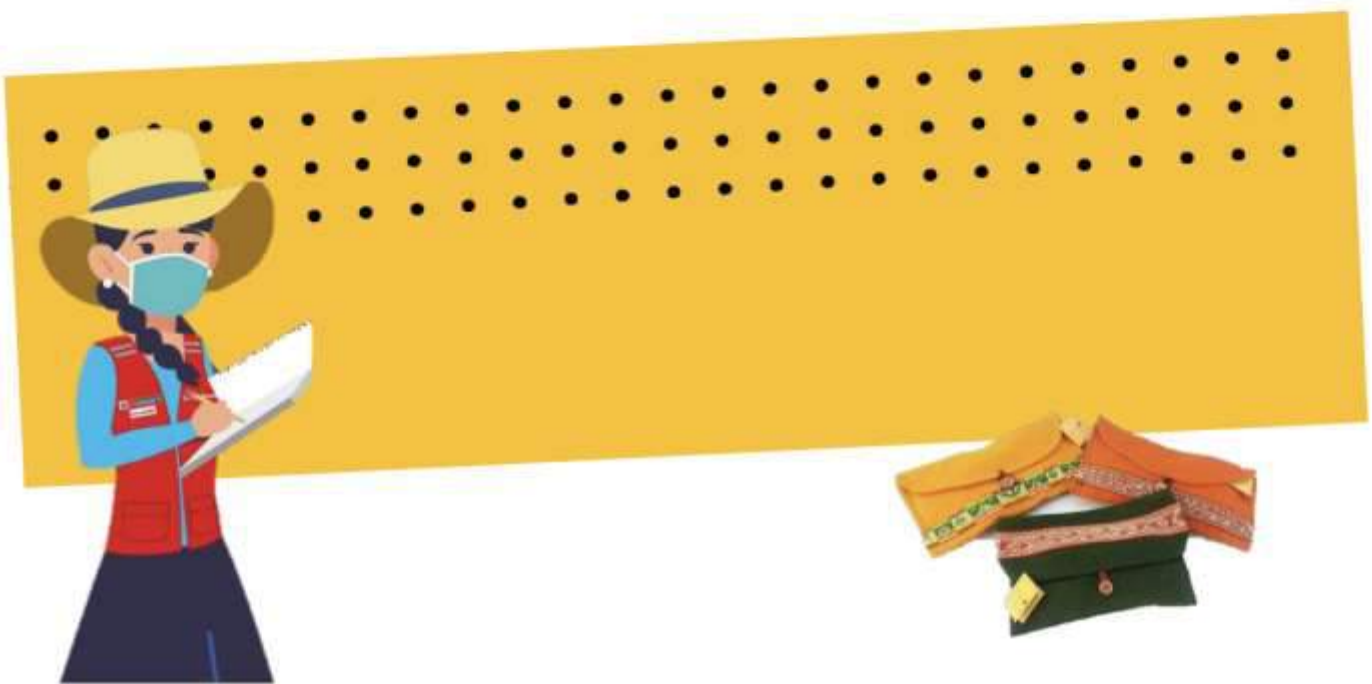


ARTÍCULOS TEXTILES EN BASE A TEJIDO ARTESANAL ANDINO



Unidad 3 - 4

(Unidad 3 segunda parte)

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 Horizontes – Secundaria rural para las instituciones educativas:

- Javier Pérez de Cuellar
- Virgen Asunción

Participaron en la elaboración de este cuadernillo los especialistas de Formación Técnica de Horizontes y la docente de Confección Textil del CETPRO Tinta en coordinación con los docentes de Educación para el Trabajo de las instituciones educativas mencionadas.



Hola continuaremos con la tercera unidad del módulo y terminaremos de elaborar nuestro producto solución. ¡Manos a la obra!

En esta tercera unidad continuaremos desarrollando las siguientes competencias y capacidades del área Educación para el Trabajo:

Unidad III

Competencia	Capacidades	Desempeños
Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social.	<ul style="list-style-type: none"> • Aplica habilidades técnicas • Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y meta 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica los patrones, ejecuta el marcado y cortado de la tela en función a cada patrón de diseño establecido. • Ejecuta la unión de las piezas que conforman el artículo textil a través de la costura manual y a máquina. • Ejecuta los acabados necesarios de un artículo textil en base a tejido plano andino. • Aplica técnicas y procedimientos para el planchado doblado y embalado de artículos textiles en base a tejido artesanal andino.



Imagen: Internet

Continuando con la secuencia de sesiones que ya has desarrollado, te alcanzamos las sesiones 15 y 16. Puedes ubicar a estas sesiones en la siguiente tabla de actividades de aprendizaje.

Actividades de aprendizaje	Principales evidencias	Duración
12. Extendemos, marcamos y cortamos la tela andina en función al patronaje y diseño establecido.	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía del proceso de extensión, corte y marcado de la tela según el patrón que servirá para la elaboración del artículo textil. 	4 semanas
13. Ejecutamos el ensamblado de nuestro producto solución.	<ul style="list-style-type: none"> • Organizador visual en el que se describe las partes principales de la máquina remalladora. 	4 semanas



	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía de los trabajos ejecutados con costura manual. 	
14. Realizamos los acabados necesarios del artículo textil en base a tejido andino.	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía de los artículos terminados y con los acabados respectivos. 	2 semanas
15. Realizamos el planchado, doblado y embalado del producto solución	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías del proceso de planchado, doblado y embalado. 	2 semanas
16. Promovemos el consumo de artículos textiles en base a tejido artesanal andino.	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de la técnica AIDA a su producto solución. • Diseño de una forma de comercio electrónico donde ofrece su producto solución. 	2 semanas

Especialidad técnica: "Confecciones", módulo formativo: "Operatividad de máquina" - Documento de trabajo en revisión y validación



HOJA DE ORIENTACIONES N° 15



Imagen: Internet

¡Bienvenidas y bienvenidos! En la sesión anterior dejamos el producto solución con los acabados correspondientes, ahora debemos darle una presentación adecuada antes de que salga a la tienda, esto se logrará a través del **planchado, doblado y embalado** del artículo, para ello debes seguir las orientaciones que vienen a continuación.

Propósito de aprendizaje

Aplicamos habilidades técnicas al realizar el planchado, doblado y embalado del producto solución.

Producto (Evidencia de aprendizaje)

Fotografía o video del proceso de planchado, doblado y embalado del artículo textil en base a tejido andino.

Encontrarás las orientaciones específicas para la elaboración del producto en la Hoja de Actividades.

¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?



Imagen: Internet

¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?

