convenga y formatos “en vivo” donde el facilitador y usuario, a través de video-conferencias, interactúan en tiempo real. Es importante mencionar que todos los cursos, independientemente de ser en modalidad “En vivo” o “Pre-grabadas” se llevan a cabo a través de video-instrucción en

donde los usuarios reciben las lecciones por intermedio de un facilitador directamente en el aula virtual y accediendo a las guías de las lecciones a través de la biblioteca virtual. El tercer componente del aula virtual es la “Zona de Evaluación”, que como su nombre lo indica, tiene por objeto concentrar todos los elementos de evaluación y seguimiento del usuario tanto académicos como técnicos (en referencia a uso del sitio y en forma de encuestas de satisfacción).

2. **Recursos de estudio:** Esta sección será el depositario de todos los recursos que apoyarán la construcción de conocimiento del usuario. Se inicia por las “Tutorías” que tienen por objeto dar apoyo al usuario en caso de dudas o inquietudes de temas o puntos específicos que hayan quedado débiles después de las sesiones en el Aula Virtual. De igual forma, sirven como elementos de repaso, a utilizarse antes de las evaluaciones. Las “Tutorías” podrán ser “En vivo” utilizando sistemas de video-chat (como en las sesiones del aula virtual) en las cuales el facilitador o ayudante sostiene una conversación directa y uno a uno con el usuario. El segundo esquema es “Sesiones pre-grabadas” en donde el usuario plantea su inquietud a través de un buzón electrónico y el facilitador o ayudante, realizan la video-sesión, que después queda en el sitio para que ese usuario o cualquier otro la revise o descargue. El segundo elemento de los Recursos de Estudio es el “Wiki Colaborativo”. Para entender que es un wiki, tomamos la definición de Camus (2009) en donde lo define como: *“Wiki es una palabra que deriva del hawaiano wiki wiki, que significa “rápido”. Es un tipo de sitio web que permite a los usuarios la posibilidad de crear, editar, o modificar el contenido de una página web, de una forma interactiva, fácil y rápida”*. El “Wiki Colaborativo” permitirá construir y administrar conocimiento, recomendaciones, tips y en general información útil sobre temas puntales de México, generando una interacción total entre usuarios y administradores del sitio. El tercer elemento de los Recursos de Estudio es la “Biblioteca Virtual” compuesta a su vez por tres secciones, las “Guías de estudio”, “Mapas” y “Matriz de Productos”. Las “Guías de estudio” son los contenidos de cada una de las sesiones del Aula Virtual (En vivo o pre-grabadas) y que el usuario podrá tener previo a las sesiones para ayudarse en el proceso. Estas guías están estandarizadas a los contenidos base de cada lección, sin embargo, se irán actualizando de manera dinámica con la ayuda de las sesiones en vivo, las sesiones de tutorías y

el wiki colaborativo. En segunda instancia están los mapas de todo México, de los destinos y ciudades en específico, con información geográfica, de servicios (ubicación de hoteles, restaurantes y servicios complementarios) e información carretera, líneas de autobuses y rutas aéreas locales e internacionales. Finalmente la “Biblioteca Virtual” se complementa con una matriz interactiva de Destino-Producto-Atributos, por medio de la cual, los usuarios podrán encontrar la mezcla o mix idóneo de acuerdo a las necesidades puntuales de cada pasajero que tengan. El sitio actual cuenta con esta matriz que se obtiene en una guía descargable-estática, la idea es que dicha matriz sea dinámica y por ende se pueda ir actualizando de manera más eficiente y rápida y con consultas online sin necesidad de descargar archivos.

MATRIZ ACTUAL

DESTINO	ENTORNO		AMBIENTE					ATRACCIONES					ACTIVIDADES									
	Interior	Costero	Colonial Española	Cultura Indígena	Área Urbana	En las Montañas	Sitios Arqueológicos	Museos	Mercados/Festivales	Compras	Arte/Idiomas	Spas	Hoteles	Grupos/Convenciones	Vida Nocturna	Golf	Tenis	Buques/Yachting	Surfing	Deportes Acuáticos	Pesca/Caza	Reserva Natural o de Aves
Acapulco		X			X		X					X	X	X		X	X				X	
Cancún		X					X			X			X	X	X	X	X				X	
Chihuahua (Estado)	X		X	X			X	X				X	X								X	X
Coahuila (Estado)	X		X		X					X			X								X	X
Copper Canyon	X		X	X		X																X
Cozumel		X					X			X			X									X
Cuernavaca/Morelos	X		X	X	X		X	X		X	X		X			X	X					X
Guadalajara/Chapala	X		X		X			X	X	X	X		X	X		X	X					X
Guanajuato	X		X				X	X	X	X	X		X	X								
Guaymas		X											X				X	X				X
Hidalgo (Estado)	X		X	X			X	X	X		X						X					X
Huatulco		X				X						X				X	X			X		
Ixtapa/Zihuatanejo	X									X			X	X		X	X			X	X	X
La Paz					X								X									
Loreto	X		X			X							X			X	X					X
Los Cabos		X								X			X		X	X	X	X	X	X	X	X
Manzanillo		X				X							X		X	X	X			X	X	X
Mazatlán		X											X		X	X	X			X	X	X
Mérida	X		X	X	X		X	X	X	X	X		X	X	X	X	X					X
Mexico City	X		X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X					X
Michoacán (Estado)	X		X	X		X		X	X	X	X		X	X	X							X
Monterrey	X		X	X	X								X	X	X		X				X	
Oaxaca City	X		X	X			X	X	X	X			X									X
Puerto Escondido		X				X							X					X	X			X
Puerto Vallarta		X	X							X	X		X	X	X					X	X	X
Riviera Maya	X		X	X	X		X	X				X				X	X			X	X	X
San Miguel de Allende	X		X						X	X	X											X
Sonora State	X	X	X	X		X		X				X					X		X	X	X	X
Tamaulipas (Estado)	X	X	X	X	X		X	X				X		X						X	X	X
Tampico	X	X	X	X		X		X				X					X		X	X	X	X
Taxco	X		X				X	X									X		X	X	X	
Veracruz (Estado)	X	X	X	X		X	X	X				X	X				X		X			X
Zacatecas (Estado)	X		X			X		X														

© 2009 Destination Ventures Ltd. Todos los derechos reservados.

