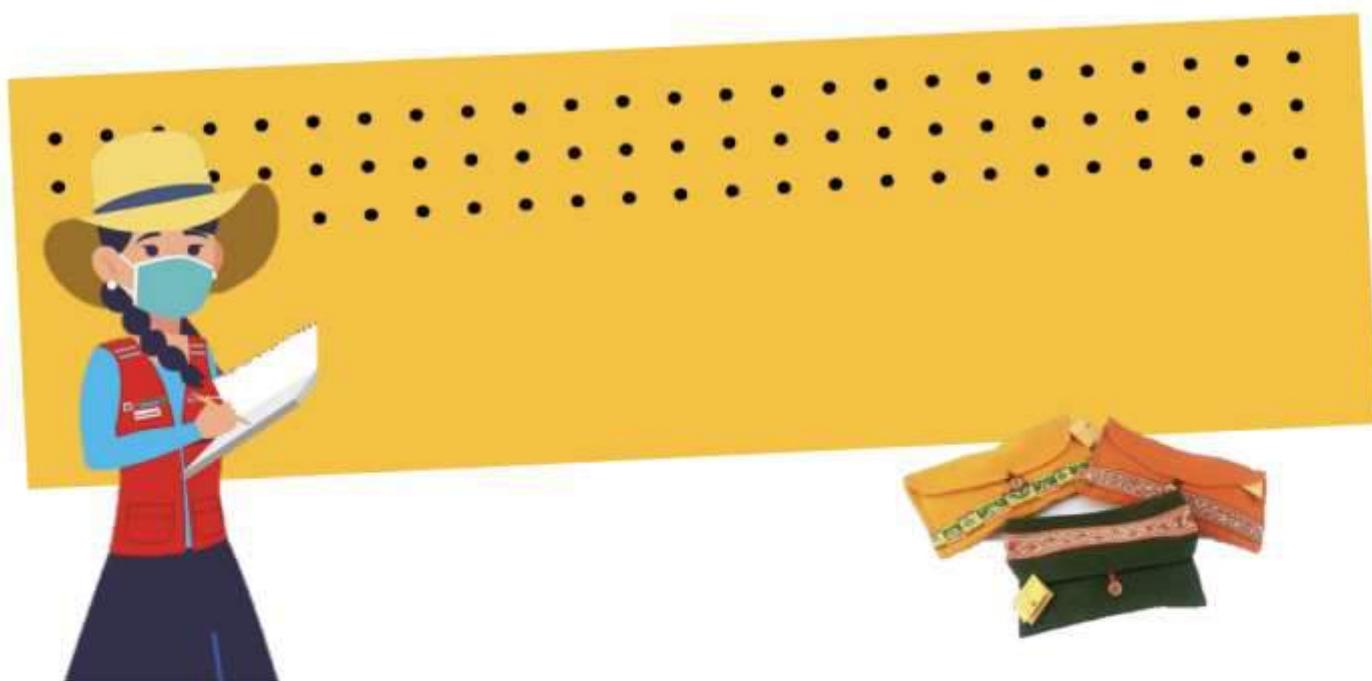
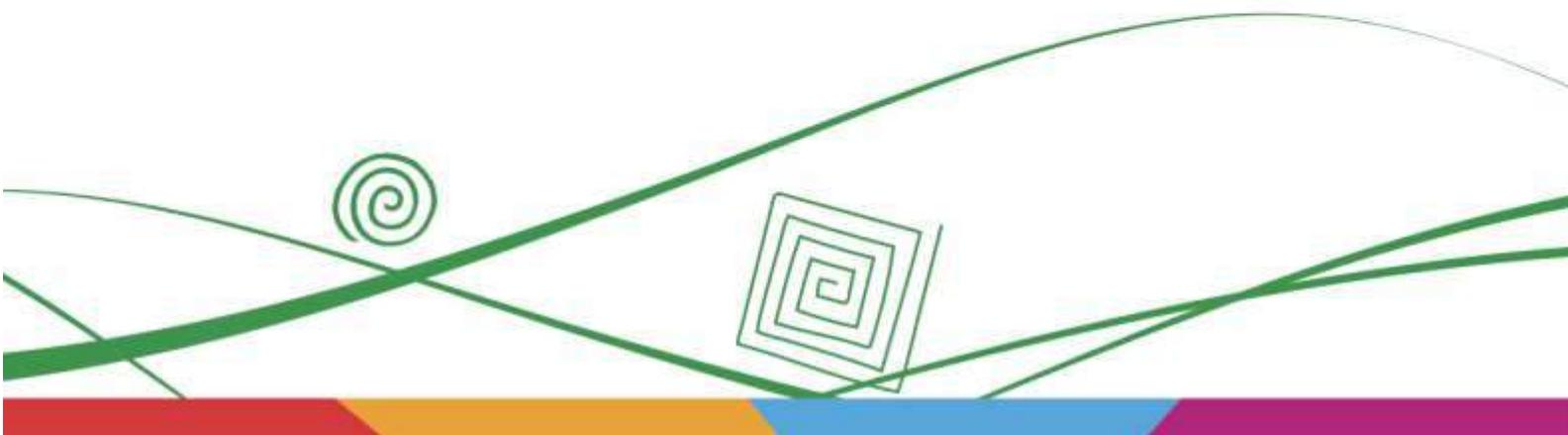


# ARTÍCULOS TEXTILES EN BASE A TEJIDO ARTESANAL ANDINO



## Unidad 1

**Cusco**



Estos materiales para guiar la formación técnica han sido elaborados por docentes del área de Educación para el trabajo de las secundaria Horizontes, los directivos y docentes de los CETPROS y/o por expertos temáticos que dieron guía y soporte a estos diseños en base a fuentes de internet y fuentes locales sobre las que tenían a disposición durante la pandemia de la COVID-19. Los materiales son puestos a disposición como fuente abierta para fomentar los servicios de formación técnica en zonas rurales con fines educativos.

Material producido por el Programa de Secundaria rural, Horizontes para las instituciones educativas:

- Javier Pérez de Cuellar
- Virgen Asunción

Participaron en la elaboración de este cuadernillo los especialistas de Formación Técnica de Horizontes, en coordinación con los docentes de Educación para el Trabajo de las instituciones educativas mencionadas.

---





Imagen: Internet

Allin p'unchaw kachun. A partir de este año, podrás estudiar una carrera técnica en las horas de Educación para el Trabajo, porque tu institución educativa forma parte de Horizontes, que es el Programa de Secundaria Rural de la UNESCO.

Éste es el módulo denominado: “Elaboración de artículos textiles en base a tejido artesanal andino”. Al finalizar satisfactoriamente el módulo (realizar las actividades y aprobar el curso) podrás recibir una certificación modular de elaboración de artículos textiles.

El Módulo Formativo de “Operatividad de la máquina” se orienta a desarrollar competencias para aplicar técnicas y conocimiento para realizar y gestionar los procesos de confección textil artesanal e industrial.

El módulo se desarrollará mediante la metodología de proyectos y comprenderá las siguientes unidades:

| Nº de unidad | Nombre de la unidad   | Duración   | Mes de Ejecución                            |
|--------------|---|------------|---|
| Unidad N° 1  | Identificamos necesidades o problemas que son factibles de solucionar mediante artículos de confección textil | 6 semanas  | Abril<br>Mayo                               |
| Unidad N° 2  | Seleccionamos el producto solución y planificamos su producción   | 8 semanas  | Junio<br>Julio                              |
| Unidad N° 3  | Realizamos el proceso de confección del producto solución   | 16 semanas | Agosto<br>Setiembre<br>Octubre<br>Noviembre |
| Unidad N° 4  | Realizamos la evaluación del proyecto   | 1 semanas  | Diciembre                                   |

### Información importante



Tu Institución Educativa, la UGEL Quispicanchi y el Programa Horizontes de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO se han unido para que los estudios que estás realizando este año en el área Educación para el Trabajo te permitan obtener el certificado de la especialidad técnica “Confección Textil” gracias a un convenio con el Centro de Educación Técnico Productiva – CETPRO “Tinta”. Pregunta a tu profesor(a) para saber en qué consiste esta iniciativa.