Durante el desarrollo de las actividades tu profesor/a se comunicará contigo para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar una foto de los productos que elaboraste, mediante WhatsApp o por el medio que te indique tu profesor/a. El/la profesor/a revisará tu producto y te devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. **“En caso de tener dudas o necesitar más apoyo comunícate con tu profesor/a, envíale un mensaje o llámalo/a”.**

HOJA DE INFORMACIÓN N° 15



Imagen: 123RF

¡Hola! Es momento de **planchar, doblar y embalar nuestro producto solución**. En la sesión anterior dejamos al producto con los acabados correspondientes y ahora es necesario conocer algunas técnicas que nos ayudarán a ejecutar esta tarea de forma hábil.

¡Vamos a aprender cómo se realizan estos procesos!



I. EL PLANCHADO

1.1 ¿Qué es el planchado?

Es una técnica que sirve para quitar las arrugas y las marcas de las prendas, porque gracias al calor de la plancha, las fibras de las prendas se estiran y vuelven a su forma inicial.

Existen muchos tipos de planchas, desde las domésticas, a los centros de planchado que se han puesto ahora de moda, pasando por los trenes o mesas de planchado industriales, que son las que usan en las tintorerías.

La finalidad de todas y cada una de ellas es la misma: quitar las arrugas de las prendas. El proceso variará resultándonos más o menos sencillo en función de la calidad y versatilidad de la plancha.



Imagen: Internet

El planchado industrial

Las planchas industriales están pensadas para que sea más rápido obtener el acabado deseado que, al tener una potencia muy superior, no será necesario darle muchas pasadas a la ropa para que la prenda quede lista para el embalaje. También tienen una autonomía superior, es decir, no será necesario parar el proceso y rellenar el agua con tanta frecuencia como en una plancha doméstica.

Es por su rapidez y su acabado por lo que el planchado industrial es el elegido en todas las tintorerías, facilitando y aligerando así el trabajo de las personas encargadas de planchar. Imagínate estar ocho horas planchando sin parar con una plancha doméstica.

Por tanto, el planchado industrial no tiene muchas diferencias con el doméstico, simplemente tiene más potencia y es más rápido.



Imagen: Internet

1.2 Accesorios para ejecutar un buen planchado.

1.2.1 La plancha:

- Semi - industrial

Las planchas de mano semi-industriales o para profesionales pueden ser: De calor seco (plancha eléctrica) y de calor húmedo (plancha de vapor). En el primer caso el calentamiento es por resistencia eléctrica, el segundo es por vapor de agua.

Básicamente existen dos tipos de planchas de vapor: Plancha con vapor de agua. Plancha de vapor con generador de vapor. En la plancha de vapor con bomba el vapor se produce dentro de la plancha a partir del agua bombeada desde un depósito auxiliar conforme la plancha lo va necesitando. En la plancha con generador de



Imagen: Internet

vapor no es la plancha la que produce el vapor, sino un generador independiente que le sirve de soporte. La cantidad de vapor producida es mucho mayor que la del tipo anterior y, por lo tanto, el planchado es mucho más fácil.

Las planchas industriales pueden clasificarse en las siguientes categorías:

- Planchas de alta presión

Las planchas de alta presión son calentadas mediante vapor de red, y trabajan a una presión entre 3 y 6 Kg/cm²; pueden poseer resistencia eléctrica.



Imagen: Internet



Imagen: Internet

- Planchas de baja presión

Las planchas de baja presión son planchas vaporizables con calentamiento eléctrico cuyas resistencias internas producen el vapor en la propia plancha, o bien, caso más común, el vapor se produce en un recipiente aparte denominado generador de vapor que trabaja a una presión entre 1,5 y 3 Kg/cm².



Imagen: Internet

- Planchas secas

Las planchas secas son aquellas elaboradas de hierro seco consideradas como "antiguas" o tradicionales, en base, a la sencillez de su diseño. Una de las características que determinan a una plancha seca es la simplicidad que presenta

al momento de regular la temperatura; ya que, en la rueda superior te permite modificar la intensidad dependiendo del tipo de tela o fibra que estés planchando.

Una de las ventajas que presentan las planchas secas es la reducción del daño que presentan hacia las prendas textiles sin necesidad de mantener una constante vigilancia de éstas al momento de realizar la acción.



Imagen: Internet

1.2.2 Almohadones de sastré

Básicamente son formas rellenas de vellón. Están confeccionados con dos tipos de tela, de un lado de lana y del otro de algodón. El lado de lana es el que más se utiliza y sirve para aumentar el calor del planchado y preservar la humedad del vapor (dos particularidades de la fibra de lana). El lado de algodón produce el efecto contrario: disipa el calor y enfría rápidamente la tela, y es recomendado para tejidos delicados como sedas, rasos, etc.

Sus formas suaves y ergonómicas lo hacen el complemento indispensable para planchar pinzas, solapas, cuellos y toda parte curva de una prenda.



Imagen: Internet

1.2.3 La tabla de planchar

Se conoce como tabla de planchar al soporte que se utiliza para planchar ropa, que también se le conoce como "Buró" o "Burro". Consta básicamente de una superficie plana, larga y estrecha fabricada generalmente de aluminio sobre la que se colocarán las prendas.



Imagen: Internet

1.2.4 El clapper

El clapper es un invento genial. Simple y sencillo. Su función es acelerar el proceso de planchado en telas pesadas o de lana, como las que se utilizan para trajes, chaquetas, tapados, etc. ¡Hasta sirve para planchar cuero! Y logra su cometido de la manera más sencilla: al aplicarlo con presión sobre la tela, inmediatamente después de levantar la plancha caliente, fija el calor y absorbe toda la humedad del vapor.



Imagen: Internet

1.2.5 Tailor board o plataforma de sastre

Esta herramienta es la navaja suiza del planchado profesional. Parece un artefacto extraño con varios lados y formas. Sirve para utilizarlo de base de planchado en diferentes costuras y terminaciones. Tiene que ser de madera 100% (no MDF) ya que la madera absorbe la humedad del vapor de la plancha y seca la prenda en el acto.



Imagen: Internet



Imagen: 123RF

Si deseas saber más sobre el uso de estos accesorios de planchado te invito a visitar la siguiente dirección en la web:

<https://www.youtube.com/watch?v=K7WslEJQuSU>

También puedes escanear el código de barras con tu teléfono celular conectado a Internet.



II. EL DOBLADO

2.1 ¿Qué es el doblado?

Consiste en plegar la prenda para su posterior embolsado o embalado. Hacer un doblado perfecto dependerá del tipo de prenda que queremos doblar.

