PROCESO					
GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y DEL RIESGO					
NOMBRE DEL FORMATO					
PLANTILLA DOCUMENTOS Y FORMATOS EN WORD SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN Y AUTOCONTROL					
CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN					
Pública	X	Pública Clasificada		Pública Reservada	

OBLIGACION No. EVIDENCIAS 1.1

Ciudad y fecha: Armenia Julio de 2025

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: Guías de aprendizaje, instrumentos de evaluación, planeación pedagógica y material apoyo

ANEXOS: Guías de aprendizaje, planeación pedagógica, instrumentos de evaluación y material de apoyo.

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: DESARROLLO DE PROPUESTAS DE EXHIBICION COMERCIAL PARA PUNTOS DEVENTA EN MODA.
- Código del Programa de Formación: 52430476 versión 1
- Nombre del Proyecto N/A
- Fase del Proyecto N/A
- Actividad de Proyecto N/A
- Competencia: Proyectar vestuario según técnicas de diseño
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

  RA1. reconocer los aspectos que componen la exhibición comercial teniendo en cuenta los atributos de diseño, las tendencias en exhibición y la orientación del mercado objetivo.
  RA2. Implementar propuestas de exhibición comercial teniendo en cuenta los requerimientos de la empresa y condiciones del cliente.
  RA3. Verificar el impacto de las propuestas de exhibición de acuerdo con los indicadores establecidos por la empresa.

Duración de la Guía: 48 horas

2. PRESENTACIÓN

Esta formación complementaria pretende apropiar los conocimientos básicos en La exhibición comercial en el Sistema Moda que juega un papel importante en la comunicación tanto de conceptos relacionados con la visión del estilo de la vida propuestos con las marcas como en la presentación de aspectos relevantes del producto como su actualidad, atributos físicos y el precio

Se enseñara la importancia de formarse íntegramente en las diferentes áreas que con llevan a la obtención del producto final y verán la importancia de un proceso práctico, innovador y organizado.

El crecimiento de una empresa depende de su capacidad para introducir nuevos productos y realizar un desarrollo consistente de los mismos.

Por medio de este curso las redes vinculadas al Sistema Moda, busca fortalecer las competencias del talento humano relacionado con el eslabón de la comercialización brindando los procesos y conocimientos necesarios para abordar con éxito las propuestas de exhibición comercial que necesitan este tipo de empresas..

Lo anterior lo podrán desarrollar por medio de actividades de resolución de preguntas y ejercicios de trabajo de grupo como evidencia para el logro de sus resultados de aprendizaje. Descripción de la(s) Actividad(es)

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

3.1 Actividades de reflexión inicial:

En el desarrollo de esta actividad se realizará el análisis de las siguientes preguntas con base en la imagen?



¿Por qué es importante tener nuestros sistemas de exhibición en correcto estado?

¿Cuáles creen que son las posibilidades de generar más recursos económicos si existe un buen sistema de exhibición de productos ?

Las respuestas serán socializadas y sustentadas por el grupo.



Descripción de la actividad: Determinar conocimientos previos referente al desarrollo de exhibición de los aprendices
Ambiente requerido: Ambiente tradicional
Estrategias o técnicas didácticas activas: Resolución de problemas, trabajo en equipo, mesas redondas entre otras.
Materiales de formación: Hojas, lapiceros
Material de apoyo: Presentaciones power point
Duración de la actividad: 1 horas.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

Con base en las preguntas anteriores en grupos de trabajo, deberán realizar una propuesta en donde se muestre una solución al problema; y en donde muestren y/o expresen la importancia de desarrollar una buena exhibición comercial.
Duración de la actividad: 1 hora.

De acuerdo al material que impartirá la instructora en la formación el aprendiz será capaz de desarrollar actividades a través de los conocimientos que se imparten .

A través de los conceptos básicos de diseño y mercadeo el aprendiz identificara que tipo de producto y/o servicio se debe de trabajar teniendo en cuenta siempre el cliente para ello se trabajara lo siguiente:



1. Identificación del mercado objetivo:

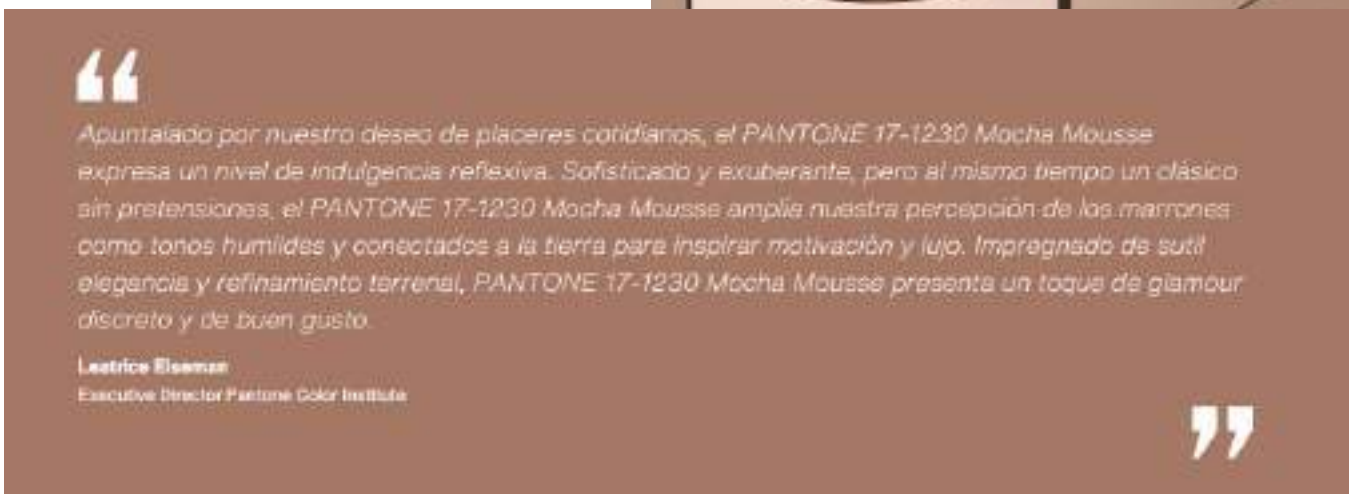
Se analiza el mercado objeto al cual va dirigida la propuesta de exhibición.

2. Tendencias de producto y de color:

Con el análisis de las tendencias actuales de color, dforma, textura, materiales entre otras , el aprendíz logrará identificar y desarrollar una propuesta de color y textura.







3. Sistemas de exhibición: se analizan y determinan los diferentes sistemas para exhibir producto en tienda comercial.
   - Racks
   - Flautas
   - Sistemas fijos y moviles





4. Merchandising sensorial: Se explora la experiencia 360º donde se busca envolver al cliente con lo que supone apostar por los productos o servicios de la marca, asociándola a un impacto positivo e inolvidable en la mente del consumidor.

Acudiendo al material didáctico entregado por la instructora en formación el aprendiz deberá realizar uno a uno los pasos enseñados anteriormente para la realización de las evidencis requeridas en el proceso de formación.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Exposición, trabajo en equipo actividades mediadas por tics
Materiales de formación se trabajará con los materiales que cada aprendiz tenga en su casa
Material de apoyo: Presentaciones mediadas por tics
Duración de la actividad: 40 horas.

3.3 Actividades de apropiación:

Con base en las actividades realizadas el aprendiz debe realizar la siguiente evidencia para ser socializadas en formación:

1. El aprendiz debe presentar un documento con tendencias del mercado y sustentarlo en formación

2. El aprendiz deberá realizar una propuesta de exhibición comercial y sustentar el por qué desarrollo el concepto de diseño de montaje y exhibición de esa forma.
3. Debe presentar la lista de chequeo del análisis de la propuesta exhibición comercial

Ambiente Requerido: ambiente tradicional con elementos para realizar exhibición.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Exposición, lluvia de ideas, trabajo en equipo

Materiales de formación: Hojas , cinta , lapiceros

Material de apoyo: Cinta, hojas, lapiceros, materiales que tengan los aprendices en sus casas o negocios para realizar montaje comercial.

Evidencias de aprendizaje:

1. Documentación y/o tendencias actuales del mercado

Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo y evidencia de producto (montaje de exhibición)

Duración de la actividad: 2 horas.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

El aprendiz en grupo de trabajo deberá realizar el montaje comercial para productos de moda donde evidenciará lo aprendido durante la formación aplicando las tendencias actuales del mercado :

Descripción de la actividad: Realizar el montaje de la exhibición comercial de acuerdo a parámetros de diseño, color y tendencias del mercado.

Ambiente requerido: Ambiente tradicional
Estrategias o técnicas didácticas activas: Exposición , mesa redonda, aprendizaje colaborativo
Materiales de formación : Hojas , lapiceros entre otros
Material de apoyo: Presentaciones mediadas por las tics
Evidencias de aprendizaje:

1. Documento tendencias del mercado
2. Montaje exhibición de producto
3. Lista de chequeo eavluación sistema de exhibición

Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo , Evidencia de producto.