En la presente unidad desarrollaremos las competencias y capacidades del área educación para el trabajo:

| Competencia   | Capacidades  | Desempeños  |
|---|--|---|
| Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crea propuesta de valor</li> <li>• Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y meta</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selecciona en equipo necesidades o problemas de un grupo de usuarios sobre la confección de artículos textiles en base a tejido artesanal andino para mejorarlo o resolver a partir de su campo de interés. Determinando los principales factores que los originan utilizando información obtenida a través de la observación y entrevistas grupales estructuradas.</li> </ul> |

Esta unidad tiene una duración de 6 semanas y comprenden las siguientes actividades:

| Actividades de aprendizaje   | Principales evidencias  | Duración  |
|--|---|-----------|
| Identificamos los tipos de artículos textiles en base a tejido artesanal andino, su variedad de diseños y las que mayoritariamente se comercializan en el mercado<br>1. regional nacional e internacional. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mapa mental que presente la clasificación, descripción, beneficios, y usos de artículos textiles en base a tejido artesanal andino que se producen en la localidad.</li> </ul> | 1 semana  |
| Identificamos las etapas del proyecto de emprendimiento de artículos textiles en base a tejido artesanal andino.<br>2. artesanal andino.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizador visual en el que debes describir en qué consiste cada etapa del proyecto de emprendimiento.</li> </ul>   | 1 semana  |
| 3. Aplicamos técnicas para identificar necesidades sobre el consumo Artículos textiles en base a tejido artesanal andino   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Matriz de observación de contextos y actividades. Matriz de la técnica macro filtro para focalizar y definir necesidades</li> </ul>  | 2 semanas |
| Aplicamos técnicas para investigar la necesidad o problema y elaborar el perfil del cliente consumidor de artículos textiles en base a tejido artesanal andino.<br>4. andino.                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta para identificar problemas y necesidades de clientes.</li> <li>• Descripción del perfil del cliente.</li> </ul>   | 2 semanas |



## HOJA DE ORIENTACIONES N° 1



Imagen: Internet

¡Bienvenidos!

Estimado estudiante, la ficha de autoaprendizaje que estás leyendo te ayudara a desarrollar actividades de aprendizaje de la sesión **“Identificamos los tipos de confección textil”**. Durante esta semana te invitamos a desarrollar las actividades planteadas en esta ficha, así mismo contarás con el apoyo del profesor de aula y de tus familiares.

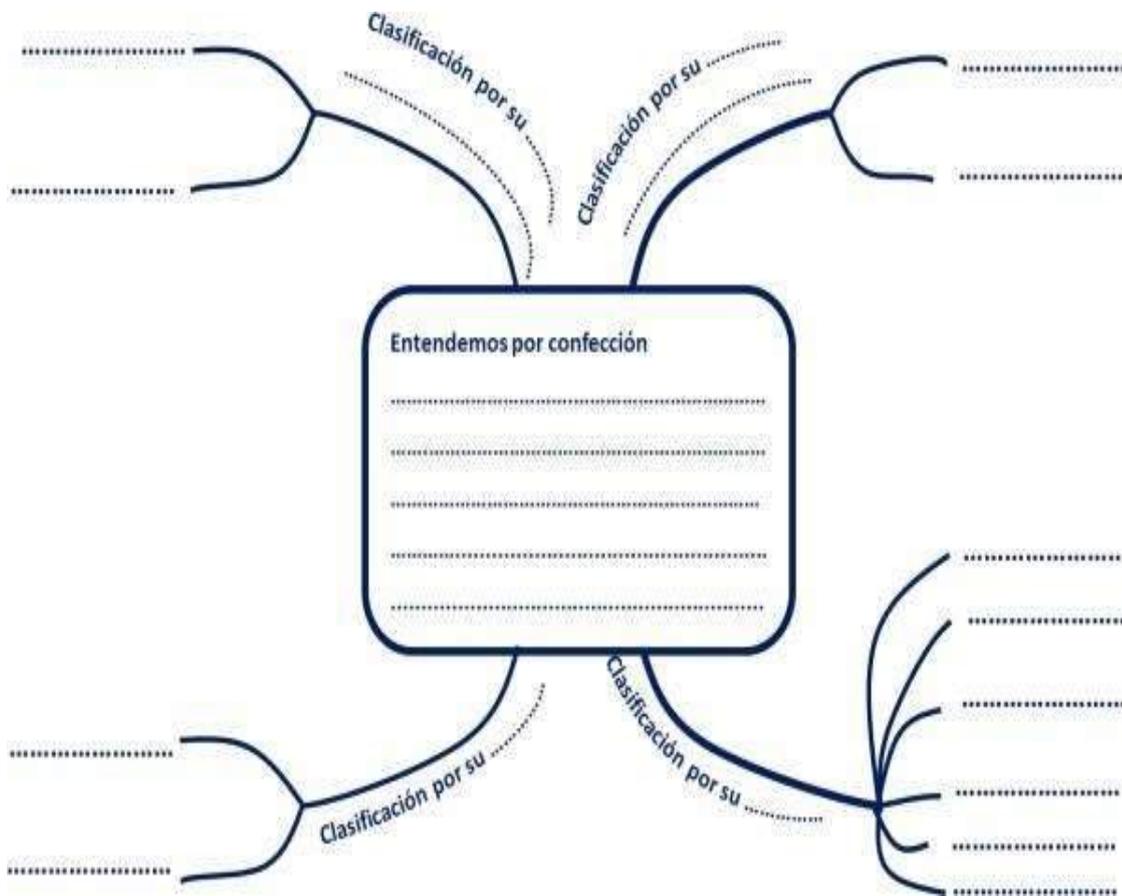
### Propósito de aprendizaje

- ☐ Identificar los tipos y principales productos de la confección textil.
- ☐ Identificar las características de los artículos textiles utilitarios en el hogar.

Imagen: Internet

**¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?**

Imagen: Internet



**Actividad N° 2:** Observa la figura que te presentamos, dialoga con tus familiares y señala cinco características de tres artículos de confección textil para el hogar.

Artículo de confección textil utilitario para el hogar en base a tejido andino tradicional.

Características

Imagen: Internet

Imagen: Internet



Imagen: Internet

## HOJA DE INFORMACIÓN N° 1

¿Has leído con atención la actividad? Muy bien, ahora debes leer y analizar la información que necesitas para realizar las actividades.



Imagen: Internet

## I. LA CONFECCIÓN TEXTIL

La industria y artesanía textil y confecciones abarca diversas actividades que van desde el tratamiento de las fibras textiles para la elaboración de hilos, hasta la confección de prendas de vestir y otros artículos. La confección es una actividad que consiste en elaborar o fabricar prendas de vestir u otros objetos a partir de telas u otros materiales, uniendo varias piezas entre sí. Se realiza de forma industrial y artesanal y comprende procesos de diseño del modelo, el corte, costura de las piezas y el acabado.

Tradicionalmente el sastre y la modista o la costurera se dedican a la confección a medida de prendas de vestir, en la actualidad se realizan en talleres artesanales y en fábricas a partir de tallas y tamaños estandarizadas, que permiten el consumo de los productos en los diversos partes del mundo.

En nuestro país la tradición textil y confección data de tiempos preincaicos y se sustenta en la alta calidad de los insumos utilizados, como la fibra de alpaca y el algodón Pima. La producción textil y de confecciones ha evolucionado en técnicas y en diseños, por lo que las prendas que se producen en el país se han convertido en unos de los productos de alta demanda en el mercado internacional. Sin embargo, debemos considerar que el mercado local, nacional y global es altamente competitivo, debido a que los consumidores están más informados que nunca y exigen calidad, nuevos diseños, innovación, conservación del medio ambiente y precios justos.