Veamos, por ejemplo, la técnica para doblar un polo luego de su confección:

Usando un fólter o un cartón del tamaño equivalente sigue los siguientes pasos:

<p>Coloca un pedazo de cartón en la espalda del polo.</p>		<p>Imagen: Internet</p>
<p>Dobla las mangas hacia el interior.</p>		<p>Imagen: Internet</p>
<p>Dobla la base hacia arriba</p>		<p>Imagen: Internet</p>
<p>Dobla la parte que sobra y quita el cartón.</p>		<p>Imagen: Internet</p>

III. EL ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE

A simple vista pareciera que se trata de una misma acción, pero en el fondo cada proceso es diferente en la industria. Una vez que tenemos nuestra prenda o producto solución **“doblado”** ahora corresponde cumplir con los siguientes procesos: envase, empaque y embalaje.



Imagen: Internet

Envasado: Consiste en colocar la prenda en un envase que, por lo general, es una bolsa de celofán que es transparente y que existe en el mercado en distintas medidas para diversos productos.



Imagen: Internet



Imagen: Internet

Empaque: Consiste en agregar a la prenda una bolsa o caja adicional que por lo general contiene el logo de la empresa y además cumple función de publicidad, puede ser una bolsa de papel o plástico.

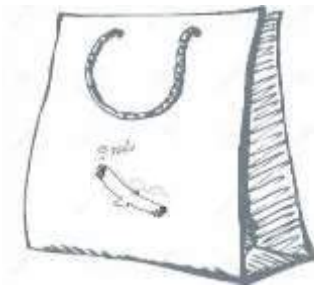


Imagen: Internet



Imagen: Internet

Embalaje: Cuando tenemos volúmenes grandes de producción y debemos despachar mercadería en viajes largos conviene proteger el producto en cajas que facilitan su transporte, ello garantizará que las prendas o productos lleguen a su destino totalmente protegidas.



Imagen: Internet



HOJA DE ACTIVIDADES N° 15

Para el desarrollo de los productos apóyate en la hoja de información y busca el apoyo de tu profesor(a) y/o de tu familia.



Imagen: Internet

Actividad N° 1: Explica la importancia del planchado en la confección textil:

Actividad N° 2: Envía un (01) video del proceso de doblado del producto solución que elaboraste.

Actividad N° 3: Describe qué tipo de embalado utilizarás para tu producto solución. A continuación, es momento de la autoevaluación, hazlo con mucha conciencia y siempre pensando en mejorar.

Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social			
Criterios de evaluación	Lo logré	Estoy en proceso de lograrlo	¿Qué puedo hacer para mejorar mis aprendizajes?
Apliqué habilidades técnicas al momento de ejecutar el planchado, doblado y embalado del artículo de confección en base a tejido andino que elaboré.			



Hasta la próxima. ¡Tupananchiskamaña!

No olvides guardar las evidencias o productos de tu aprendizaje. La hoja de productos desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios envíalas por WhatsApp a tu profesor/a, en caso de no tenerlos archívalas en un tu portafolio personal (fólder).

HOJA DE ORIENTACIONES N° 16



Imagen: Internet

¡Bienvenidas y bienvenidos! En la sesión anterior dejamos el producto solución embalado, ahora llegó el momento de vender nuestro producto, de seguro eso es realmente emocionante, para ello debes seguir las orientaciones que vienen a continuación.

Propósito de aprendizaje

- Aplica habilidades técnicas para lograr una venta exitosa del producto solución.

Producto (Evidencia de aprendizaje)

- Aplicación de la técnica AIDA a su producto solución.
- Diseño de una forma de comercio electrónico donde ofrece su producto solución.

Encontrarás las orientaciones específicas para la elaboración del producto en la Hoja de Actividades.

¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?



Imagen: Internet

¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?

Durante el desarrollo de las actividades tu profesor/a se comunicará contigo para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar una foto de los productos que elaboraste, mediante WhatsApp o por el medio que te indique tu profesor/a. El/la profesor/a revisará tu producto y te devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. **“En caso de tener dudas o necesitar más apoyo comunícate con tu profesor/a, envíale un mensaje o llámalo/a”.**

HOJA DE INFORMACIÓN N° 16



Imagen: 123RF

¡Hola! Es momento de vender **nuestro producto solución**, en la sesión anterior ya teníamos el producto con su respectivo embalado y ahora es necesario conocer algunas técnicas que nos ayudarán a ejecutar una venta exitosa de nuestro producto.

¡Vamos a revisar información sobre la venta, las técnicas de venta y a aprender cómo se realizan estos procesos!



LA VENTA

1.1 ¿Qué es la venta?

El concepto de ventas es muy amplio, pero básicamente consiste en el acto de negociación en el cual una parte es el vendedor y la otra el comprador.

La venta es el resultado de la buena gestión del vendedor y de la campaña de marketing.

Las ventas son la estrategia para satisfacer necesidades de un individuo, impulsados por la interacción humana. Es la capacidad de satisfacer una necesidad en el momento adecuado.

Textiles Cusqueñas aumentaron monto de sus exportaciones en el primer semestre

por Saira Miguel Guerrero
12 de mayo del 2016 - 19:00:03



Imagen: Internet

1.2. ¿Qué podemos hacer para ser buenos vendedores?

Para lograr nuestro propósito de vender nuestros productos existen muchas técnicas que podemos aplicar y que los vendedores aplican para tener éxito en la venta de sus productos.

Veamos una de las principales técnicas que hay para lograr convencer a los compradores:



Imagen: Internet

1.2.1 La técnica AIDA

Vender no es cuestión de suerte, sino de estrategia. Cómo captamos la atención del consumidor, cómo le comunicamos la propuesta comercial y cómo le guiamos hacia la compra son procesos esenciales para conseguir el objetivo: vender. Una de las estrategias clásicas para activar estas metas es el modelo o técnica de ventas AIDA.



Imagen: Internet

El modelo AIDA es una técnica de venta que identifica las etapas cognitivas y conductuales que atraviesa un consumidor durante el proceso de compra de un producto o servicio con el objetivo de comunicar el mensaje correcto en cada fase.

Así, el acrónimo AIDA hace referencia a las fases de atención, interés, deseo y acción. En cada una de ellas, los especialistas en ventas deben adaptar sus campañas publicitarias y estrategias de comunicación para ayudar a los consumidores a avanzar de una etapa a la siguiente.



Imagen: Internet

Estas etapas se identifican con el clásico embudo de ventas de conversión que representa las fases que atraviesa una persona desde que desconoce por completo una marca hasta que se convierte en cliente tras culminar una acción de compra. Este proceso de compra consta de las siguientes fases: descubrimiento y toma de conciencia, consideración y búsqueda de información, decisión valorando alternativas y acción o compra del producto.