3. **Comunidad:** De acuerdo con todos los preceptos de uso Web 2.0 rescatados de autores como Camus (2008) o Cobo y Pardo (2007) una de las principales características es la interacción del

usuario con el espacio web y la generación y creación de contenidos desde el usuario a la web. Es por ello que se ha decidido que la sección de Comunidad integre distintos elementos que le permitan al usuario interactuar con otros usuarios y con el mismo sitio, se comienza con una subsección que tiene la intención de funcionar como un espacio de recomendaciones, la cual integraría herramientas tipo Youtube ¹⁴ y FLickr ¹⁵ para que los usuarios puedan compartir con sus pares la experiencia real que han tenido con los distintos destinos y productos de México a través de videos y fotografías personales. La segunda área será un foro de discusión a través del cual se puedan tratar temas diversos entre los usuarios, desde preguntas sobre destinos, productos, atracciones, así como intercambiar información de promociones y datos que ayuden en la labor de venta. Finalmente se creará un apartado para que los usuarios puedan establecer contacto directo entre ellos, a través de la plataforma del sitio por medio de mensajería instantánea y video conferencia. Tanto el foro de discusión como la mensajería instantánea y video conferencia utilizarán la herramienta de comunidades virtuales denominada Wiggio ¹⁶, la cual se integrará al sitio.

4. Zona de Ayuda: Este apartado tendrá la función de concentrar toda la información necesaria para ayudar al usuario con el uso del sitio. La primera sección contendrá videos tutoriales de todas las funciones del sitio, la segunda sección será un FAQ, siglas en inglés para referirse al listado de preguntas y respuestas que proporciona la misma información para muchos usuarios. Finalmente existirá un área de soporte técnico 1 a 1 en vivo a través de uso de plataforma tipo chat, por medio de la cual, el usuario que después de revisar los tutoriales y consultar los FAQ's no haya encontrado lo que buscaba, pueda comunicarse directamente con los administradores del sitio. Se establece de igual manera una política de atención de usuarios que pretende dar un seguimiento

¹⁴ Youtube es una plataforma en línea que permite a los usuarios compartir videos a través de su red. <http://www.youtube.com>

¹⁵ Flickr es una aplicación para administrar y compartir fotografías en línea. <http://www.flickr.com>

¹⁶ Wiggio es una herramienta en línea gratuita que facilita el trabajo de grupos o comunidades a través de servicios de mensajería instantánea, chat online, video conferencias, intercambio de archivos, entre otros. <http://wiggio.com>

eficiente a las inquietudes de los mismos, por ello el tiempo de respuesta para una solicitud no deberá ser mayor de 48 horas.

7.4 PERIFÉRICOS

Como se indicó en la metáfora inicial, los periféricos tienen por objeto potenciar y eficientar la interacción del usuario con el equipo. En este mismo sentido, se ha buscado la integración de “periféricos” que mejoren la relación entre el usuario y el sitio y para ello, se ha pensado que los llamados “medios sociales”, definidos por Cobo y Pardo (2007) como: “...*aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social.*” En este sentido la propuesta incluirá el uso de la comunidad virtual **Wiggio** como se mencionó en el apartado de software, una página corporativa en **Facebook**¹⁷ a través de la cual se extenderá el alcance de promoción del sitio atrayendo nuevos usuarios y con ello cumplir una función de promoción e inclusive de publicidad para ser usada por los potenciales patrocinadores. Adicionalmente se ha contemplado la creación de una cuenta de **Twitter**¹⁸ que permitirá informar a los usuarios del sitio de manera inmediata, de todas las noticias, novedades, posts, y en general, de todos los contenidos nuevos que tenga el sitio. Se incorporará también una aplicación similar a **43thing**¹⁹, que permitirá que los usuarios establezcan objetivos educativos e intercambien con la comunidad sus progresos y nuevos desafíos.

Finalmente se buscará integrar al usuario del sitio con las aplicaciones para dispositivos móviles que ya existen actualmente denominadas “VIVE MÉXICO” y “MEXICO”, que en el caso de la segunda,