Imagen: Internet

## 1.1 Importancia económica de las confecciones

Las prendas de vestir y los diversos **productos de la confección para el hogar** elaborados artesanal e industrialmente son productos de alta demanda en el mercado interno y en los mercados de diversas partes del mundo. Esta demanda se debe a que las personas tienen necesidad de vestirse en todas las etapas y momentos de su vida de acuerdo a su edad, gustos, la zona geográfica donde viven, a la actividad que realizan dentro y fuera del hogar, a las tendencias de la moda, a

las costumbres y tradiciones, etc. En este sentido las confecciones son fuente de generación de empleo y oportunidades para desarrollar emprendimientos. El sector confecciones es uno de los sectores económicos significativos de la economía peruana, el año 2018, el valor exportado ascendió a US\$ 1400 millones, exportándose a 113 mercados internacionales, entre ellos a Estados Unidos, Brasil, Chile y Colombia. El año 2019 solo la elaboración de tejidos y vestimentas, aporta el 1,1% del PBI. Asimismo, esta actividad generó empleo aproximadamente a 424 mil personas del país y la constitución de 37,00 Mi pymes y grandes empresas (Rudy Laguna Inocente, 2020, pág. 33).

Los tratados y acuerdos comerciales, entre ellos, el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) lo que permitió firmar varios tratados con Estados Unidos, China, Singapur, Canadá, Japón Tailandia, Corea, México y Chile, impulsaron el crecimiento de las exportaciones, mejores ingresos y mayor competitividad y productividad, asimismo, también generó la necesidad de la incorporación de nuevas tecnologías y la formación técnica especializada del personal de estas empresas.

## **1. 2. La confección textil en el Perú**

conocimientos, tradiciones y concepción del mundo de las culturas autóctonas de la región andina, amazónica y costeña generándose en cada región y población prendas de vestir que expresan su identidad cultural. En la actualidad muchas poblaciones todavía utilizan las prendas y los modelos tradicionales en su vida cotidiana o en sus fiestas costumbristas. Asimismo, los talleres artesanales e industriales han evolucionado estas prendas, recogiendo los diversos elementos de su cultura generan nuevos diseños y modelos que responden a las necesidades actuales y a las tendencias de la moda.

En la actualidad en nuestro país el principal centro de la confección se encuentra en el distrito la Victoria en Lima Metropolitana y es conocido como el Emporio Comercial de Gamarra. Este importante mercado de gran dinamismo y considerables transacciones económicas, relacionado al comercio, la industria de la moda y la fabricación de prendas de vestir hasta diciembre de 2017 ha registrado 39 mil 630 establecimientos, generaba empleo aproximadamente a 71 mil 484 trabajadores y recibe entre 300 a 500 mil clientes por día.

### 1. 3. Principales procesos de la confección



Imagen: Internet

La confección comprende los siguientes procesos:

**1.3.5 Planchado, doblado y embalado:** Este proceso consiste en planchar la prenda terminada para darle la apariencia final que llegará al usuario, doblado y embolsado generándole una buena presentación del producto.

#### 1.4. Clasificación de las confecciones

Las confecciones se clasifican por el sistema producción, por el tipo de tela que utilizan,

por el usuario a quien está dirigido y por el tipo de maquinaria que se utiliza.

##### 1. 4. 1. Por el sistema de producción.

**Confección industrial:** En este tipo de confección se realiza la producción masiva de prendas de vestir u otros objetos para el hogar, mediante procesos de producción en serie y utilizando máquinas industriales convencionales y máquinas de control numérico. En este tipo de confección se elaboran los productos a partir de patrones elaborados en base a tallas estandarizadas y fichas técnicas que establecen las características del producto, de los materiales y de los procesos de confección. En las fábricas y talleres de confección industrial (MYPE) se realizan este tipo de confección.



Imagen: Internet

1.

Imagen: Internet

base a solo hilo que forma la tela mediante lazadas llamados también puntos o tricotados que se unen formando hileras horizontales, por tener menor estabilidad, se corretean y destejen con facilidad, generalmente son telas menos ligeras.

**Confección de tejido plano:** Este tipo de confección utiliza telas de tejido plano las cuales se caracterizan: por estar elaboradas por dos series de hilos; los transversales (llamado trama) y longitudinales (llamado urdimbre), los cuales se entrecruzan entre sí para dar forma a la tela. Por tener mayor estabilidad, poca elasticidad longitudinal y transversal, porque sus hilos no se corren o destejen y por ser telas muy ligeras. Estas telas se utilizan en la confección de camisas, blusas sacos, pantalones de vestir, cortinas, etc.

2.

.

.

.

.

.

de mesa, etc.) ropa de dormitorio (sábanas, fundas, cubrecamas) cortinas y cobertores para sillas, sillones y artefactos electrodomésticos, toallas y secadores, bolsas, mochilas, cartucheras, etc.

· **Confección de peluches, muñecas y juguetes de tela:** Son productos de confección elaborados con formas de personas y animales diversos para ser utilizados como juguetes por los niños u objetos que se adquieren con elementos decorativos o para expresar sentimientos o emociones a otras personas.

## II. CARACTERISTICAS DE PRENDAS DE VESTIR

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-

cultura. Estas aplicaciones pueden ser: tejidos (grecas, encajes, etc.), bordados (en alto y bajo relieve), colocación de piedras preciosas, accesorios metálicos, etc. formando figuras geométricas, icnografías de una cultura, figuras de la flora y fauna, etc.

Ejemplo: caracterización de una prenda de dama.

|                               |                                     |
|-------------------------------|-------------------------------------|
| Nombre de la prenda           | Blusa manga cero                    |
| Usuario                       | Damas adultas                       |
| tamaños                       | Talla S, M, L                       |
| Tipo de fibra de la tela      | Algodón 100%                        |
| Tipo de tela                  | Tejido plano                        |
| Color de la prenda            | azul                                |
| Aplicaciones                  | Bordado a máquina de flores y hojas |
| Ubicación de las aplicaciones |                                     |
| Accesorios                    | No tiene                            |
| Otras características         |                                     |

Imagen: Internet

**¡Fenomenal!, Llegamos hasta esta parte y nos informamos sobre muchas cosas que seguro no conocíamos hasta hoy. Ahora te invito a resolver los ejercicios de la hoja de actividades (pág. 02 y 03).**

**Recuerda enviar una fotografía de tus evidencias al profesor que estará esperando feliz de poder darte sus apreciaciones.**

Imagen: Internet

## HOJA DE ORIENTACIONES N° 2



Imagen: Shutterstock

### Propósito de aprendizaje

Identificamos las etapas del proyecto de emprendimiento de artículos textiles en base a tejido artesanal andino.

### Producto (Evidencia de aprendizaje)

- Organizador visual en el que debes describir en qué consiste cada etapa del proyecto de emprendimiento.
- Cronograma del proyecto de emprendimiento que realizaras en el presente año.

¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?

Imagen: Internet

¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?

Comenzamos nuestra sesión de enterándonos sobre las actividades que debemos entregar en esta semana y que es una muestra de tu aprendizaje.

**Actividad N° 1:** En el cuadro que te presentamos describe con tus propias palabras en que consiste cada etapa del proyecto de emprendimiento.

Imagen: Internet

| Etapa del proyecto de emprendimiento                      | Descripción |
|---|-------------|
| 1. Identificación de necesidades o problemas del cliente. |             |
| 2. Diseño o selección del producto solución.              |             |
| 3. Elaboración y validación del prototipo.                |             |
| 4. Elaboración del plan de acción                         |             |
| 5. Desarrollo del producto solución                       |             |
| 6. Desarrollo de la propuesta de valor – comercialización |             |
| 7. Evaluación del proyecto                                |             |



## HOJA DE INFORMACIÓN N° 2



Imagen: Internet

### PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

**1. Proyecto de emprendimiento:** Es un conjunto de actividades concretas (etapas y/o tareas) e interrelacionadas entre sí, que permiten una intervención deliberada y planificada para diseñar y gestionar la producción de bienes o servicios que satisfagan necesidades o resuelvan problemas de un sector de la sociedad.

#### 2. Características del proyecto de emprendimiento.

- .
- .
- .
- .
- .
- .
- .

Imagen: Internet

- Proyecto de confección y venta de mochilas escolares para estudiantes de educación primaria de zonas rurales.

**3.2. Proyectos sociales.** Este tipo de proyectos tiene por finalidad satisfacer necesidades o solucionar problemas de un colectivo de ciudadanos (grupos sociales), sin generar beneficio económico personal o societario a sus promotores. Los proyectos sociales se orientan a mejorar la calidad de vida de grupos sociales vulnerables (niños, ancianos, madres adolescentes) y que generalmente no poseen recursos para solventarlas autónomamente, asimismo, a mejorar la conservación y cuidado del medio ambiente, a la protección de la biodiversidad, etc. Su objetivo central no es una ganancia económica personal o colectiva sino la generación de un beneficio para un grupo social y/o sociedad en su conjunto.