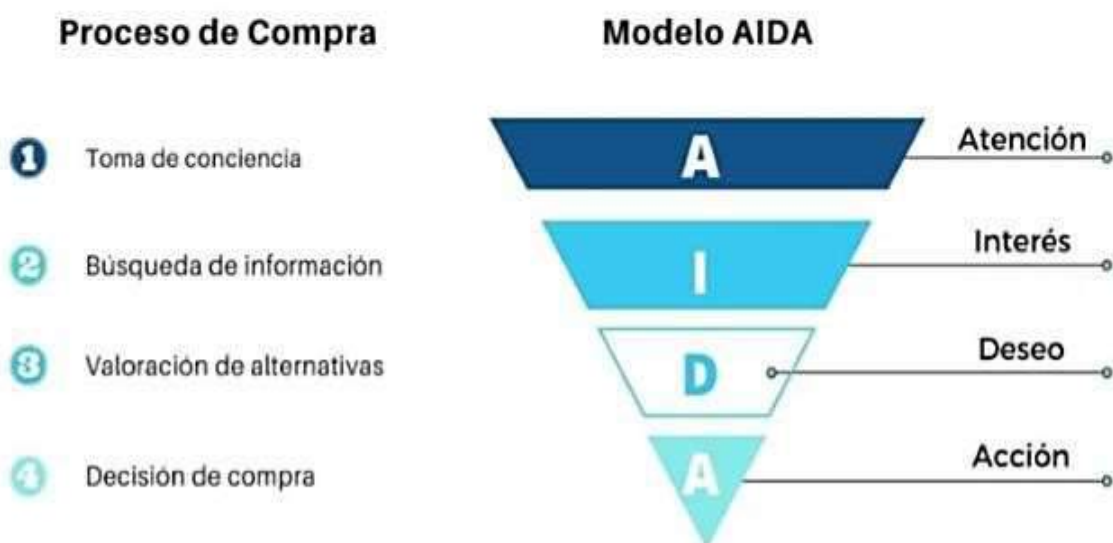


Imagen: Internet

La técnica de venta AIDA se ha convertido en uno de los modelos publicitarios más polivalentes y utilizados en la gestión comercial y ventas desde su **creación a finales del siglo XIX por el publicista americano E. S. Elmo Lewis**. Tal y como él mismo señaló, la misión de un anuncio es atraer al consumidor para que le preste atención. Una vez que tengamos su atención, hay que hacer que le resulte relevante e interesante y, por último, activar su deseo para convencerle de la compra una vez que termine de revisar el anuncio.

Vamos a ver cada paso del modelo AIDA más detenidamente.

ATENCIÓN

Cuando una marca se dirige a un público frío que ni siquiera te conoce, el primer paso del proceso de compra es hacer uso de **técnicas para captar la atención del cliente o del público objetivo** y asegurarse de que la audiencia tiene claro que ese negocio existe y qué es lo que le ofrece. La meta es activar la curiosidad y la intriga para que el futuro cliente piense en el producto o servicio y tome conciencia del mismo.



Imagen: Internet

El conocimiento de marca se puede lograr a través de un titular atractivo, un spot televisivo, una cuña de radio, un e-mail, un SMS e incluso a través del tráfico de búsqueda orgánico si nos circunscribimos al ámbito digital. Un artículo de calidad y útil para la audiencia puede ser una manera de atraer prospectos hacia la marca, por ejemplo.



Imagen: Internet

Brincando al enfoque offline, un folleto publicitario, patrocinar un evento, ofrecer una demostración u organizar una conferencia pueden ser tácticas efectivas para captar la atención de las personas.

INTERÉS

Para conducir a los prospectos al segundo paso, hay que desarrollar el interés de ese cliente potencial por el producto o servicio. En este momento, el consumidor entra en una etapa afectiva que va más allá del mero conocimiento de la oferta y en la que puede considerar la compra.



Imagen: Internet

En esta fase es vital mostrar a los clientes **por qué necesitan esa oferta brindando información de interés y dejando claros los beneficios de la misma**. Este punto es vital en marketing: Dar el paso de transformar las características de un producto o servicio en beneficios.

DESEO

El interés de la etapa anterior se transforma en una **necesidad real del cliente**. Los clientes potenciales ya sienten que el producto o servicio encaja con ellos, les puede ayudar y pueden imaginarse utilizándolo.

La oferta debe haber quedado claramente definida, es decir, debe haber expresado cómo ese producto o servicio resolverá los problemas del consumidor o cómo mejorará su vida de alguna manera. El objetivo es fomentar la confianza del cliente potencial y transformar en su mente la idea de “me gusta” por “lo necesito”.

Los estudios de caso, los testimonios de clientes o las pruebas gratuitas pueden aumentar el deseo de los prospectos ayudando a derribar objeciones, reducir el riesgo de la compra y mejorar el valor de la marca.

ACCIÓN

La etapa final de la técnica de venta implica la actuación del consumidor. En otras palabras, es el **empujón final que el prospecto necesita para llevar a cabo la acción deseada por la marca**. Las ofertas limitadas, los descuentos o las promociones pueden ofrecer el incentivo necesario para que el público tome la decisión.

Generalmente se persigue el objetivo de compra. No obstante, la acción también puede traducirse en una visita a un local físico para una demostración del producto o servicio o en una llamada telefónica al negocio para obtener más información.



Imagen: Internet



Imagen: Internet

Ejemplo de la aplicación de la técnica AIDA:

Ahora que ya tenemos claras las diferentes fases del modelo AIDA, vamos a ver cómo aplicarlo a la gestión comercial y las ventas tomando como ejemplo el lanzamiento **de Netflix en España**. Netflix es un servicio que Streaming por suscripción que les permite a sus miembros ver series y películas sin publicidades en un dispositivo con conexión a Internet.

Atención: Netflix hizo uso de diferentes medios publicitarios para captar la atención y despertar la curiosidad de su público objetivo (anuncios impresos, spots televisivos, anuncios en plataformas sociales como YouTube o Facebook o anuncios en Display de Google, entre otros). De esta manera, la marca atacaba a su cliente potencial tanto desde el plano online como offline. Aprovechaba el contenido más famoso de su plataforma para activar la intriga del público y hacía uso del copy publicitario con gran habilidad.

Interés: Cuando los prospectos de Netflix conocían la marca y visitaban su portal web, se incitaba su interés a través de una prueba gratuita de un mes para nuevos suscriptores. Los usuarios podían probar y experimentar con la plataforma y sus funcionalidades durante el plazo establecido sin desembolsar ni un Sol y sin compromiso.