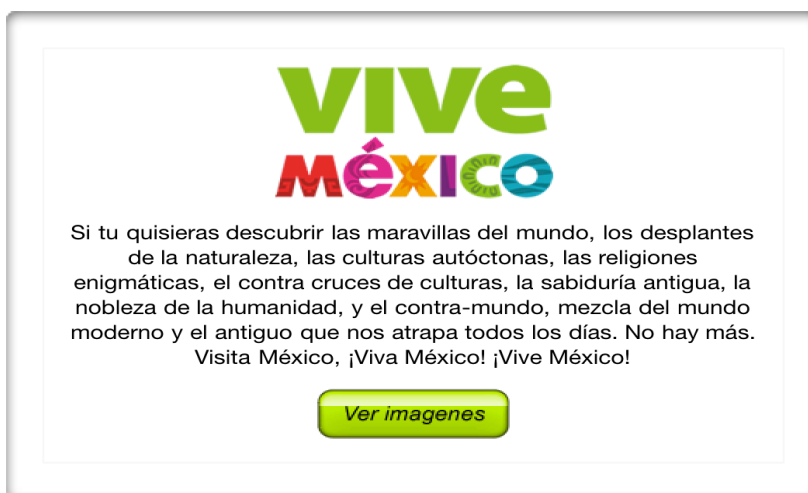
¹⁷ Sitio web de redes sociales con más de 600,000,000 de usuarios que tiene por objeto conectarlos familiares, amigos y socios y colegas de trabajo. Myers, J. (2011). *What is Facebook*. Recuperado el 11 de Julio 2011, de <http://www.wisegeek.com/what-is-facebook.htm>.

¹⁸ Twitter es una red de información de tiempo real que permite conectar al usuario con conversaciones de temas que le parezcan relevantes. (2011). *Sobre Nosotros*. Recuperado el 13 de Julio 2011, de <http://twitter.com/about>

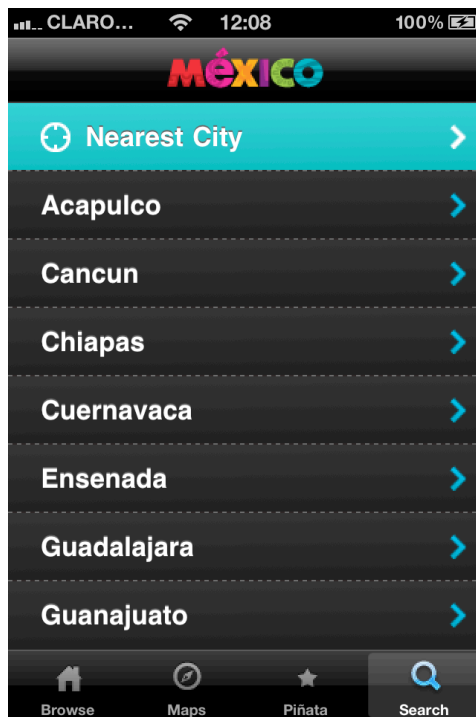
¹⁹ Red social que ofrece espacio para que los usuarios publiquen listas de objetivos, que son compartidas con otros usuarios que pueden sumarse a esos mismo objetivos o alentar al creador de la lista para que alcance la meta trazada. <http://www.43things.com/>

se realizará una adecuación de idioma, ya que se encuentra en inglés. Se anexan algunas pantallas de las aplicaciones para teléfonos inteligentes, como referencia :

APLICACIÓN ‘VIVE MEXICO’



APLICACIÓN “MÉXICO”



7.5 PATROCINADORES & SOCIOS ESTRATÉGICOS

En la búsqueda de una mayor viabilidad para este sitio educativo, se presentan a continuación cuatro posibles alternativas de “comercialización” del sitio que permita generar recursos para la mantención y actualización del sitio, a saber:



- A. Curso Optativo: Dirigido a los Destinos, Hoteles, Aerolíneas, Cruceros, Atracciones (parque temáticos, recorridos especiales, entre otros) en México, para la creación de un curso específico que se sume a la malla curricular actual, permitiendo con ello una interacción directa entre los productores del curso y los agentes de viajes, presencia y posicionamiento de marca, plan de comunicación con los usuarios para eventos, promociones especiales, ofertas, etc.
- B. Webinar ²⁰ : Oferta para los patrocinadores y socios estratégicos, para la realización del Webinar en donde se pueden ofrecer servicios de organización, promoción y registro de participantes,

²⁰ Conferencia a través de la Web

encuestas pre y post evento, bases de datos de agentes inscritos, grabación del Webinar y posterior incorporación a la sección de Recursos de Estudio

C. Presencia de Marca a través de Banners, Logos y ventanas emergentes

De igual manera, se recomienda implementar algunas estrategias con socios estratégicos, que apunten a la motivación de uso del sitio, por ejemplo:

- A. Campañas específicas de promoción según temporada, eventos especiales, festividades e intereses particulares, utilizando los mismos instrumentos de redes sociales e intercambio implementados en el sitio, por ejemplo, campañas a las mejores fotografías de México que se suban al sitio, patrocinado por alguna aerolínea, que regala al final del año dos pasajes para el usuario ganador, o premios al usuario mejor evaluado en términos de colaboración con otros usuarios por recomendaciones, respuesta de preguntas y apoyo en general para el proceso de construcción de conocimiento.
- B. Viajes de Familiarización: Se hace una invitación a un grupo de agentes de viajes, para que viajen a México y conozcan algunos de los destinos y tengan la oportunidad de vivir la experiencia que posteriormente venderán a sus clientes. Para la invitación a estos viajes se puede tomar como referencia a los usuarios con las mejores notas de los cursos, quienes tendrían la oportunidad de realizar el viaje.