**Los proyectos sociales se caracterizan por:**

- Satisfacer una necesidad o problema social o medioambiental
- Focalizar su atención en una población que tiene la necesidad o problema y no pueden satisfacerla con sus propios recursos y o solventarlos autónomamente.
- Los productos o resultados de proyecto se entregan en forma gratuita o a un precio subsidiado a los beneficiarios.

**Ejemplo de proyectos sociales:**

·

·

Imagen: Internet

Imagen: Internet

**4.2. Emprendimientos familiares.** Son aquellos emprendimientos diseñados y gestionados por una familia, cuyos integrantes esposos, hijos y/o hermanos participan activamente en todo el proceso y participan de los beneficios económicos del proyecto de emprendimiento. En el mundo muchas familias a partir de sus emprendimientos se han constituido en empresas: Según las estimaciones más conservadoras, entre 65 y 80 % de las empresas de todo el mundo son propiedad de una o varias familias o están dirigidas por ellas (Gersick, Davis, McCollon y Lansberg, 1997). En Estados Unidos, 96 % de las empresas son familiares; en España, 71 %; en Italia, 99 %; y en Colombia oscilan entre 70 y 75 % entre pequeñas, medianas, grandes empresas (Gaitán y Castro, 2005). Cuando las empresas son familiares sus miembros duplican sus esfuerzos para alcanzar sus objetivos.

## **5. Etapas del proyecto de emprendimiento**

El desarrollo del proyecto de emprendimiento comprende seis etapas, las cuales constituyen la ruta que se sugiere seguir para diseñar e implementar un proyecto de emprendimiento.

etc.) o describir por escrito las características técnicas que tendrá el producto ideado como solución.

**5.3. Elaboración de los prototipos.** En esta etapa la solución definida mediante dibujos y/o descripciones técnicas se concretiza en una representación real o muy próxima a la realidad del bien o servicio que se pretende ofrecer como solución. Si el producto solución es un bien manufacturado los prototipos pueden ser maquetas, dibujos en 3D elaborados con instrumentos manuales o digitales o presentaciones en realidad aumentado o realidad virtual, etc. si el producto solución es un servicio pueden ser juego de roles, guiones gráficos, historietas, representaciones digitales animadas que permitan vivenciar u observar el proceso del servicio que se ofertará, etc.

**5.4. Validación de prototipos.** En esta etapa al prototipo elaborado en la etapa anterior se le somete a un proceso de evaluación con la participación del cliente o usuario, así mismo se le realiza un conjunto de pruebas que permitan identificar las fortalezas, debilidades, fallas de funcionamiento, carencias a resolver de tal manera que se puedan y realizar mejoras significativas al producto solución.

## 6.1. ¿Qué es un plan de trabajo?

El plan de trabajo es una herramienta que se elabora para establecer, organizar y secuenciar las etapas, tareas y/o las actividades que se realizarán para desarrollar un proyecto de emprendimiento. El plan de trabajo se realiza al iniciar el proyecto y constituye la ruta que deben de seguir la persona o los integrantes de un equipo para diseñar, implementar y evaluar el proyecto de emprendimiento en el marco del desarrollo de los propósitos de aprendizaje del área educación para el trabajo. Además de establecer y secuenciar las etapas que comprende el proyecto, establece también los productos o resultado que se elaborará y entregará en cada etapa y programa las fechas probables de su ejecución y entrega.

## 6.2. Importancia del plan de trabajo

### I. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

- 1.1. Institución Educativa: " LUIS VALLEJOS SANTONI"
- 1.2. Grado y Sección: 3ro. "A"
- 1.3. Especialidad Técnica: *Confecciones*
- 1.4. Módulo formativo: *Confección de artículos textiles*

**Equipo de trabajo.** En esta sección del plan de trabajo se ubica el nombre o denominación del equipo de trabajo y la relación de integrantes que lo conforman. para construir y fomentar el espíritu de equipo, por lo que se elige el nombre con la participación de todos integrantes y por consenso. Para la elección se sugiere considerar que el nombre debe: Motivar e inspirar a los miembros del equipo, Crear espíritu de equipo y de unidad Y Generar personalidad e identidad única al equipo

Integrantes del equipo. Comprende de lista con los nombres de los integrantes que conforman el equipo de trabajo indicando quien será el coordinador de equipo. Ejemplo:

## II. EQUIPO DE TRABAJO DEL PROYECTO

**Nombre el equipo:** Los emprendedores Textiles Quispicanchinos

**Integrantes del equipo:** Juan Rosas Pumacchua (Coordinador)

Ivan Huamán Haquehua

Melisa Condori Apaza

Melisa Suarez Secca

**Objetivos del proyecto.** Los objetivos son los propósitos que tiene el proyecto de emprendimiento para los estudiantes. Deben ser de dos tipos como mínimo: uno de ellos estará orientado a una meta de aprendizaje y el otro orientado una meta del proyecto de emprendimiento: Por ejemplo:

## III. OBJETIVOS DEL PROYECTO

3.1. Desarrollar en los integrantes del equipo de trabajo capacidades para gestionar proyectos de emprendimiento de la especialidad técnica confecciones.

3.2. Solucionar un problema o necesidad de un grupo de usuarios mediante un proyecto de emprendimiento desarrollado en la especialidad técnica Confecciones

**¡Fenomenal!, Llegamos hasta esta parte y nos informamos sobre muchas cosas que seguro no conocíamos hasta hoy. Ahora te invito a resolver los ejercicios de la hoja de actividades (pag. 02 y 03).**

**Recuerda enviar una fotografía de tus evidencias al profesor que estará esperando feliz de poder darte sus apreciaciones.**

Imagen: Internet

**Nos vemos en la siguiente sesión, tupanachis kama huayquey Panay.**

Imagen: Internet

.

. ¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?

Imagen: Internet

**¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?**

## HOJA DE ACTIVIDADES N° 3

Comenzamos nuestra sesión de aprendizaje enterándonos sobre las actividades que debemos entregar en esta semana y que es una muestra del logro de tus aprendizajes.



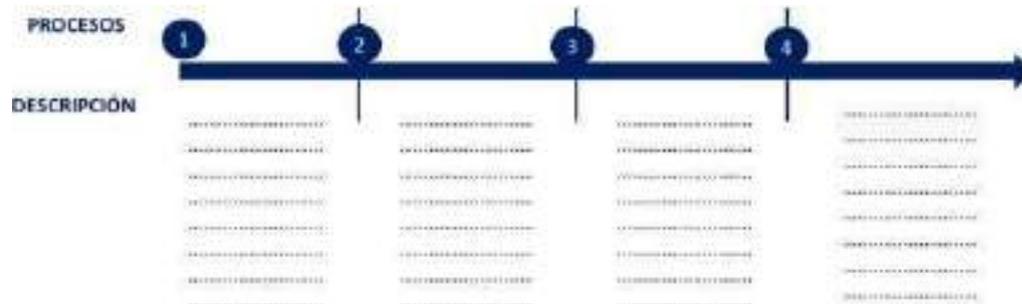
Imagen: Internet

**Actividad N° 1:** Elabora un organizador de información sobre los tipos de necesidades, describe cada tipo de necesidad y menciona dos ejemplos de cada uno de ellos

| Tipo de necesidad | Descripción | Ejemplos |
|-------------------|-------------|----------|
|                   |             |          |
|                   |             |          |
|                   |             |          |

Imagen: Internet

**Actividad N° 3:** En el gráfico que te presentamos describe los procesos que comprende la identificación de necesidades.