Duración de la actividad: 5 horas.

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
N/A	N/A	Identificar tendencias del mercado	Documentación y/o tendencias actuales del mercado	ra1 identifica los requerimientos del diseño de la exhibición según lineamientos de la organización .	
		Desarrollar exhibición comercial	Montaje exhibición de producto	ra2 elabora propuestas de exhibición, según requerimientos de diseño y criterios establecidos por la empresa. realiza el montaje de la exhibición teniendo en cuenta la propuesta aprobada y los recursos disponibles por la empresa.	Preguntas abiertas en formación Evidencia de producto Lista de chequeo
		Evaluar propuesta comercial	Lista de chequeo eavluación	Lista de chequeo eavluación	

			sistema de exhibición	**sistema de exhibición**	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

DISEÑO : El **diseño**[1] se define como el proceso previo de configuración mental, «prefiguración», en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Se aplica habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas que requieren creatividad. El diseño involucra variadas dimensiones que van más allá del aspecto, la forma y el color, abarcando también la función de un objeto y su interacción con el usuario. Durante el proceso se debe tener en cuenta además la funcionalidad, la operatividad, la eficiencia y la vida útil del objeto del diseño.

BIEN: Los bienes son objetos que pueden ser vistos y tocados, tales como libros, plumas, sal, zapatos, sombreros, y carpetas

SERVICIO: Los servicios son realizados por otras personas, tales como doctores, jardineros, dentistas, peluqueros o camareros

PRODUCTO: En mercadotecnia, un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo.El producto es uno de los componentes estructurales de la mezcla de mercadotecnia

MERCHANDISING SENSORIAL

Así, el marketing sensorial genera una emoción y una **experiencia positiva asociada a la marca.** Como perfectamente sabes, el ser humano tiene 5 sentidos:

- **La vista:** nos permite asimilar de forma visual todo lo que nos rodea.
- **El oído:** nos llegan sonidos a través de nuestros oídos.
- **El olfato:** detecta olores.
- **El gusto:** captura el sabor y la textura de los alimentos
- **El tacto:** nos permite entrar en contacto con objetos externos a través de la piel y el cuerpo.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

https://www.pantone.com/eu/es/color-of-the-year/2025

- https://es.semrush.com/blog/marketing-sensorial/
- *https://exhivicol.com/*

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Sandra Marcela Jaramillo Moscoso**	**Instructora**	**Centro comercio y Tursmi**	**23/03/2025**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

	Versión: 04
	Código: GFPI-F-134

Proceso Gestión de Formación Profesional Integral

Formato Planeación Pedagógica

Fecha de Elaboración	18/05/2021
Denominación del Programa de Formación	**DESARROLLO DE PROPUESTAS DE EXHIBICION COMERCIAL PARA PUNTOS DE VENTA EN MODA.**
Modalidad de Formación	**PRESENCIAL**
Código y versión del Programa de Formación	**52430476 VERSION 1**
Nombre del Proyecto Formativo (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	**N/A**
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	**N/A**
Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos** **Sandra Marcela Jaramillo Moscoso** **Regional y Centro de formación** **Centro comercio y Turismo** **Regional Quindío** **Nombres y Apellidos** — **Regional y Centro de formación** **Nombres y Apellidos** — **Regional y Centro de formación** **Nombres y Apellidos** — **Regional y Centro de formación**

Copia no controlada

FASE DE PROYECTO FORMATIVO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO FORMATIVO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	SABERES DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	SABERES DE PROCESO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			OBSERVACIONES
								HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE			AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES	