7.6 PROPUESTA DE EVALUACIÓN

De acuerdo con el objetivo general y los objetivos específicos de este documento se presenta a continuación la matriz de evaluación propuesta:

Objetivo	Indicador	Fuente de Verificación
El sitio satisface las expectativas de capacitación del CPTM	90% de Cumplimiento de los cursos iniciados por los agentes	Ficha Académica del Usuario
	95% de satisfacción global	Encuestas Semestrales de satisfacción
Los Recursos Educativos del sitio son adecuados	90% score final al término de cada módulo	Ficha Académica del Usuario
Integración del sitio con recursos Web 2.0	Participación del 50% en las actividades colaborativas durante el 2012. Este indicador se incrementará en un 5% cada año hasta el 2020	Ficha Académica del Usuario
Sistema de seguimiento eficiente	100% de cumplimiento en tiempo de respuestas no mayores de 48 hrs.	Encuestas Semestrales de satisfacción

VIII. PROYECCIONES

Teniendo como experiencia directa en el pasado, el trabajo con el Consejo de Promoción Turística de México, se considera que un proyecto de esta naturaleza, que requiere para su creación e implementación muy pocos recursos ya que se pretende trabajar con plataformas gratuitas como se ha mencionado, que podría ayudar al cumplimiento de objetivos concretos de promoción para el mercado local y con el potencial para coadyuvar al ahorro de recursos que hoy se emplean en capacitación presencial, es completamente viable.

En otro sentido, este modelo podría ser perfectamente replicable para cualquier ente promotor de turismo de cualquier país que quisiera implementar una plataforma de capacitación en línea. Así mismo se considera que la replicabilidad podría ir más allá de la industria turística, aterrizando en prácticamente cualquier industria interesada en utilizar los medios de comunicación para construir conocimiento, es decir, utilizar soluciones mediales a problemas educativos.

IX. BIBLIOGRAFÍA

Calderón, C. (2010). *Soluciones Mediales. Modelo de Aprendizaje Activo Multimedios*. Pontificia Universidad Católica de Chile.

Camus, J.(2009). *Tienes 5 segundos*. Recuperado el 4 de Mayo de 2011, de <http://tienes5segundos.cl/>

Creamer, M. (2008). *It's Web 3.0, and someone else's content is king*. Recuperado el 9 de Mayo de 2011, de <http://proquest.umi.com.ezproxy.puc.cl/pqdlink?did=1467055961&Fmt=3&clientI+d=52738&cfc=1&RQT=309&VName=PQD>.

Cobo Romani, C.; Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flasco México. Barcelona / México DF. Recuperado el 9 de Mayo de 2011 de <http://www.planetaweb2.net>

CPTM.(2011). *Reporte de llegadas de turistas provenientes de Chile. Sistema Integral de Operación Migratoria*. Recuperado el 30 de Marzo de 2011 de <http://www.siiimt.com/wb2/>

EUROMONITOR INTERNATIONAL. (2010). *Tourism Flows Outbound - Chile*. Recuperado el 30 de Marzo de 2011, de <http://www.siiimt.com/wb2/>

FEDETUR. (2010). *Barómetro chileno del turismo*. Recuperado el 30 de marzo de 2011, de www.fedetur.org

Gobierno de Chile (2008). *Guía para el Desarrollo de Sitios Web Versión 2.0*. Recuperado el 30 de Mayo de 2011, del sitio Web Guía para el Desarrollo de Sitios Web - Gobierno de Chile - Versión 2.0: <http://www.guiaweb.cl/index.htm>

Marquès Graells, Pere. (2007). *La Web 2.0 y sus aplicaciones didácticas*. Recuperado el 17 de Mayo de 2011, de <http://www.peremarques.net/>

Myers, J. (2011). *What is Facebook*. Recuperado el 11 de Julio 2011, de <http://www.wisegeek.com/what-is-facebook.htm>.

OCDE.(2010). *Working Paper 21st Century Skills and Competences for New Millennium Learners in OECD Countries (EDU Working paper no. 41)*. Recuperado el 20 de abril de 2011 de <http://www.ite.educacion.es/>

Siemens, G. (2004). *Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age*. Recuperado el 20 de abril de 2011, de <http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm>

Unidad de Evaluación de la Oficina de Cooperación-EuropeAid. (2001). *Manual Gestión del Ciclo de Proyecto*. Recuperado el 20 de abril de 2011, de http://ec.europa.eu/europeaid/where/latin-america/regional-cooperation/urbal/documents/publications/pcm_handbook_es.pdf

UNWTO. (2011). *UNWTO World Tourism Barometer*. Recuperado el 12 de mayo de 2011 de <http://www.siimt.com/wb2/>

Wieczorek, C.; Legnani, W.(2010). *Pautas de calidad para la evaluación de sitios Web educativos*. Recuperado el 11 de Junio del 2011, de http://www.chubut.edu.ar/descargas/secundaria/congreso/TICEDUCACION/R1129_Wieczorek.pdf

ANEXO 1: PANTALLAS SITIO ACTUAL

1. Página de Inicio



2. Index Uno



¡Educación en-línea sin costo!



El Consejo de Promoción Turística de México ha desarrollado un **recurso interactivo de aprendizaje** para nuestros agentes de viajes, organizadores de reuniones y convenciones, y socios tour operadores; todos encontrarán un Campus lleno de conocimientos, recursos y consejos de ventas. El Campus de Expertos en Mexico le ayudará a **ganar confianza y obtener experiencia** para convertir a este destino turístico, en el de mayor popularidad y ganancias para su agencia.

Si usted apenas va a empezar a aprender sobre nuestro destino turístico por vez primera, o si ya es todo un experto en México, nuestros cursos le enseñarán los **innumerables atractivos, espectacular belleza y grandeza histórica que México tiene que ofrecer**, permitiendo que la venta de viajes a este destino turístico, sea una tarea sencilla. Desde 10,000 kms. de playas bañadas de sol, hasta sus 80 siglos de herencia cultural y esplendor, México es un país fascinante y fácil de explorar.