**Actividad N° 4:** Ahora detectaremos una necesidad o problema que atenderás en tu proyecto de emprendimiento, para ello:

**4.1.** Elabora la matriz de observación de contextos y actividades para detectar necesidades de los clientes.

**4.2.** Elabora la matriz de la técnica del macro filtro para determinar la necesidad o problema que investigarás.

| TECNICA DE MACROFILTRO  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Necesidades o Problemas<br><br>Preguntas orientadoras   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|   | Si | No |
| ¿La necesidad o problema identificado afecta a un segmento de la población?   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| ¿La población afectada esté dispuesta otorgar una retribución por la satisfacción de la necesidad o la solución del problema? |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| ¿La empresa /familia cuenta con recursos elaborar el producto solución?   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| ¿La empresa cuenta con los conocimientos para elaborar el producto?   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| ¿El entorno presenta las condiciones y los recursos necesarios para elaboración y comercialización del producto solución?     |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Totales   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Diferencia -/+  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |

**4.3.** Menciona la necesidad o problema que atenderás en tu proyecto de emprendimiento.

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| NECESIDAD O PROBLEMA FOCALIZADO |  |
|---------------------------------|--|

## HOJA DE INFORMACIÓN N° 03

Hola, mientras leemos la hoja de información veras que encontraremos respuestas a las siguientes interrogantes y que es el propósito de aprendizaje que tenemos:

- ❓ ¿Qué son las necesidades?
- ❓ ¿Cuáles son los procesos para identificar necesidades?



Imagen: Internet

### LAS NECESIDADES

#### 1 ¿Qué entendemos por necesidades?

La necesidad es la sensación de "carencia, escasez o privación de algo" que experimentan los seres humanos en todas las etapas de su vida, su satisfacción resulta indispensable para vivir en un estado pleno de bienestar físico, emocional y social. La sensación de carencia afecta al comportamiento del ser humano y lo empuja a buscar su satisfacción por que siente que le falta algo para poder sobrevivir o para sentirse bien física y emocionalmente.

Ejemplo:

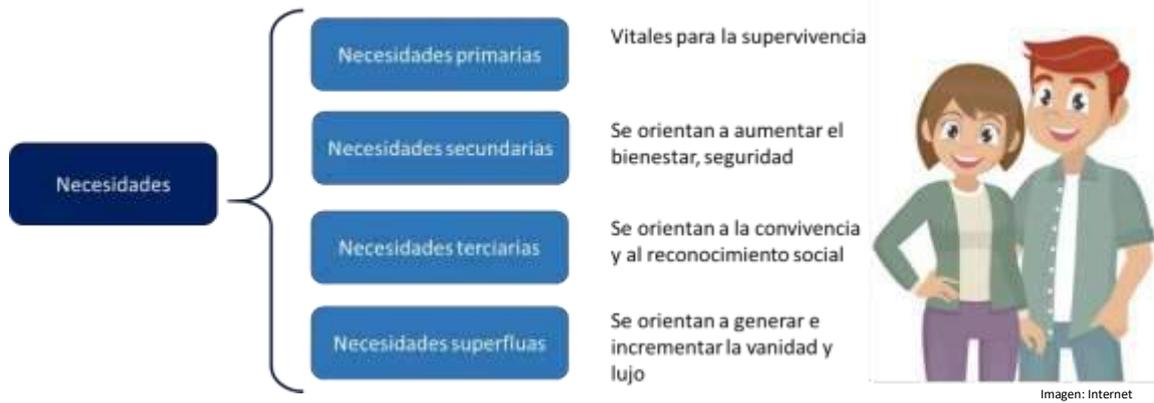
|   |  |  |
|---|--|--|
| <p>Imagen: Internet</p>                 | <p>Imagen: Internet</p>                      | <p>Imagen: Internet</p>                              |
| <p>Necesidad de abrigo (tiene frío)</p> | <p>Necesidad de alimentos (tiene hambre)</p> | <p>Necesidad de atención (se siente solo)</p>        |
| <p>El frío impulsa a buscar abrigo</p>  | <p>El hambre impulsa a buscar alimento</p>   | <p>La soledad impulsa a buscar compañía y afecto</p> |

**Las necesidades son inherentes a la naturaleza del ser humano y son independientes a factores étnicos y culturales.**

Los seres humanos independientemente de factores étnicos, culturales y socioeconómicos tienen necesidades de alimentos, abrigo, afecto, diversión, descanso, comunicación, reconocimiento, autorrealización, etc.

#### 4. Tipos de necesidades humanas – según su naturaleza o importancia en la vida del ser humano.

Según la importancia para la supervivencia del ser humano se clasifican en:



**Necesidades Primarias.** Llamadas también necesidades vitales, son aquellas de cuya satisfacción depende la supervivencia de la persona. Entre ellas tenemos la necesidad de alimento, de abrigo, de descanso, de oxígeno, de agua, etc. Su satisfacción es imprescindible para que el ser humano pueda vivir.

**Necesidades Secundarias.** Son aquellas necesidades cuya satisfacción se orientan a aumentar el bienestar, seguridad y mejorar la calidad de vida de la persona.

Imagen: Internet

Imagen: Internet

- La necesidad de formar parte de un grupo de amigos, de conocer a gente afín con quien poder compartir aficiones y momentos de ocio. La necesidad de auto realizarse y generar una imagen y reconocimiento social.
- La necesidad de participar en actividades solidarias, humanitarias o desarrollo de la comunidad.
- La necesidad de pertenecer a grupos de interés y de ocio donde se pueda disfrutar de aficiones comunes.
- La necesidad de identificación con un grupo, una institución y/o con una cultura, etc.



Imagen: Internet

**Necesidades superfluas.** Llamadas también necesidades suntuarias se orientan a generar e incrementar la vanidad por el lujo. Ejemplo: la necesidad de trasladarse en coche privado de lujo, la necesidad de proyectar una imagen de suntuosidad y riqueza (utilizando vajillas con aplicaciones de oro, reloj con aplicaciones de piedras preciosas, etc.)



Imagen: Internet

## 5. Procesos para identificar necesidades

La identificación de necesidades y problemas del cliente comprende los siguientes procesos:

### 5.1

✓

✓

**5.2 Determinar el perfil del cliente.** Este proceso consiste en identificar y describir las características comunes y semejantes que tiene el grupo de usuarios (segmento de clientes), en los cuales se han detectado las necesidades. Ellos se constituirán en el cliente meta para el proyecto de emprendimiento.

**5.3 Investigación de la necesidad.** Este proceso consiste en analizar profundamente las necesidades o problemas detectados poniéndose el lugar del cliente (ver, sentir y experimentar con los sentidos del cliente – empáticamente), comprende:

- ☐ Analizar el contexto donde se produce la necesidad o problema.
- ☐ Analizar las actividades o tareas donde se ha detectado el problema o necesidad.
- ☐ Observar el comportamiento y las emociones que muestra el usuario cuando realiza las tareas donde se produce el problema o genera la necesidad.
- ☐ Observar los factores externos que influyen en las actividades o tareas que realiza.
- ☐ Analizar los intentos o formas de solución que el cliente, otros usuarios o la competencia vienen realizando al mismo problema o necesidad.
- ☐ Analizar los impactos que genera el problema o necesidad y sus intentos de solución al medio ambiente.

**5.4 Definición del problema.** este proceso consiste en definir de forma clara el problema o necesidad que se pretende solucionar.

Imagen: Internet

**a) Seleccionar el entorno e identificar las actividades que se realizan en él.**

Las personas se desenvuelven durante su vida diaria en diferentes contextos o situaciones (sociales, culturales y naturales) y en ambientes (oficinas, aulas de clase, dormitorio, sala, cocina, parque de diversiones, discoteca, mercados, etc.) en cada uno de ellos realizan diversas actividades o tareas en los cuales obtienen resultados y/o sienten efectos positivos (alegrías) o negativos (dolores) que los afectan física y emocionalmente. La observación de las actividades que realizan permiten identificar las carencias que tienen los usuarios y los problemas que enfrentan.