Deseo: Los espectadores habían disfrutado de la experiencia de visualización perfecta y las amplias funciones de la plataforma. El resto de beneficios de la marca incentivaban el deseo (sin permanencias ni contratos, multidispositivo, actualización constante de contenido...).

Acción: Tras enganchar al usuario a su oferta, Netflix lo convertía en un suscriptor de pago ofreciéndole una amplia variedad de planes.

Con esta estrategia comercial, la plataforma de contenido audiovisual ha logrado conquistar a más de 180 millones de suscriptores en todo el mundo,

1.2. El comercio electrónico:

Si bien es cierto necesitamos aplicar técnicas de ventas, también es importante ahora ayudarnos de la tecnología y con mayor razón en el contexto de pandemia en el que estamos viviendo.

1.2.1. ¿Qué es el comercio electrónico?

El comercio electrónico, puede ser definido como la actividad económica que permite el comercio de productos y servicios a partir de medios digitales, como páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales.



Imagen: Internet

Por medio de la red virtual los clientes pueden acceder a diversos catálogos de servicios y productos en todo momento y en cualquier lugar.

La relevancia de este tipo de comercio es tal que los negocios lo toman como parte de la estrategia de ventas gracias a su eficiencia.

Los establecimientos ya cuentan con páginas web y crean perfiles en redes sociales para conseguir llegar a un mayor rango de público.

Vender y comprar ya es una tarea sencilla propiciada, desde luego, por la tecnología, como los dispositivos móviles con acceso a la red.

Queda claro que para comercializar de manera electrónica no es necesario crear una gran tienda virtual y ser una marca consolidada en Internet, pues cualquier persona puede hacerlo a través de una simple publicación en sus redes sociales o aprovechando una plataforma externa.



Imagen: Internet



Imagen: Internet



Imagen: Internet

1.2.2. ¿Cuáles son las características del comercio electrónico?

Aunque, al igual que el comercio tradicional, tiene como fin máximo generar ventas, sin duda el comercio electrónico es muy distinto.

Existen muchas características que diferencian el comercio electrónico de lo que décadas atrás conocíamos como comercio, y estas son algunas de ellas:



Imagen: Internet

- **Alcance global**

Años atrás, para que una empresa pudiese generar ventas en otro continente tenía que ser una organización colosal, con diferentes sucursales, colaboradores y una gran capacidad logística.

En cambio, el comercio electrónico le brinda alcance global a todo el que desea incursionar en él. Y es que consumidores de cualquier país podrán ingresar a tu tienda virtual o cuenta en las redes sociales.

Simplemente, debes desarrollar las estrategias adecuadas para conectarte con ellos.

- **Ubicuidad**

¿Sabes qué significa este término? Se refiere a aquello que tiene la capacidad de estar presente en todas partes al mismo tiempo.

Sí, tal como lo hace el comercio electrónico. Si así lo desea, una tienda virtual puede atender al público las 24 horas del día, independientemente del lugar en que se encuentre el usuario.



Imagen: Internet



Imagen: Internet

comentarios sobre productos e, incluso, plantear quejas.

- **Interactividad**

Otra de las características del comercio electrónico es que fomenta una retroalimentación constante entre los consumidores y las marcas.

En cuestión de segundos, los usuarios pueden hacer preguntas,

Mientras, las tiendas preocupadas por la atención al consumidor tienen la posibilidad de responder a cualquier interacción de inmediato.

1.2.3. ¿Para qué sirve el comercio electrónico?

Veamos las 3 ventajas que tenemos con el comercio electrónico.

- **Incremento de las oportunidades de venta**

Lógicamente, un comercio que opere de forma tradicional incrementará de forma significativa sus oportunidades de venta si también decide aprovechar los canales electrónicos.

Por otro lado, las marcas que se dedican exclusivamente a esta forma de comercio también cuentan con mayores oportunidades, pues tienen acceso a una comunidad global de millones de usuarios.



Imagen: Internet

- **Lanzamiento de productos innovadores**

En el mercado tradicional, el lanzamiento de productos innovadores demanda una fuerte inversión en publicidad y una gran estructura logística para llevarlo a los puntos de venta o proveedores adecuados, así como la productividad de un equipo de venta.

Es por eso que muchos medianos y pequeños emprendedores aprovechan el comercio electrónico para ofrecer servicios o artículos novedosos, permitiéndoles a los usuarios conocer sus especificaciones e, incluso, interactuar con algunas de sus funcionalidades antes de comprarlos.



Imagen: Internet

- **Reconocimiento de marca**



Imagen: Internet

Si tu negocio tiene años de trayectoria, pero su reconocimiento de marca es muy bajo, sin duda necesitas del comercio electrónico.

Comercializar en la numerosa comunidad de Internet y las redes sociales sirve para que una marca pase de ser “invisible” a conocida por muchos usuarios y actores del mercado.

1.2.3. Algunas plataformas de comercio electrónico:

Para comercializar de manera electrónica existen diferentes alternativas, y una de ellas es a través de plataformas que sirven de intermediarias entre emprendedores/productores/comercios y su público objetivo. Por ejemplo:

- **Shopify**

Esta plataforma, desarrollada en Canadá, ofrece alojamiento, creación de sitios web, herramientas de Marketing y otros complementos a cambio de un pago mensual.

- **PrestaShop**

Esta plataforma te permitirá crear tu tienda virtual a través de una interfaz intuitiva y sencilla, que cuenta con más de 4 mil plantillas de diseño. Además, PrestaShop te enlazará con miles de proveedores.

HOJA DE ACTIVIDADES N° 16

En la hoja de información descubrimos que para vender es necesario aplicar técnicas y usar la tecnología, es momento de poner en práctica nuestros conocimientos y convertirnos en expertos en ventas de nuestros propios productos textiles en base a tejido andino.



Imagen: Internet

Actividad N° 1: Aplica la técnica AIDA para tu producto solución, completa el siguiente cuadro:

Técnica	Descripción de la estrategia
Atención	
Interés	
Deseo	
Acción	

Actividad N° 2: Elige una red social y elabora una publicación que te ayude a vender tu producto solución:

.....



Hasta la próxima. ¡Tupananchiskamaña!

No olvides guardar las evidencias o productos de tu aprendizaje. La hoja de productos desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios envíalas por WhatsApp a tu profesor/a, en caso de no tenerlos archívalas en un tu portafolio personal (fólder).

Hola llegamos a la cuarta y última unidad del módulo, corresponde reflexionar sobre todo el camino recorrido. ¡Vamos!