N/A	N/A	**Proyectar vestuario según técnicas de diseño**	**RA1. RECONOCER LOS ASPECTOS QUE COMPONEN LA EXHIBICIÓN COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA LOS ATRIBUTOS DE DISEÑO, LAS TENDENCIAS EN EXHIBICIÓN Y LA ORIENTACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO.**	**RA1 MERCADEO: CONCEPTO, PRINCIPALES AUTORES, HISTORIA. ATRIBUTOS DE DISEÑO: ATRIBUTOS FORMALES Y COMPOSITIVOS. TEORÍA DE LA GESTALT, PRINCIPIOS DE LA COMPOSICIÓN. ATRIBUTOS FÍSICOS (COLOR, BRILLO, TEXTURA, TAMAÑO, GEOMETRÍA, SONIDO) TEORÍA DEL COLOR, FUNCIÓN DEL COLOR, APROPIACIONES DEL COLOR, TENDENCIAS DEL COLOR. ATRIBUTOS QUÍMICOS: OLOR Y SABOR, CLASIFICACIONES Y ESPECIFICACIONES. ESCAPARATISMO: DEFINICIÓN, CLASIFICACIONES (POR CONFIGURACIÓN, POR SITUACIÓN, POR MATERIAL EXPUESTO), HISTORIA DEL VITRINISMO O ESCAPARATISMO. TENDENCIAS: CONCEPTO, CATEGORIAS MOODBOARD: DEFINICIÓN, HERRAMIENTAS, TIPOS, CONSTRUCCIÓN**	**RA1 SELECCIONAR LOS MATERIALES E INSUMOS PARA LA EXHIBICIÓN. SELECCIONAR LOS COLORES Y SILUETAS PARA LA EXHIBICIÓN.**	**RA1 IDENTIFICA LOS REQUERIMIENTOS DEL DISEÑO DE LA EXHIBICIÓN SEGÚN LINEAMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN .**	**Identificar tendencias del mercado**	**16**	**2**	Documentación y/o tendencias actuales del mercado	Actividades mediadas a traves de herramientas tics, talleres, estudio de casos,, mesas redondas Aprendizaje Colaborativo, Lectura dirigida, Método de pregunta, Lluvia de ideas, Exposición.	mbiente tradicional con los elementos necesarios, como escritorios, sillas, tablero acrílico, televisor , cable hdmi	Hojas de papel , lapices, lapiceros	TÍTULO DE TECNÓLOGO EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: ADMINISTRACIÓN; O AGRONOMÍA; O ECONOMÍA; O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES; O PUBLICIDAD Y AFINES; U OTRAS INGENIERÍAS; O DISEÑO; O NBC SIN CLASIFICAR	
			RA2. IMPLEMENTAR PROPUESTAS DE EXHIBICIÓN COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA LOS REQUERIMIENTOS DE LA EMPRESA Y CONDICIONES DEL CLIENTE.	**RA2 DISTRIBUCIÓN DE UNA TIENDA: TIPOS DE ZONAS, EXHIBIDORES, DISPLAYS, MOBILIARIO. FLUJO DE PRODUCTO. ILUMINACIÓN Y MODULACIÓN. GESTIÓN DEL SURTIDO DE PRODUCTO. PROMOCIÓN DE VENTAS: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, PLANIMETRÍA, VISUAL RETAILING, POP. FORMULACIÓN DE ALTERNATIVAS DE DISEÑO: TÉCNICAS DE BOCETACIÓN ANÁLOGAS Y DIGITALES.**	**RA2 APLICAR LA INFORMACIÓN RECOPILADA EN LA FORMULACIÓN DE ALTERNATIVAS PARA LA EXHIBICIÓN. GENERAR PROPUESTAS DE EXHIBICIÓN. REALIZAR MONTAJE DE LA PROPUESTA DE EXHIBICIÓN.**	**RA2 ELABORA PROPUESTAS DE EXHIBICIÓN, SEGÚN REQUERIMIENTOS DE DISEÑO Y CRITERIOS ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA. REALIZA EL MONTAJE DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA LA PROPUESTA APROBADA Y LOS RECURSOS DISPONIBLES POR LA EMPRESA.**	Desarrollar exhibición comercial	**16**	**2**	Montaje exhibición de producto			Elementos claves para montaje exhibición comercial (recuersos que tengan en sus talleres y casas , mesas, percheros, modulosetc)		
			RA3. VERIFICAR EL IMPACTO DE LAS PROPUESTAS DE EXHIBICIÓN DE ACUERDO CON LOS INDICADORES ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA.	**RA3 INDICADORES DEL PUNTO DE VENTA: INDICADORES KPI Y SMART. IMPACTO DE LOS SENTIDOS EN LA TIENDA. MERCHANDISING SENSORIAL: OLFATO, AUDITIVO, TÁCTIL. IMPACTO DE LOS SENTIDOS EN LA TIENDA. ACTIVACIÓN DE MARCA. LAYOUT: DEFINICIÓN, PUNTO FOCAL, ZONAS FRÍAS, ZONAS CALIENTES, ZONAS TIBIAS, RECORRIDOS. SURTIDO: DEFINICIÓN, AMPLITUD, PROFUNDIDAD, CATEGORÍAS, SUBCATEGORÍAS, FAMILIAS, SUBFAMILIAS. ALTURAS, UBICACIÓN DE PRODUCTOS.**	**RA3 EVALUAR LA PROPUESTA DE EXHIBICIÓN. AJUSTAR LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN LA EXHIBICIÓN.**	**RA3 EVALÚA LA PROPUESTA DE EXHIBICIÓN IMPLEMENTADA, DE ACUERDO CON LOS LINEAMIENTOS**	Evaluar propuesta comercial	**16**	**2**	Lista de chequeo eavluación sistema de exhibición			hojas de papel impresas lista chequeo		