Complete este emocionante curso de estudio en línea SIN COSTO, y recibirá el estatus de “Especialista en México” con una serie de beneficios exclusivos, y nuestra Guía de Estudio completamente actualizada y a todo color de “Expertos en Mexico”(pdf). ¡Al terminar, recibirá un diploma certificando sus conocimientos, además de obtener otros beneficios, incluyendo una invitación tomar un viaje FAM!

El Programa Expertos en Mexico tiene buen sentido de negocios.

Programas adicionales:



BENEFICIOS del Programa Expertos en Mexico

Materiales del Curso: en nuestro campus interactivo, tendrá acceso inmediato a versiones electrónicas en formato (PDF) de toda la Guía de Estudio Expertos en Mexico a todo color (XI Edición), listos para enviar por correo electrónico, o imprimir para sus clientes.

Diploma a Color: Para obtener mayor credibilidad y reconocimiento de los clientes, los graduados recibirán su diploma cuanto terminan el curso.

Consumidores Prospecto: El Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) ofrece una base de datos en su página www.visitmexico.com, la cual le permite al consumidor buscar al “Experto en México” más cercano a su localidad.

Boletín Informativo/ Chat: Los usuarios del Curso pueden “chatear” con otros usuarios via nuestro innovador boletín informativo/salón de Chat, y además, le ofrece la oportunidad de expandir sus conocimientos y hacerse amigos con otros colegas agentes que venden México.

Haga click aquí para entrar al APRENDIZAJE EN LÍNEA Expertos en Mexico

Apoyo continuo y premios e incentivos adicionales a completar el curso.

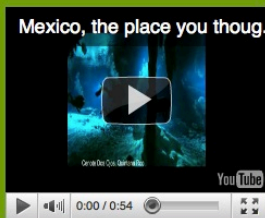
patrocinado por



3. Index 2



Bienvenidos al Centro de Aprendizaje en Línea del Consejo de Promoción Turística de México, 2011. Esta herramienta de aprendizaje basada en "la demanda", fue creada para nuestros socios en la industria turística, para capacitar a nuestros socios sobre la oportunidades múltiples vacacionales en nuestro país.



Los cursos presentan nuestra nueva "2011 Guía de Estudio" de 230 páginas a todo color para (disponibles sin costo, como archivos PDF), además de mapas interactivos, video continuo y exámenes para probar tus conocimientos sobre México.

Para graduarte y ganar el status y beneficios de un **Experto en México**, vas a necesitar completar el CURSO EXPERTOS EN MEXICO (REQUERIDO). Refiérase a la "Lista de Cursos" en la columna adyacente.

Vas a necesitar la versión más reciente de Adobe Flash Player, disponible aquí:



Una vez terminado, recibirás el status de "Experto en México" acreditado por el Consejo de Turismo, y beneficios exclusivos. Hasta recibirás un diploma a todo color para certificar tu maestría!

¿Tienes alguna pregunta o comentario? Envíanos un correo electrónico a: mexesp@destinationventures.com.



[Si es un usuario existente, haga clic aquí.](#)

Usuarios Nuevos:

Por favor regístrese haciendo click en la liga del curso que aparece en esta columna. Después de terminar el proceso "UNICO" de registro, la próxima vez que visites el campus, puedes entrar con tu Nombre de Usuario y Clave de Acceso.

Te recomendamos empezar con el Curso "EXPERTO EN MEXICO" **¡Buena Suerte!**

Elige un Curso:

[Expertos en México 2011 \(Comenzar aquí...Curso REQUERIDO\)](#)

[2011 Baja California \(Loreto, La Paz, Los Cabos- Opcional\)](#)

[2011 Ciudades de México y Guadalajara- Opcional\)](#)

[2011 Tesoros Coloniales \(Opcional\)](#)

[2011 Caribe Mexicano \(Cancún, Cozumel, Riviera Maya, Costa Maya- Opcional\)](#)

[2011 Pacífico Sur \(Ixtapa, Acapulco, Pto. Escondido, Huatulco- Opcional\)](#)

[2011 Pacífico Centro \(Mazatlán, Riviera Nayarit, Pto. Vallarta, Manzanillo- Opcional\)](#)

[2011 Estado de Yucatán- Opcional](#)

[2011 Estado de Oaxaca- Opcional](#)

[2011 Estado de Campeche- Opcional](#)

[Lección de Hotel: Emporio Ixtapa \(Opcional\)](#)

[Lección de Hotel: Marquis Los Cabos\(Opcional\)](#)

4. Login

Expertos en Mexico

¿Olvidó su contraseña?

Escriba la dirección de correo electrónico para la cuenta de usuario y le enviaremos la contraseña.

Correo electrónico: [Enviar](#)

Soy un nuevo usuario

Si todavía no está registrado con <http://mexesp.coursehost.com>, vuelva a la página principal para crear una cuenta de usuario o póngase en contacto con mexesp@destinationventures.com para obtener más información.

[Volver a la página principal](#)

¿Tiene problemas para iniciar la sesión?

Verifique el nombre de usuario y la contraseña:

- El nombre de usuario y la contraseña deben tener entre 6 y 50 caracteres.
- No utilice espacios o signos de puntuación.
- Puede utilizar letras mayúsculas o minúsculas, ya que la contraseña admite ambas.

Verifique su navegador:

- Internet Explorer (IE) versión 5.5+/Firefox 1+ (Windows 98+) o Netscape 7.2+/Firefox 1+ (MacOS X y Linux) le permitirán aprovechar las ventajas de las diversas características del sitio.

Si está utilizando una versión anterior, baje la versión actual desde el sitio Web del fabricante.