**Ejemplo N° 1**

| Contexto  | Actividades / Tareas   |
|---|--|
| <p><b>La población viene siendo afectada por la pandemia COVID 19</b>, generando miles de casos positivos y fallecimientos, este virus todavía un no tiene tratamiento o fármacos específicos. La única defensa que tiene nuestro organismo es el sistema inmunológico, de cómo este responda a la infección dependerá si la persona tiene síntomas leves, severos, graves o incluso la muerte. Otra forma de defensa es evitar contagiarse con el virus.</p> | <p>Las personas y familias están preocupadas por evitar infectarse o curarse si sienten los síntomas de la enfermedad. Por lo que realizan algunas actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Protegen los lugares por donde ingresa el virus al cuerpo</li><li>- Previenen la infección ingiriendo hiervas, productos alimenticios o automedicándose por información que encuentran en las redes sociales</li><li>- Consumen alimentos para fortalecer su sistema inmunológico</li><li>- Desinfectan los alimentos, objetos y a las personas que ingresan a su domicilio.</li><li>- Buscan información sobre la enfermedad, su tratamiento y prevención en los medios que están a su alcance</li><li>- Comunican a sus familiares y amigos por las redes sociales información gráfica y videos sobre el COVID 19</li><li>- Buscan comunicar a las generaciones futuras y a la comunidad en general las dificultades y soluciones que le dieron a lo problemática del COVID 19 en la comunidad</li></ul> |

**b) Identificar los efectos o resultados que genera las actividades / tareas e identificar la necesidad (carencia) o problema (dificultad).**

En cada actividad que realizan las personas en el contexto o ambiente en el que interactúan obtienen resultados o efectos físicos o emocionales positivos (alegrías) o negativos (dolores) a partir de ellos se perciben o infieren las carencias que tienen o los problemas que enfrentan. Para realizar este proceso se aplican diversas técnicas e instrumentos, en esta oportunidad emplearemos la **matriz de observación de contextos y actividades para detectar necesidades o problemas.**

Matriz de observación de contextos y actividades para detectar necesidades o problemas (ejemplo).

| Contexto  | Actividades  | Resultados o efectos   | Necesidad o problema   |
|---|--|--|--|
| <p><b>La población viene siendo afectada por la pandemia COVID 19,</b> generando miles de casos positivos y fallecimientos, este virus todavía no tiene una vacuna o un no tiene tratamiento o fármacos específicos. La única defensa que tiene nuestro organismo es el sistema inmunológico, de cómo este responda a la infección dependerá si la persona tiene síntomas leves, severos, graves o incluso la muerte. Otra forma de defensa es evitar contagiarse con el virus.</p> | Protegen los lugares por donde ingresa el virus al cuerpo  | Adquieren y utilizan solo tapabocas que no brindan la protección adecuada, tienen alto costo y son descartables  | Requieren proteger con seguridad la boca, nariz y ojos para evitar contagiarse con el COVID 19   |
|   | Previenen la infección ingiriendo hiervas, productos alimenticios o automedicándose por información que encuentran en las redes sociales           | Las hiervas que consumen no les brindan los resultados esperados Consumen medicamentos que les generan efectos secundarios   | Requieren información científica y/o tradicional comprobada sobre el uso de las plantas como complemento a la medicación realizado por profesionales de salud  |
|   | Consumen alimentos para fortalecer su sistema inmunológico   | Consumen alimentos sin conocer los nutrientes y beneficios que tienen. No se encuentran con facilidad alimentos que fortalecen el sistema inmunológico. No consumen permanentemente alimentos que fortalecen el sistema inmunológico por la escasez o por el alto precio | Requieren encontrar en el mercado y consumir adecuadamente alimentos que fortalezcan el sistema inmunológico de manera permanente. Requiere información sobre los valores nutricionales de los principales alimentos que consumen cotidianamente |
|   | Desinfectan los alimentos, objetos y a las mismas personas que ingresan a su domicilio   | Sus manos y sistema respiratorio sufren afecciones por exposición permanente al cloro.   | Requieren realizar la limpieza de los alimentos sin exponerse a los efectos secundarios de los desinfectantes  |
|   | Buscan comunicar a las generaciones futuras y a la comunidad en general las dificultades y soluciones que le dieron a lo problemática del COVID 19 | Las personas adquieren o reciben productos con imágenes de la pandemia que no registran lo que realmente sucede en la pandemia   | Requieren registrar y comunicar las formas en que se enfrentó la pandemia en la zonas rurales y urbanas utilizando diversos medios   |

Confección Textil - 3°, 4° y 5° de Secundaria

c) **Focalizar y definir la necesidad o problema que se investigará.** En cada entorno donde interactúan las personas se realizan múltiples actividades y por lo tanto se tendrán múltiples necesidades y problemas. No será posible solucionar todas las necesidades y problemas que se presentan en el entorno en un mismo momento y con un único proyecto de emprendimiento por lo que se debe focalizar la necesidad o problema que se investigará y posteriormente desarrollar una solución. Para ello se establecen criterios que permitan evaluar la factibilidad de solución de las necesidades y problemas identificados.

### **Criterios para focalizar la necesidad o problema que se investigará**

Para realizar este proceso se sugiere considerar los siguientes criterios.

- ✓ Existencia de un segmento de población que tiene la necesidad.
- ✓ Disposición de la población otorgar una retribución por la satisfacción de la necesidad o solución de problema.
- ✓ Factibilidad de la empresa o emprendedor para brindar una solución.
- ✓ Condiciones y oportunidades del entorno para desarrollar y comercializar la solución.

Para focalizar y definir la necesidad o problema que se solucionará se sugiere realizar una evaluación de la factibilidad aplicando entre otras técnicas: **la técnica del macro y micro filtro, el análisis FODA, etc.**

#### **La técnica del macro filtro**

Es una técnica que consiste en someter a las necesidades y problemas identificados a un conjunto de preguntas las cuales tienen como respuesta un "SI" o un "NO". La diferencia entre la cantidad de respuestas "SI" y la cantidad de respuestas "No" ( $X \text{ "SI"} - Y \text{ "No"} = Z$ ) indicará la factibilidad de solución de la necesidad o problema. Si el resultado de la diferencia es un número positivo entonces la necesidad es factible de solucionar ( $4 \text{ "SI"} - 1 \text{ "NO"} = 3$ ) y si el resultado es un número negativo entonces la necesidad no es factible de solución ( $2 \text{ "SI"} - 3 \text{ "NO"} = -1$ ). El resultado mayor positivo es el que tiene mayor probabilidad de solución, en el caso que dos o más necesidades o problemas identificados obtienen diferencias iguales se somete a la técnica del micro filtro.

Las preguntas de la técnica macro filtro (estas se han formulado considerando los criterios de focalización) que permiten evaluar la factibilidad de solución las siguientes:

- ¿La necesidad o problema identificado afecta a un segmento de la población?
- ¿La población afectada esté dispuesta otorgar una retribución por la satisfacción de la necesidad o la solución del problema?
- ¿La empresa cuenta con recursos y conocimientos para diseñar y elaborar el producto solución?

¿El entorno presenta condiciones y los recursos necesarios para la elaboración y comercialización del producto solución?

**Matriz de la técnica macro filtro para evaluar la factibilidad de solución de los problemas o necesidades detectados (ejemplo)**

| TECNICA DE MACROFILTRO  |                         |    |  |    |   |    |  |    |  |    |   |    |  |   |
|---|-------------------------|----|--|----|---|----|--|----|--|----|---|----|--|---|
| Preguntas orientadoras  | Necesidades o Problemas |    | Proteger la boca, nariz y ojos para evitar contagiarse con el COVID 19 |    | Información científica y/o tradicional comprobada sobre el uso de las plantas como complemento a la medicación realizada por profesionales de salud |    | Encontrar en el mercado y consumir adecuadamente alimentos que fortalezcan el sistema inmunológico de manera |    | Información sobre los valores nutricionales de los principales alimentos que consumen cotidianamente |    | Realizar la limpieza de los alimentos sin exponerse a los efectos secundarios de los desinfectantes |    | Requieren perennizar las formas en que se enfrento la pandemia en la zonas rurales y urbanas |   |
|   | SI                      | No | SI   | No | SI  | No | SI   | No | SI   | No | SI  | No |  |   |
| ¿La necesidad o problema identificado afecta a un segmento de la población?   | X                       |    | X  |    | X   |    | X  |    | X  |    | X   |    | X  |   |
| ¿La población afectada esté dispuesta otorgar una retribución por la satisfacción de la necesidad o la solución del problema? | X                       |    |  | X  | X   |    |  | X  |  | X  |   |    |  | X |
| ¿La empresa / familia cuenta con recursos elaborar el producto solución?  | X                       |    |  | X  |   | X  |  |    | X  |    | X   |    |  | X |
| ¿La empresa cuenta con los conocimientos para elaborar el producto?   | X                       |    | X  |    |   | X  |  |    | X  |    | X   |    |  | X |
| ¿El entorno presenta las condiciones y los recursos necesarios para elaboración y comercialización del producto solución?     | X                       |    |  | X  | X   |    |  | X  |  |    | X   |    |  | X |
| Totales   | 5                       | 0  | 2  | 3  | 3   | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2   | 3  | 1  | 4 |
| Diferencia -/+  | 5                       |    | 1  |    | 1   |    | 1  |    | 1  |    | -1  |    | -3   |   |

Elaboración de Brey Rojas y equipo docentes EPT Horizontes como parte del diseño de esta guía.