Copia no controlada

PROCESO GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Regional: QUINDÍO
Centro de formación: COMERCIO Y TURISMO

Denominación del Programa de Formación: DESARROLLO DE PROPUESTAS DE EXHIBICION COMERCIAL PARA PUNTOS DEVENTA EN MODA.
Código del Programa de Formación: 52430476
Versión: 1

Nombre del Aprendiz: _____

No. de Documento: _____ **No. De Ficha:**

Nombre del Instructor: Sandra Marcela Jaramillo Moscoso

Competencia:

Proyectar vestuario según técnicas de diseño

Resultado de Aprendizaje:

1 RA1. reconocer los aspectos que componen la exhibición comercial teniendo en cuenta los atributos de diseño, las tendencias en exhibición y la orientación del mercado objetivo.
RA2. Implementar propuestas de exhibición comercial teniendo en cuenta los requerimientos de la empresa y condiciones del cliente.
RA3. Verificar el impacto de las propuestas de exhibición de acuerdo con los indicadores establecidos por la empresa.

Evidencia:

- documentación y/o tendencias actuales del mercado
- montaje exhibición de producto
- lista de chequeo eavluación sistema de exhibición

INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO:

En el desarrollo de este instrumento se valorarán las evidencias de conocimiento, desempeño y/o producto del proceso, según las técnicas y habilidades desarrolladas durante la formación. Estas evidencias corresponden a las actividades que se describen en la guía de aprendizaje, las cuales fueron socializadas y concertadas con el instructor.

Según sus evidencias presentadas el instructor valorará cada uno de los factores que contiene la siguiente lista de chequeo para alcanzar el resultado de aprendizaje.

LISTA DE CHEQUEO

CONOCIMIENTO ⬬ PRODUCTO ⬬ DESEMPEÑO ⬬

No.	ASPECTO	INDICADORES/FACTORES A EVALUAR	CUMPLE		OBSERVACIONES
			SI	NO	
1	Actitud Reflexión	El aprendiz participó de manera activa y colaborativa en la actividad de reflexión.			
2	Actitud Contextualización	El aprendiz participó de manera activa y colaborativa en la actividad de contextualización.			
3	Actitud Apropiación	El aprendiz participó en las actividades didácticas para la apropiación del conocimiento.			
4	Actitud Apropiación	El aprendiz se presentó puntual a las actividades de aprendizaje.			
5	Actitud Apropiación	El aprendiz evidenció un buen porte de elementos de seguridad si se requiere			
6	Actitud Apropiación Técnico	El aprendíz identifica los diferentes conceptos relacionados a los diferentes acabados en el souvenir artesanal			
7	Actitud Apropiación Técnico	El aprendíz realizó y presentó documento tendencias actuales del mercado			
8	Actitud Portafolio de evidencias	El aprendiz diseño y monto la exhibición comercial teniendo en cuenta las tendencias del mercado			
9	Actitud Portafolio de evidencias	El aprendiz presentó la evidencia lista de chequeo y la socializó frente al grupo de aprendices			

RESULTADOS:

Aprobado ☐ Deficiente ☐

OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES:

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento: de 2025

_____
Firma del Aprendiz

Sandra Marcela Jaramillo Moscoso
Firma del Instructor

DESARROLLO DE PROPUESTAS COMERCIALES PARA PUNTOS DE MODA

https://www.youtube.com/watch?v=Zj2T1aC6URk

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO



¿Sabes la diferencia entre necesidades y deseos?

Cuando se divide el mercado por países, regiones, estados, municipios, barrios, corregimientos, veredas entre otros

Segmentación Geográfica

Segmentación conductual

Se divide el mercado de acuerdo a las actitudes o respuestas de uso, en lo importante y en el rango en que me veo por lo que compro y utilizo

Estatus del usuario
Frecuencia de uso
¿Cliente leal?

El mercado se divide por ciertas variables como la edad, sexo, tamaño de la familia, ingresos, religión, educación, nacionalidad, generación, entre otras.