- [Bajar Internet Explorer](#) (Recomendado para usuarios de Windows)
- [Bajar Netscape](#) (Recomendado para usuarios de MacOS X)
- [Bajar Firefox](#) (Recomendado para usuarios de Linux)

Iniciar sesión (Usuarios registrados)

Nombre de usuario:

Contraseña: [Ir](#)

[¿Olvidó su contraseña?](#)

[Volver a la página principal](#)

5. Mi Página

Expertos en México
Expertos en México 2011 (REQUERIDO)

[Mi página](#) | [Terminar sesión](#)

**RECORDATORIOS**

Comienza dando un click en el boton "**Comenzar el curso.**" Una vez dentro de la lección, familiarízate con la **navegación del curso** (flechas en la parte central inferior). Esto te permitirá moverte entre ventanas de lección.

Una vez que estes dentro de una lección, revisa las ligas "**Materiales de Referencia**," "**Comunicación**" y "**Notas del alumno**" localizadas en el menu de la parte superior central.

Dentro de la "Biblioteca Digital" para este curso, tendrás acceso a la Guía de Estudio. Esto requerirá que tu computadora cuente con el programa Acrobat (version 8.0 o mayor; el cual puedes descargar de manera gratuita en www.adobe.com/acrobat). Con Acrobat la Guía de Estudio puede ser vista, impresa o guardada en tu escritorio para utilizarla en el futuro como herramienta para reclutamiento de clientes. Para ver nuestros videos, asegure que tenga la **versión más actualizada de Windows Media Player**. Copiar link abajo:
(<http://www.microsoft.com/windows/windowsmedia/download/AllDownloads.aspx>)

IMPORTANTE Tips para el Estudiante:

- Organiza tu tiempo para que puedas completar varias lecciones en cada sesión de estudio. Si interrumpes tus estudios, el sistema pondrá un "marcador" a tu progreso. Cuando te registres de nuevo en el curso, el sistema te llevará a la ventana en donde te paraste la ultima vez.
- Recuerda prender las bocinas de tu computadora.
- Haz click en la liga de "Ayuda" que se encuentra en la parte inferior derecha, para checar las instrucciones de navegación y requerimientos técnicos para tener una experiencia exitosa durante el curso en linea.
- Puedes anotar recordatorios y sugerencias en el area de "Notas del alumno" y así, tener apuntes a tu disposición al momento de realizar tus exámenes.

Para ponerte en contacto con nuestro centro de Soporte Técnico, envíenos un e-mail a mexesp@destinationventures.com.

Material de referencia

- [Biblioteca digital](#)
- [Visit Mexico](#)

Comunicación

- [Cartelera](#)
- [Calendario](#)
- [Noticias](#)
- [Conversación](#)

Requerimientos

Debe completar todas las clases para recibir el certificado de finalización del curso.

Este curso debe finalizarse el jun 29, 2011. Falta/n 19 días.

- [Ver el informe de puntuación](#)

Reanudar el curso

Clases



Orientación: [Realza tu Experiencia de Aprendizaje Finalizado](#)



Antes de Llegar: [Fundamentos para la Planeación de Viajes Activo](#)



Estando en Mexico: [Realizando la Experiencia](#)



Segmentos Especializados: [Herramientas y Consejos](#)

Notas del alumno

>>>5/30/2011<<< Bienvenidos
1.972.550 KM 14 LUGAR MUNDIAL 107.5 MILLONES / 11 MAS P...
[More](#)
>>>5/30/2011<<< Bienvenidos

Programa oficial 2011 del Consejo de Promoción Turística de México. Argentina TEL: (005411) 4139-6770; Brasil TEL: (005511) 3088-2129.
[Mi página](#) | [Ayuda](#)
Powered by MindFlash Tech (tm).

6. Ejemplo de Curso y Examen con resultados

Comunicacion, Recursos y Biblioteca Digital: >Repaso de los Destinos

Sección finalizada

Visite cada página de contenidos.

10Magic-BeforeYouGoPart1_2of2 (01:49 / 02:45)

Esquema

Imágenes en miniatura

Buscar

1. Clima

2. Diversidad Geografica

3. Geografia

4. Diversidad de Destinos: Baja Sur

5. Diversidad de Destinos: Baja Sur

6. Diversidad de Destinos: Mar de Cortés

7. Diversidad de Destinos: Pacífico

8. Diversidad de Destinos: Pacífico

9. Diversidad de Destinos: Pacífico

10. Diversidad de Destinos: Pacífico

11. Diversidad: Golfo de México

12. Diversidad: Golfo de México

13. Diversidad de Destinos: Caribe

14. Diversidad de Destinos: Caribe

15. Diversidad de Destinos en México

16. Revisión

Diversidad: Golfo de México



Veracruz/Costa Esmeralda : La ciudad del puerto de Veracruz fue el lugar del primer asentamiento de los Españoles en México en 1519. Lleno de tradición esta bulliciosa ciudad tiene una energía especial. Por las tardes y noches, sus plazas y jardines se llenan de vida con música, baile y entretenimiento. La mejor parte de sus playas se encuentra bajo la superficie, donde los buceadores pueden disfrutar del sistema de arrecifes del Parque Nacional de Veracruz y una

Veracruz cuenta tambien con hoteles de primera clase, centro de convenciones, centros comerciales y restaurantes exclusivos y únicos. Al norte de la ciudad, **Costa Esmeralda** es la joya de la Costa del Golfo y tiene más de 30 kilómetros de bellas costas, hoteles sencillos y placeres de bajo costo junto al mar.