En la presente unidad desarrollaremos las siguientes competencias y capacidades del área Educación para el Trabajo:

Unidad IV

Competencia	Capacidades	Desempeños
Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social	Evalúa proyectos de emprendimiento	Elabora y aplica instrumentos de recojo de información en función de indicadores que le permitan mejorar la producción familiar con criterios técnicos modernos.

Continuando con la secuencia de sesiones que ya has desarrollado, te alcanzamos la sesión 17 que te permitirá reflexionar sobre todo el proceso de confección de tu producto solución.

Actividades de aprendizaje	Principales evidencias	Duración
17. Evaluación del proceso de fabricación de artículos textiles en base a tejido artesanal andino.	<ul style="list-style-type: none"> Instrumentos de recojo de información sobre artículos textiles en base a tejido artesanal andino. 	1 semana



Imagen: Internet

¡Llegamos al final!

Quiero felicitarte por todo el esfuerzo en el trabajo realizado hasta ahora. Con estas últimas sesiones has terminado el módulo. Si aún no has logrado terminar tu producto solución o sientes que necesitas revisar algunos temas o practicar un poco más, pues no dudes en comunicar a tu profesor. Estoy segura de que él te apoyará.

HOJA DE ORIENTACIONES N° 17



Imagen: Internet

¡Bienvenidas y bienvenidos! Llegamos a la sesión N° 17 en la que daremos una mirada al camino recorrido. En cada sesión fuimos trabajando el proyecto de emprendimiento y ahora nos toca hacer una evaluación del proceso con la finalidad de seguir mejorando nuestros procesos, para ello debes seguir las orientaciones que vienen a continuación.

Propósito de aprendizaje

- Elabora y aplica instrumentos de recojo de información para determinar los beneficios y pérdidas económicas y el impacto social y ambiental generado por el proyecto para incorporar mejoras.

Producto (Evidencia de aprendizaje)

- Instrumento de recojo de información elaborado y aplicado al proyecto de emprendimiento.
- Análisis y conclusiones de la evaluación.

¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?



Imagen: Internet

¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?

Durante el desarrollo de las actividades tu profesor/a se comunicará contigo para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar una foto de los productos que elaboraste, mediante WhatsApp o por el medio que te indique tu profesor/a. El/la profesor/a revisará tu producto y te devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. **“En caso de tener dudas o necesitar más apoyo comunícate con tu profesor/a, envíale un mensaje o llámalo/a”.**

HOJA DE INFORMACIÓN N° 17

puedas mejorar tus resultados de aprendizaje.”



¡Hola! Es momento de evaluar los procesos en los que realizamos para la fabricación o confección de artículos textiles. Para poder ejecutar la evaluación primero debemos entender para qué se evalúa y qué instrumentos utilizaremos para evaluar.

I. LA EVALUACIÓN

Imagen: Internet

1.1 ¿Qué es la evaluación?

Se entiende por evaluación el proceso de recolectar y analizar datos o información con el fin de poder tomar decisiones acerca de nuestro proyecto de emprendimiento.

1.2 Evaluando nuestro proyecto de emprendimiento

¿Recuerdas? Este camino lo hemos recorrido juntos desde el inicio del año escolar. Ahora nos toca evaluar todo lo aprendido en cada etapa.

Dentro de las etapas de un proyecto de emprendimiento se encuentra la etapa de evaluación del proyecto. En esta etapa se realiza la evaluación de los procesos, resultados e impactos económicos y sociales del proyecto de emprendimiento.

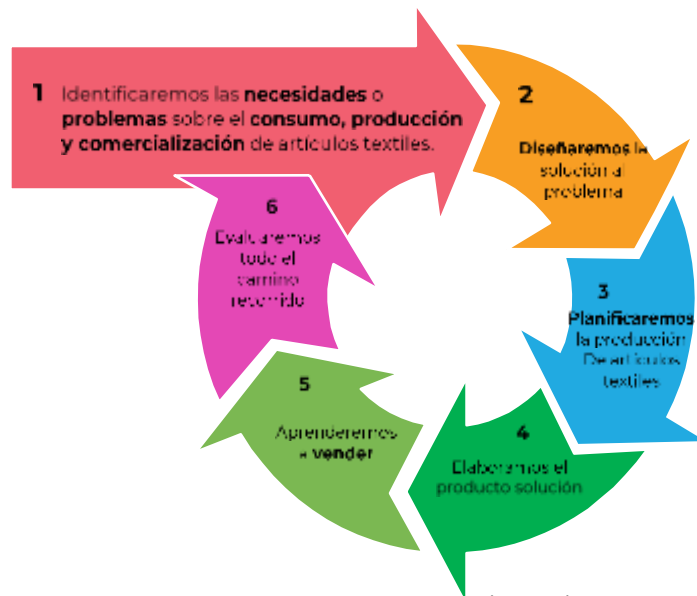


Imagen: Internet



Imagen: Internet

Un proyecto de emprendimiento puede evaluarse desde la perspectiva del éxito: ¿Fue exitoso o no dicho proyecto?

1.3. ¿Para qué evaluamos nuestro proyecto de emprendimiento?

La idea de esta parte del proyecto es muy clara: **MEJORAR O CORREGIR PROCESOS PARA ALCANZAR MEJORES RESULTADOS ECONÓMICOS O SOCIALES**, por lo tanto, este proceso final revisará todas las etapas del proyecto de emprendimiento aplicando instrumentos de recojo de información que luego nos servirán para hacer análisis y llegar a conclusiones sobre nuestro proyecto.

1.3. Instrumentos para recoger información:

1.3.1 La lista de cotejo: Consiste en un listado de aspectos o criterios a evaluar al lado de los cuales se puede calificar o asignar valor, es un instrumento sencillo que nos ayuda a verificar qué aspectos aún debemos fortalecer en nuestro proyecto de emprendimiento.

Vamos con un ejemplo:

Criterio de evaluación	SÍ	NO
El proyecto me permitió generar una propuesta de valor clara y viable.		
El proyecto me permitió desarrollar habilidades técnicas para elaborar el producto solución.		
El proyecto me permitió desarrollar habilidades técnicas para determinar la rentabilidad del producto solución.		
El proyecto me permitió desarrollar habilidades técnicas para comercializar el producto solución.		

Una vez aplicada la lista de cotejo podríamos determinar cuál es el campo del proyecto que aún falta fortalecer y de ese modo tomar la decisión de superar el problema.

1.3.2 La escala de apreciación: Es un instrumento de evaluación.

La escala de apreciación es un conjunto de características o criterios que deben ser juzgadas de acuerdo a una escala que permite identificar el grado hasta el cual se ha alcanzado cada criterio.