Al observar los resultados de la matriz encontramos tres necesidades que tienen resultados positivos, se focaliza el que tienen número mayor positivo. En este caso es la necesidad que ha obtenido como resultado N° "5" (resultado mayor positivo).

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| NECESIDAD O PROBLEMA FOCALIZADO | Proteger la boca, nariz y ojos para evitar contagiarse con el COVID 19 |
|---------------------------------|--|

¡Fenomenal!, Llegamos hasta esta parte y nos informamos sobre las necesidades del ser humano y las técnicas para detectarlas. Ahora te invito a resolver los ejercicios de la hoja de actividades (pag. 02, 03 y 04).



Imagen: Internet

# HOJA DE ORIENTACIONES N° 04

Imagen: Internet

- ☐ Aplicar técnicas para formular el perfil del cliente ideal para el proyecto

## Producto evidencia

- ☐ Encuesta para identificar problemas y necesidades de clientes.
- ☐ Descripción del perfil del cliente.

- ¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?

Imagen: Internet

**¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?**

## HOJA DE ACTIVIDADES N° 04

**Actividad N° 1:** Elabora el perfil del cliente de la necesidad o problema que focalizaste en la sesión N° 3, para ello:

**Formula las preguntas.** Para formular las preguntas utiliza el siguiente **1.** instrumento.

| Necesidad focalizada en la sesión N° 03 |          |          |
|---|----------|----------|
| Criterio                                | Variable | Pregunta |
| Demográfico                             |          |          |
|   |          |          |
|   |          |          |
|   |          |          |
| Geográfico                              |          |          |
|   |          |          |
|   |          |          |
| Pictográfico                            |          |          |
|   |          |          |
|   |          |          |
| De comportamiento                       |          |          |
|   |          |          |
|   |          |          |



- Realiza la entrevista.** Selecciona a cuatro personas de tu entorno familiar quienes podrían ser tus clientes ideales (2 varones y 2 mujeres) y aplica la entrevista.

| Clientes ideales | Nombres de los clientes ideales |
|------------------|---------------------------------|
|                  |                                 |
|                  |                                 |
|                  |                                 |
|                  |                                 |

- Organizar y sintetizar la información recogida. Para esta actividad utiliza la ficha de síntesis de información.

**FICHA SÍNTESIS DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA PARA ELABORAR PERFIL DEL COMPRADOR**

---

**Datos demográficos:**

- 
- 
- 
- 
- 

**Datos geográficos:**

- 
- 
- 
- 
- 

**Datos psicográficos:**

- 
- 
- 
- 
- 

**Datos de comportamiento**

- 
- 
-

- Utilizando la información que organizaste en la ficha de síntesis redacta el perfil del cliente.

| PERFIL DEL CLIENTE IDEAL |
|--------------------------|
|                          |

## HOJA DE INFORMACIÓN N° 04

Estimado estudiante, mientras leemos la hoja de información veras que encontraremos respuestas a las siguientes interrogantes y que es el propósito de aprendizaje que tenemos en esta sesión:

- ❑ ¿Qué técnicas e instrumentos se utilizan para elaborar el perfil del cliente?
- ❑ ¿Qué técnicas e instrumentos se utilizan para investigar la necesidad o problema?



Imagen: Internet

### I. EL PERFIL DEL CLIENTE

#### 1.1 ¿Qué entendemos por perfil del cliente?

El perfil del cliente describe las características comunes y semejantes que tiene un grupo de usuarios que tiene la necesidad o problema detectado, a este grupo también se le denomina (segmento de clientes). El perfil debe describir las características comunes que tienen en cuanto a las preferencias, estilos de vida, ingreso económico, lugar de residencia, edad, sexo, etc.

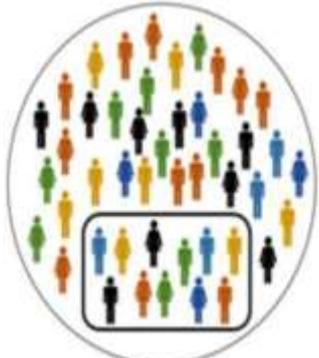


Imagen: Internet

**El perfil del cliente es una herramienta que permite:**

- ✓ Conocer a los clientes a quienes orientará su producto.
- ✓ Diseñar productos y servicios específicos y diferenciados que atiendan en realidad lo demandan un grupo de clientes.
- ✓ Diseñar estrategias de venta enfocadas en las características definidas en el perfil.

## ¿Qué es un segmento de clientes?

|   |   |   |
|---|---|---|
| Población cusqueña  | Familias cusqueñas que consumen cuyes   | Familias cusqueñas que están dispuestas a comprar hortalizas producido en las comunidades |
|  |  |        |
| <small>Imagen: Internet</small>   | <small>Imagen: Internet</small>   | <small>Imagen: Internet</small>   |

## 1.2 Procesos para elaborar el perfil del cliente.

### 1.2.1. Determinar el segmento de clientes de los clientes que se focalizará

La población de usuarios o clientes es bien grande y amplia y no es posible atender a todos en el mismo momento y con el mismo producto por lo que se debe focalizar a la atención a grupo de la población.

Para determinar el grupo de clientes de quienes se formulará el perfil de clientes se considera criterios y variables, entre ellos tenemos:

| Criterio    | Descripción del criterio  | Variable   |
|-------------|---|--|
| Demográfico | Permite agrupar a los clientes en función de sus características generales. Se utiliza para acotar un público masivo (para no dirigirnos a todo el mundo). Sin embargo, la segmentación obtenida es todavía muy amplia. | Edad<br>Sexo<br>Nivel educativo<br>Estado civil<br>Profesión<br>Ocupación<br>Ingreso económico.          |
| Geográfico  | Permite agrupar a los clientes en función al espacio físico y el entorno en el cual viven (localización geográfica) y establecer las condiciones, hábitos e impactos de consumo relacionados al clima y la cultura.     | País.<br>Región.<br>Ciudad.<br>Zona rural / urbana<br>Clima.<br>Costumbres y particularidades culturales |

|                |   |   |
|----------------|---|---|
| Psicográficos  | Permite agrupar a los clientes en función de su estilo de vida. Es un tipo de criterio muy útil para aquellas productos o servicios que están muy orientados a cubrir necesidades referentes al ocio y el tiempo libre, gusto por la naturaleza, sus aficiones e intereses, la moda, etc. | Gustos.<br>Aficiones.<br>Actividades<br>Hobbies<br>Intereses  |
| Comportamiento | Permite agrupar a los clientes en función al comportamiento que tiene el cliente ante determinados estímulos  | Sensibilidad al precio<br>Lealtad a la marca<br>Los beneficios que le ofrece la marca<br>Cómo y cuando utiliza el producto.<br>Comportamiento de compra Frecuencia de uso del producto o servicio |

En todos los casos no es posible considerar todos los criterios y todas sus variables, esta se selecciona en función de la necesidad que se pretende satisfacer o el problema que se pretende solucionar.

**Ejemplo:** Selección de criterios para segmentar el grupo de clientes que tiene la necesidad de adquirir artículos textiles utilitarios en base a tejido andino.

### 1.2.2. Elaborar los instrumentos.

Este proceso comprende las siguientes actividades:

a) **Seleccionar la técnica.** Las técnicas más usadas para recoger la información que permita elaborar el perfil del cliente son: la entrevista, el buyer persona, etc. En esta oportunidad seleccionaremos la entrevista.