DIAPPOSITIVA 11 DE 16

HAGA CLIC EN SIGUIENTE PARA AVANZAR

00:05 / 00:05

▶ ◀ ▶▶ ◀◀

🔍

Notas del alumno | Ayuda

Sección finalizada

Programa oficial 2011 del Consejo de Promoción Turística de México. Argentina TEL: (005411) 4139-6770; Brasil TEL: (005511) 3088-2129.

52

Comunicación, Recursos y Biblioteca Digital:
Examen
Anterior
Regresar al Examen

Ha completado esta sección.
Continuar el curso

Mensaje

Su puntaje en este cuestionario fue de 100%.

[Continuar](#)

Bienvenido a tu primer examen! A lo largo de cada lección encontrarás breves cuestionarios, seguidos por un examen final. Recuerda hacer click en el boton de "enviar" para que tu puntuación aparezca automáticamente, y en "continuar" cuando estes listo para pasar a la siguiente lección. Buena Suerte!

México es la sexta nación con mayor biodiversidad en el planeta.



☐ Verdadero
☐ Falso

El Programa Expertos en Me...
Expertos en México 2011 (R...
Expertos en México 2011 (R...

mexesp.coursehost.com/engine/academic/LesnPlay/Play.asp?uPK=107024&clD=C1ECA29C-7A87-450C-AE83-FB44872986A1&ft=1&n=0&d=7E060180&LID=2...

Crónicas
English
App Design
TV SERIES
Proyecto Laflux
Social Networks
Software
Mac Blogs
Korea
Health
Banks
Apple
Other Bookmarks

Página principal del curso

Ha completado esta sección.
Ha completado todas las secciones obligatorias en esta clase.
[Ir a la siguiente clase](#)

Resultado
✓ Examen [100%]

Ayuda

Programa oficial 2011 del Consejo de Promoción Turística de México. Argentina TEL: (005411) 4139-6770; Brasil TEL: (005511) 3088-2129.

7. Pantalla de foro de ayuda sin respuesta

www.mexesp.coursehost.com/engine/academic/LesnPlay/Play.asp?ft=1&n=5&LID=1&ky=gvC67wTFoU3UP_ZeQMj_6iVGh4LOe53Y

Crónicas English App Design TV SERIES Proyecto Lafuix Social Networks Software Mac Blogs Korea Health Banks Apple Other Bookmarks

Comunicacion, Recursos y Biblioteca Digital: Cartelera

Expertos en México 2011 (REQUERIDO) > asesoramiento [Views: 46 | Replies: 2]

Enviar #1 - 5/2/2010 9:33:51 AM **patricia aquino (Alumno)**
asesoramiento
necesito que lagien e explique como se utiliza la pagina??????????????

[Responder | Quote and Reply]

Enviar #2 - 6/28/2010 7:49:03 PM **Susana Lorenzinni (Alumno)**
Ayuda
Solicito Ayuda !
Preciso saber como funciona esta página y cómo obtengo el título al finalizar el curso?

Muchas Gracias.
Susana Lorenzinni
gilu10_2004@hotmail.com

[Responder | Quote and Reply]

Enviar #3 - 11/10/2010 3:45:39 AM **Estela Garcia (Alumno)**
asesoramiento
buen dia, no se si estoy haciendo algo mal, pero cuando voy al power point no me permite avanzar, no entiendo si el contenido de las diapositivas debo sacarlo de donde dice clases o de que lugar.
necesitaria si me explican como es el procedimiento para avanzar en el curso. desde ya muchas gracias

[Responder | Quote and Reply]

Enviar un nuevo mensaje

Asunto:

Mensaje:

• [Enviar](#)

[Ayuda](#)

Programa oficial 2011 del Consejo de Promoción Turística de México. Argentina TEL: (005411) 4139-6770; Brasil TEL: (005511) 3088-2129.

ANEXO 2: LICENCIA CREATIVE COMMONS



[Creative Commons](#)

Creative Commons License Deed

Atribución 3.0 Unported (CC BY 3.0)

Esto es un resumen fácilmente legible del [Texto Legal \(la licencia completa\)](#).
[Advertencia](#)

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra



hacer obras derivadas

hacer un uso comercial de esta obra



Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).

Entendiendo que:

Renuncia — Algunas de estas condiciones pueden [no aplicarse](#) si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor

Dominio Público — Cuando la obra o alguno de sus elementos se halle en el [dominio público](#) según la ley vigente aplicable, esta situación no quedará afectada por la licencia.

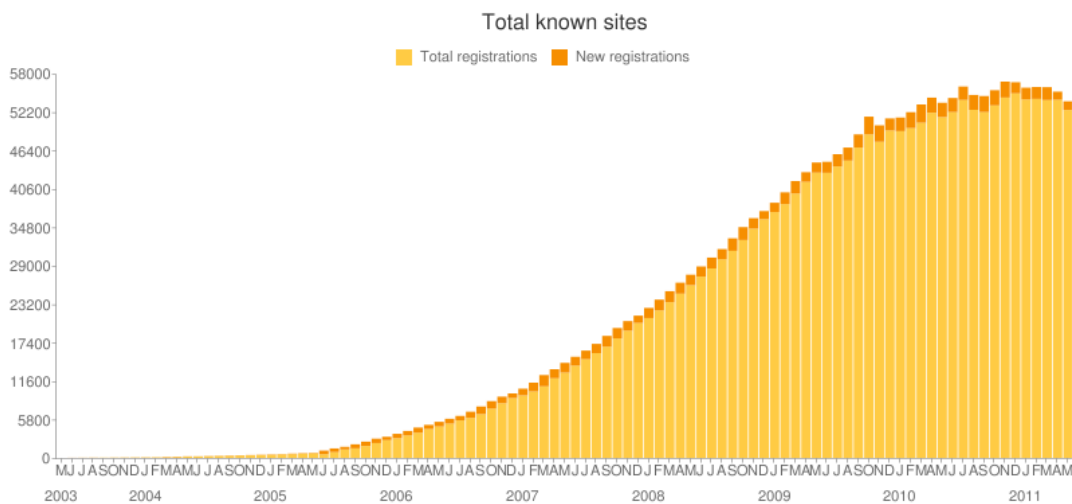
Otros derechos — Los derechos siguientes no quedan afectados por la licencia de ninguna manera:

- Los derechos derivados de [usos legítimos](#) u otras limitaciones reconocidas por ley no se ven afectados por lo anterior.
- Los derechos [morales](#) del autor;
- Derechos que pueden ostentar otras personas sobre la propia obra o su uso, como por ejemplo [derechos de imagen](#) o de privacidad.

- **Aviso** — Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar muy en claro los términos de la licencia de esta obra. La mejor forma de hacerlo es enlazar a esta página.

ANEXO 3: ESTADÍSTICAS DE USO DE MOODLE

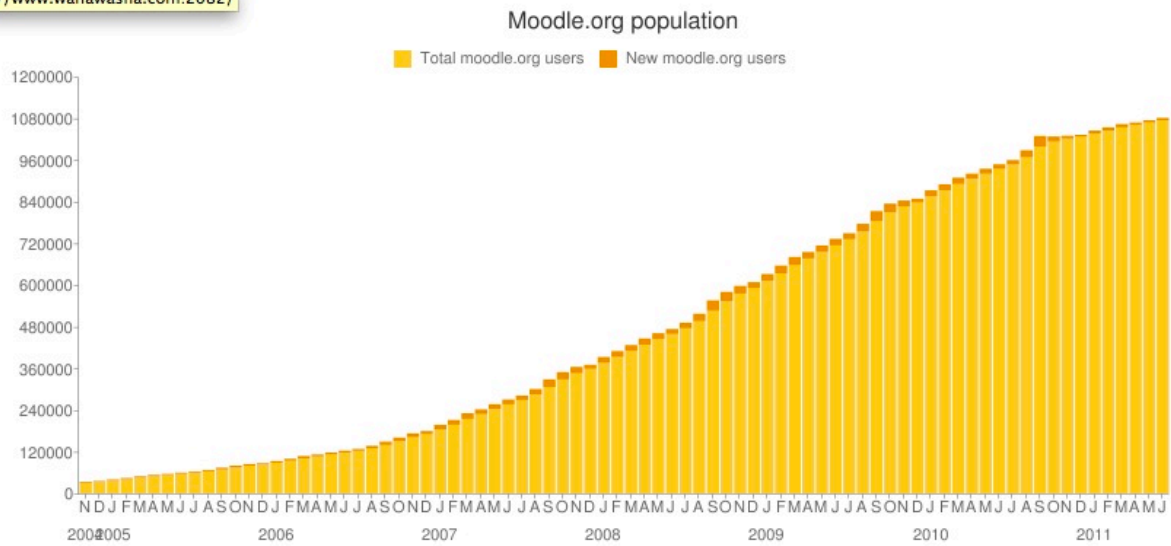
Moodle Statistics



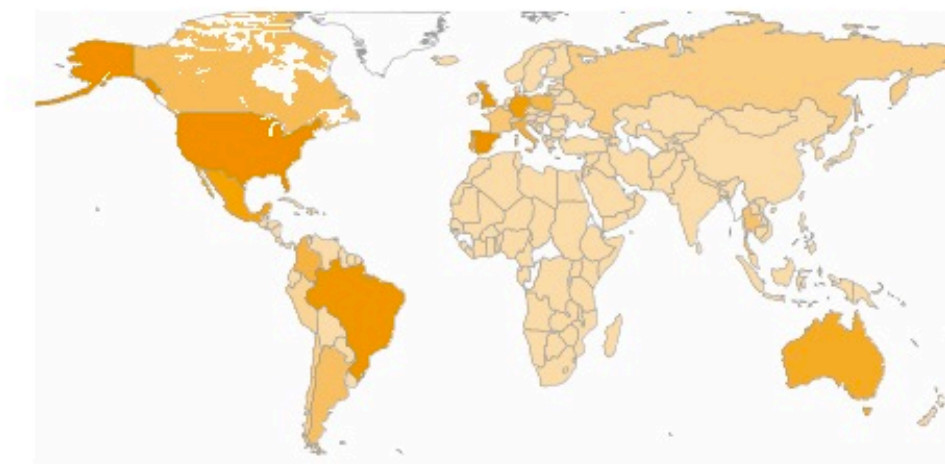
We perform [regular bulk checking of sites](#) to make sure they still exist, so occasionally you may see reductions in the count

Registered sites	54,312
Countries	212
Courses	4,588,088
Users	44,089,179
Teachers	1,116,659
Enrolments	18,993,209
Forum posts	76,416,790
Resources	40,370,023
Quiz questions	74,269,139

<http://www.wanawasha.com:2082/>



Registered users total:	1,076,301
New users in the past 24 hours:	257
Registered users accessed in past 24 hours:	967
Registered users accessed in past month:	11,996



Country	Registrations
United States	9,831
Spain	4,970
Brazil	3,895
United Kingdom	3,426
Germany	2,551
Mexico	2,038
Portugal	1,849
Australia	1,494
Colombia	1,368
Italy	1,366

Top 10 from registered sites in 212 countries

ANEXO 4: EJEMPLOS DE PROPUESTA GRÁFICA