Ejemplo:

Criterios	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
¿El proyecto te permitió trabajar en equipo?				
¿El proyecto generó espacios para el diálogo, el intercambio de ideas y toma decisiones durante su desarrollo?				



Conocida la información, podemos tomar la decisión de corregir o mejorar aquellos aspectos en los que se haya marcado las opciones: Nunca y A veces.

1.4. Análisis y conclusiones de la información.

Toda la información que recojamos a través de los instrumentos de evaluación será analizada, esto quiere decir que se buscará una explicación detallada y por cada criterio a fin de determinar la falla y, consecuentemente, plantear soluciones, las mismas que se consignarán en las conclusiones:

Ejemplo

Criterios	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
¿El proyecto te permitió trabajar en equipo donde los roles de cada integrante estaban bien definidos?	X			

En caso la información haya dado como resultado "Nunca", como se muestra en el ejemplo, ahora debo hacer el análisis, es decir encontrar las razones por las que se consigna esta información:

"Cuando trabajé el proyecto quise hacerlo individualmente, no logré comunicarme con ningún compañero o compañera".

Conclusión:

"Será muy útil para mi proyecto trabajar en equipo con los compañeros y compañeras que viven cerca de mi casa. También puedo involucrar más a los miembros de mi familia y aprovechar las potencialidades del trabajo en equipo".

Como verás estimado estudiante, la evaluación es un proceso mediante el cual identificamos fallas o dificultades en nuestro trabajo con la finalidad de resarcir estas fallas y mejorar el proyecto, nada es perfecto, por lo tanto, siempre tendremos algún aspecto que mejorar para hacer que nuestro proyecto alcance el éxito que esperamos.

HOJA DE ACTIVIDADES N° 17

Desde el inicio del año escolar has desarrollado el proyecto de emprendimiento sobre la confección de artículos textiles en base a tejido andino, no importa mucho si durante el desarrollo cometiste errores porque de los errores se aprende. Esto es ver el lado positivo de los errores. En esta oportunidad evaluaremos cómo el desarrollo del proyecto permitió desarrollar capacidades en ti.



Imagen: Internet

Actividad N° 1: ¿Lograste realizar el **producto solución** según a las necesidades o problemas de producción, comercialización y consumo de artículos textiles en base a tejido andino? Marca con una X según tu criterio.

SÍ () No () Estoy en proceso de lograrlo ()

Explica: ¿Cómo lo lograste? O ¿Por qué no pudiste lograrlo? O ¿Por qué dices que estás en proceso de lograrlo?

A continuación, te planteamos actividades con los criterios que debería tener un proyecto de emprendimiento, para que efectivamente desarrolle en ti las capacidades necesarias para llegar a ser un gestor de proyectos de emprendimiento económicos o sociales.



Actividad N° 2: Evalúa el desarrollo de tu proyecto de emprendimiento según los siguientes criterios planteados en la **escala de apreciación**. Lee con detenimiento la pregunta, reflexiona sobre la pregunta a partir de las actividades realizadas durante el desarrollo del módulo de “Confección de artículos textiles en base a tejido andino”. Marca con una x según tu apreciación.

Criterios	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1. ¿El proyecto te permitió trabajar en equipo?				
2. ¿El/la profesor/a te demostraba confianza en tus capacidades durante el desarrollo del proyecto?				
3. ¿El proyecto te ha permitido conocer y aplicar técnicas para crear o generar ideas a partir de las necesidades de los potenciales clientes?				
4. ¿Tu profesor ha valorado y reconocido positivamente las iniciativas que has tomado en el diseño de tu producto solución?				
5. ¿El proyecto te ha proporcionado espacios para recoger información utilizando diversas técnicas que te ayudaron a elaborar la propuesta de valor de tu proyecto?				
6. ¿El proyecto te ha permitido trabajar cooperativamente con tu familia?				
7. ¿El proyecto te ha permitido desarrollar habilidades técnicas relacionadas con la opción técnica que te ofreció la institución educativa?				
8. ¿El proyecto te ha permitido desarrollar habilidades de emprendimiento para que puedas continuar con tus propios recursos tu proyecto?				

En caso hayas marcado “Nunca” y “A veces” sería bueno expresar acciones precisas que te ayuden a revertir esta situación y compromisos que te ayuden a mejorar en esos aspectos en los que aún no has alcanzado logros.

1. _____

2. _____

3. _____

Actividad N° 3: Al lado de cada oración, escribe una V si es verdadera y una F si es falsa la afirmación expresada.

A continuación, evaluaremos si has revisado los cuadernillos sobre el módulo de “Confección de artículos textiles en base a tejido andino” y si te has convertido en un experto/a en confecciones.

Para evaluar tus conocimientos usaremos una escalera. Llegar al último peldaño respondiendo correctamente las preguntas significa lograr ser un/una experto/a confeccionista de artículos textiles en base a tejido andino.

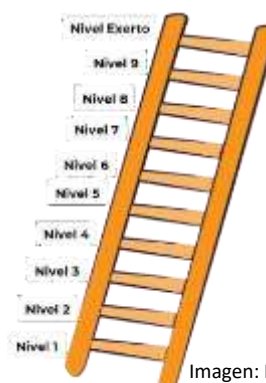


Imagen: Internet

Nivel 1: Preguntas sobre la propuesta de valor: Artículos de confección textil (escribe V si es verdadero o F si es falso).

1. Los artículos de confección textil en base a tejido andino como carteras, cartucheras, mochilas, cojines y otros tienen demanda en el mercado artesanal / turístico. ()
2. Los artículos de confección textil en base a tejido andino como carteras, cartucheras, mochilas, cojines y otros los podemos fabricar con recursos que tenemos en nuestra comunidad. ()
3. Los artículos de confección textil son prendas que no tienen demanda en el mercado artesanal. ()

Respuestas al nivel 1: Si las respuestas fueron todas correctas ya puedes subir el primer escalón.

1. V
2. V
3. F

Nivel 2: Preguntas sobre proyectos de emprendimiento e identificación de problemas (escribe V si es verdadero o F si es falso).

1. Un emprendimiento es la capacidad para llevar a cabo planes de vida, proyectos personales y colectivos. ()
2. Un emprendedor es la persona comprometida con la búsqueda de la realización de su sueño. ()
3. El mapa de empatía es una técnica participativa que ayuda a desarrollar ideas creativas para identificar el problema y organizar la información recolectada, generando un modelo de relaciones causales que lo explican. ()
4. Los proyectos de emprendimiento solucionan problemas o satisfacen necesidades de las personas. ()
5. Los problemas son conjuntos de hechos o circunstancias que dificultan la consecución de algún fin. Es un asunto o cuestión que se puede o debe solucionar o aclarar. ()

Respuestas al nivel 2: Si las respuestas fueron todas correctas ya puedes subir el segundo escalón.