**La entrevista:** Es una conversación que se mantiene con una o un grupo de personas a partir de una serie de preguntas o afirmaciones que plantea el entrevistador y sobre las cuales los entrevistados dan su respuesta o su opinión. Las entrevistas para recoger información para elaborar el perfil del cliente poder ser



Imagen: Internet

- ✓ Entrevistas individuales o grupales

- ✓ Entrevistas estructuradas o semi estructuradas. Son estructuradas cuando la entrevista se realiza a partir de un conjunto de preguntas previamente definidas y solo ellas se tratan durante la entrevista. Son semiestructuradas cuando la entrevista se realiza considerando un grupo de preguntas previamente definidas y durante la entrevista a partir de las respuestas del entrevistado se formulan otras para profundizar o esclarecer la información. Ejemplo: de selección técnica

| Técnica | Entrevista |
|---------|------------|
|         |            |

## b) Formular las preguntas para entrevista estructurada

Las preguntas de la entrevista se formulan a partir de los criterios y variables seleccionadas para determinar el segmento de clientes:

| Criterio          | Variable                                 | Pregunta   |
|-------------------|--|--|
| Demográfico       | Edad                                     | ¿Qué edad tiene?   |
|                   | Nivel educativo                          | ¿Qué nivel de instrucción tiene?                                     |
|                   | Ocupación                                | ¿En que trabajas? /¿Cuál es tu ocupación?                            |
|                   | Ingresos económicos                      | ¿Cuánto es su promedio de ingreso mensual?                           |
| Geográfico        | Región.                                  | ¿En qué país vives?  |
|                   | Clima.                                   | ¿Cómo es el clima del lugar dónde vives?                             |
|                   | Costumbres y particularidades culturales | ¿Cuáles son las costumbres más significativas del lugar donde vives? |
| Psicográficos     | Gustos                                   | ¿Le agrada la iconografía y el tejido tradicional andino?            |
|                   | Aficiones                                | ¿Qué aficiones tiene?<br>¿Qué realiza en su tiempo libre?            |
|                   | Actividades que realiza                  | ¿Qué actividades realiza en su centro de trabajo?                    |
| De comportamiento | Sensibilidad por el precio               | ¿Qué tipo de artículos textiles le gustan y cuando puede pagar?      |
|                   | Lealtad a la originalidad del producto   | ¿Cómo utilizas artículo textil?                                      |

|  |                                     |  |
|--|-------------------------------------|--|
|  | Frecuencia de consumo de artesanías | ¿Cada que tiempo compras artículos textiles utilitarios? |
|--|-------------------------------------|--|

### 1.2.3. Aplicar los instrumentos para recoger la información

La entrevista se realiza de tres maneras:

- ✓ Entrevista cara a cara, es una entrevista presencial entre el entrevistado y el entrevistador utilizando un medio físico (ficha impresa o una grabadora) o un medio digital (formulario digital alojado en una Tablet o Smartphone) para registrar la información
- ✓ Entrevista por teléfono, por aplicativos o software para reuniones virtuales.
- ✓ Encuestas utilizando correo electrónico o formularios alojados en páginas web.

Pautas para realizar la entrevista

- ✓ Selecciona cuatro personas, quienes deben tener la característica de ser clientes ideales. A ellos debe realizarles la entrevista.
- ✓ Comenzar la entrevista sobre un tema improvisado y ameno para generar una atmosfera de confianza
- ✓ Formular las preguntas de manera clara y sencilla sin sugerir respuestas.
- ✓ Ser amable, escucharlos con atención y tener una postura y gestos correctos y respetuosos a las respuestas u opiniones que emitan.
- ✓ Registrar las respuestas con fidelidad y veracidad la información proporcionada por el entrevistado
- ✓ Concluir la entrevista con cordialidad y agradeciendo por la gentileza y por la información proporcionada.

### 1.2.4. Describir el perfil del cliente

Este proceso consiste en redactar el perfil del cliente considerando la información que se obtuvo en las entrevistas. Este proceso comprende dos actividades:

- a) **Organizar y sintetizar la información recogida en la entrevista a los clientes ideales seleccionados.** La información se sintetiza en una ficha denominada "Ficha de síntesis de la información recogida para elaborar el perfil", la información que se registra en esta ficha es descriptiva, por ejemplo:

**Información recogida en la entrevista en relación a la pregunta ¿Qué edad tiene?**

|                     | Pregunta         | Respuesta |
|---------------------|------------------|-----------|
| Entrevistado N° 1   | ¿Qué edad tiene? | 30 años   |
| Entrevistado N° 2   | ¿Qué edad tiene? | 36 años   |
| 8 Entrevistado N° 3 | ¿Qué edad tiene? | 50 años   |

|                   |                  |         |
|-------------------|------------------|---------|
| Entrevistado N° 4 | ¿Qué edad tiene? | 60 años |
|-------------------|------------------|---------|

Actividades en su vida cotidiana: compartir sus experiencias con sus amistades cuando regresan a su país.

Datos de comportamiento

Sensibilidad al precio: dispuestos a pagar precios de acuerdo a la oferta en tejidos.

Cómo y cuándo utiliza el producto: para diversas actividades de su vida cotidiana.

Frecuencia de uso del producto: En sus viajes.

b) Redactar el perfil del cliente. Este proceso consiste en redactar el perfil del cliente considerando la información que se ha organizado y sintetizado en la ficha, por ejemplo.

#### PERFIL DEL CLIENTE DE ARTICULOS ARTESANALES (turista)

“El comprador de artículos artesanales generalmente son mujeres y varones tiene una edad entre 30 a 60 años, cuenta con una educación superior y viajeros de distintos países del mundo, cuyos ingresos son entre 3000 a 4000 nuevos soles. Viven en Europa, América del Norte y Asia, el cual tiene un clima frígido en el invierno y muy caluroso en el verano, y las costumbres más valoradas y significativas para los clientes es el viajar por 01 vez al año por distintas regiones del mundo. Tienen por afición coleccionar objetos en recuerdo en sus viajes”.



¡Fenomenal!, Llegamos hasta esta parte y nos informamos sobre el perfil del cliente y las técnicas para investigar la necesidad. Ahora te invito a resolver los ejercicios de la hoja de actividades (pag. 02 y 03).

Nos vemos en la siguiente sesión, tupanachiskama huayqey panay.

## Referencias

Agencia EFE (02/13/2013) ABUELAS TEJEDORAS SE PONEN DE MODA GRACIAS A JÓVENES DISEÑADORES. Acceso: 01/09/2020 <https://alo.co/moda-y-tendencias/tienda-de-ropa-tejida-por-abuelas>.

Cómo Calcular Los Puntos para Tejer una Prenda desde el cuello. (Acceso 01/09/2020) <https://www.creativaatelier.com/calcular-los-puntos-para-tejer-una-prenda/>

Diferencia entre Estilo inglés y estilo continental - Canal Crochet (Acceso 1/09/2020) <https://www.canalcrochet.com/diferencia-entre-estilo-ingles-y-estilo-continental.html>

Jarama Herrera, C. A. (2016). Tejiendo un futuro: experimentación tecnológica aplicada a la técnica del tejido de punto artesanal (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).

Masegosa, Sonia (2015) Demadejada. Cuadernos para tejedora novata. <https://desmadejada.com/>

Movimiento Manuela Ramos. Tejido y sus acabados. Disponible en <http://www.manuela.org.pe>

Murra, John (1961) La fundación del tejido en varios contextos sociales del Estado Inca. Lima.

Rommel Ángeles Falcón (01/09/2020) "El Rol de los Textiles en el Antiguo Perú". Ciclo de Conferencias que viene realizando la Asociación Peruana de Profesionales Guías Operadores de Turismo - APEPGOTUR. Universidad Interamericana para el Desarrollo.

Rudy Laguna Inocente / Álvaro Orozco Avalos / Katherine Piedra Habrahamshon / Gene Olare Melchos, (2020), Análisis de las exportaciones del sector textil peruano, Pág. 33.

Wintjes & Minna (2016). SIMPACT SOCIAL INNOVATION BIOGRAPHIES. Case Study 2016 No 11. Granny's Finest - Demographic Change for Continental Europe.



**Horizontes**  
Programa de Secundaria Rural