1. V
2. V
3. V
4. V
5. V

Nivel 3: Preguntas sobre el taller de confección y su gestión (escribe V si es verdadero o F si es falso).

1. El taller adecuado es el mejor lugar para producir muchos artículos de confección textil. ()



2. Tener una máquina de coser es necesaria para producir muchos artículos de confección textil para la venta. ()
3. El uso de tejido andino es materia prima que nos permite ofrecer un producto singular a los consumidores de artículos textiles. ()
4. Para producir artículos de confección textil es indispensable tener un taller con maquinaria industrial especializada. ()
5. Los artículos textiles en base a tejido artesanal son muy complicados de elaborar y es no es posible elaborarlos con mis capacidades y recursos. ()

Respuestas al nivel 3: Si las respuestas fueron todas correctas ya puedes subir el tercer escalón.

1. V
2. V
3. V
4. F
5. F

Nivel 4: Preguntas sobre la planificación de la producción de artículos textiles. (escribe V si es verdadero o F si es falso).

1. Para producir artículos de confección textil no es necesario hacer ninguna planificación, solo debemos guiarnos del sentido común. ()
2. Una adecuada planificación te ayuda a incrementar el rendimiento de tu producción de artículos y mejorar la eficiencia de tu trabajo. ()
3. No es necesario tener un croquis de tu taller, eso solo quita tiempo. ()
4. El diagrama de operaciones me permite identificar el proceso y los tiempos de producción del artículo textil. ()

Respuestas al nivel 4: Si las respuestas fueron todas correctas ya puedes subir el cuarto escalón.

1. F
2. V
3. F
4. V

Nivel 5: Preguntas sobre el presupuesto (V o F)

1. Para fijar el precio a tu producto solución es muy importante considerar los costos de producción en los que incurrirás para producir el bien. ()
2. Los elementos del bien que queremos producir son: el producto básico, la marca, el envase y la etiqueta. ()
3. Jornal es la cantidad de dinero que un trabajador gana al mes. ()
4. El costo del agua, la energía eléctrica y la depreciación de materiales son costos directos. ()

Respuestas al nivel 5: Si las respuestas fueron todas correctas ya puedes subir el quinto escalón.

1. V
2. V
3. F
4. F

Nivel 6: Preguntas sobre las máquinas, equipos y herramientas que se usan en confección textil (escribe V si es verdadero o F si es falso).

1. La máquina recta nos permite hacer costuras bien definidas en el proceso de ensamblaje del producto solución. ()
2. Las tijeras de costura sirven fundamentalmente para cortar los tejidos tras el proceso de patronaje. Suelen tener un mayor peso que las tijeras comunes. ()



3. El dedal es un instrumento utilizado en costura que sirve para empujar la aguja cuando se da una puntada. ()
4. La remalladora es una máquina que sirve para hacer trazos de confección textil. ()
5. La cinta métrica es necesaria para el proceso de cortado de la tela. ()

Respuestas al nivel 6: Si las respuestas fueron todas correctas ya puedes subir el sexto escalón.

1. V
2. V
3. v
4. F
5. F

Nivel 7: Preguntas sobre el trazado extendido y cortado de la tela (escribe V si es verdadero o F si es falso).

1. Se llama urdimbre a los hilos que van en el sentido del largo de la tela. Es comúnmente conocida como el hilo de la tela. ()
2. La trama la forman los hilos que van de orillo a orillo, formando el ancho de la tela. ()
3. La tela se puede trazar en cualquier sentido. ()
4. El trazado se puede hacer sin una cinta métrica. ()

Respuestas al nivel 7: Si las respuestas fueron todas correctas ya puedes subir el séptimo escalón.

1. V
2. V
3. F
4. F

Nivel 8: Ensamblado del producto (escribe V si es verdadero o F si es falso).

1. La puntada es una cadena que van formando a través de la tela los hilos provenientes de la aguja y la bobina al entrelazarse. ()
2. La costura abierta o pespunte es la costura corriente de mayor aplicación en la confección. ()
3. El dobladillo tiene por objeto dar seguridad a los orillos de una prenda para evitar su deshilachado y dar una buena presentación. ()
4. Las costuras nos ayudan a dar acabados al artículo de confección textil. ()
5. Ensamblar el artículo de confección textil es un proceso en el que no interviene la máquina de coser. ()

Respuestas al nivel 8: Si las respuestas fueron todas correctas ya puedes subir el octavo escalón.

1. V
2. V
3. V
4. F
5. F

Nivel 9: Preguntas sobre la venta (escribe V si es verdadero o F si es falso).

1. La venta es el resultado de la buena gestión del vendedor y de la campaña de marketing. ()
2. La técnica de ventas AIDA nos ayuda a tener mayor éxito en la venta de nuestros productos solución. ()
3. El comercio electrónico, puede ser una alternativa tecnológica que nos permitirá vender nuestros productos a través de la web. ()
4. Vender es cuestión de suerte y nada tiene que ver las técnicas que usemos. ()

Respuestas al nivel 9: Si las respuestas fueron todas correctas ya puedes subir el noveno escalón. ¿Lo lograste? Felicidades. No olvides que debes practicar y practicar lo aprendido.

1. V
2. V
3. V
4. F

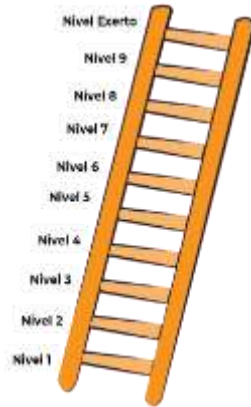


Imagen: Internet



Imagen: Internet



Imagen: Internet

Felicitaciones

Bibliografía:

- 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>.
- Ángeles Falcón, Rommel (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.
- Canal Crochet. Diferencia entre estilo inglés y estilo continental (Acceso 1/09/2020) <https://www.canalcrochet.com/diferencia-entre-estilo-ingles-y-estilo-continental.html>
- Creativa atelier. Cómo calcular los puntos para tejer una prenda desde el cuello. (Acceso 01/09/2020) <https://www.creativaatelier.com/calculer-los-puntos-para-tejer-una-prenda/>
- El mueble (2021) Brico & DIY. ¿Cómo hacer cojines paso a paso? Acceso 30/09/2021. https://www.elmueble.com/decoracion/brico-diy/como-hacer-cojines-paso-a-paso_45587
- 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).
- Laguna Inocente, Rudy / Orozco Avalos, Álvaro / Piedra Habrahamshon, Katherine / Olare Melchos, Gene (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