Segmentación demográfica

Segmentación psicográfica

Aquí se divide el mercado por el estilo de vida, clase social o algunas características de personalidad, tiene que ver mucho con las tendencias actuales del mercado.

TEORÍA Y SICOLOGIA DEL COLOR



VER SICOLOGIA DEL COLOR 2023

Rojo

Excitación
Fuerza
Amor
Energía

Naranja

Seguridad
Éxito
Valentía
Sociabilidad

Amarillo

Creatividad
Felicidad
Amabilidad
Alegría

Verde

Naturaleza
Salud
Frescura
Calidad

Azul

Confianza
Paz
Lealtad
Habilidad

Rosa

Compasión
Sinceridad
Sofisticación
Dulzura

Violeta

Realeza
Lujo
Espiritualidad
Ambición

Marrón

Formalidad
Robustez
Fiabilidad
Sencillez

Negro

Solemnidad
Dramatismo
Sofisticación
Seguridad

Blanco

Limpieza
Simplicidad
Inocencia
Honestidad


diseño por componentes
reducción de material y diseño para desmontaje
DISEÑO
tecnología para la sostenibilidad
reciclaje y reutilización
reducción dimensional
RECICLAJES AVI S.L.U.

FASES DEL PROCESO DE DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS



MERCADO OBJETIVO

Es necesario analizar

Se tiene en cuenta el tipo de segmento al que va dirigido el producto. Es necesario preguntarse en esta etapa:

- Para quién?
- Por qué?
- Qué necesita?
- Dónde lo necesita?
- Cuándo lo necesita ?
- Cuál es el problema?




Publicidad verdaderamente efectiva
Estar presentes donde se reunen nuestros clientes
Ofrecer verdaderas soluciones a sus necesidades
Ofrecer el producto o servicio adecuado
Ventajas del MERCADO OBJETIVO
Conocer sus gustos, necesidades, exigencias, etc.

ESCAPARATISMO

ESCAPARATISMO

El escaparatismo es una técnica de marketing que consiste en diseñar y decorar los escaparates de las tiendas. El objetivo es atraer a los clientes y aumentar las ventas.

Características

•Combina elementos de arquitectura, diseño de interiores, marketing y psicología

•Se debe alinear con la imagen corporativa de la marca

•Utiliza técnicas para manipular los sentidos del consumidor

•Puede incluir exhibiciones temáticas, pantallas publicitarias, iluminación, mobiliario, texturas, colores, fragancias, movimiento e interactividad

El escaparatismo es el arte de exhibir la mercancía de la tienda con el objetivo de atraer la atención de los potenciales compradores. Este está emergiendo rápidamente en el comercio minorista y esta cambiando de ser una exposición aburrida y poco interesante de mercancías en el escaparate de la tienda a una forma dinámica y atractiva de publicidad.

Los minoristas están reconociendo la importancia del escaparatismo como el primer punto de contacto visual entre la tienda, el cliente y la oportunidad de crear la primera impresión e interés del mismo. Los países desarrollados consideran el escaparatismo como un instrumento potencial de comercialización.





El **visual merchandising** tiene como objetivo mejorar la experiencia de compra de los clientes mediante el diseño y la creación de un entorno atractivo, cuidado y emocional tanto externo como interno. Para ello, no solo se tienen en cuenta aspectos como la iluminación o los colores, también se jerarquizan todos los elementos del establecimiento, desde los productos al mobiliario.

VITRINISMO

La naturaleza de la exhibición de productos migro a las ***historias escenográficas*** que incluye productos***.***

- No vendemos para el ***consumismo***, vendemos para el ***prosumismo.***
- Las vitrinas ***materializan una cultura*** y conecta costumbres.
- Ofrecemos recorridos de autoconsumo.
- **El humano** seguirá siendo protagonista.

Ideal es que el creativo tenga la capacidad de manejar las herramientas necesarias para que Diseño y Mercadeo estén presentes al momento de Definir, Crear, y Armar una vitrina en

Función del objetivo único a cumplir por el vitrinista: Crear una imagen de impacto y comunicación visual.



Formatos de pequeña superficie como tiendas y salsamentarias.

•Oficinas o espacios de atención al cliente que ofrece servicios.

•Tiendas especializadas en marca.

•Formatos de mediana superficie, Hiper, Súper y Minimercados.



El vitrinismo exhibe física y digitalmente los mensajes que evocan la filosofía de una marca.

Lenguaje emotivo y persuasivo.

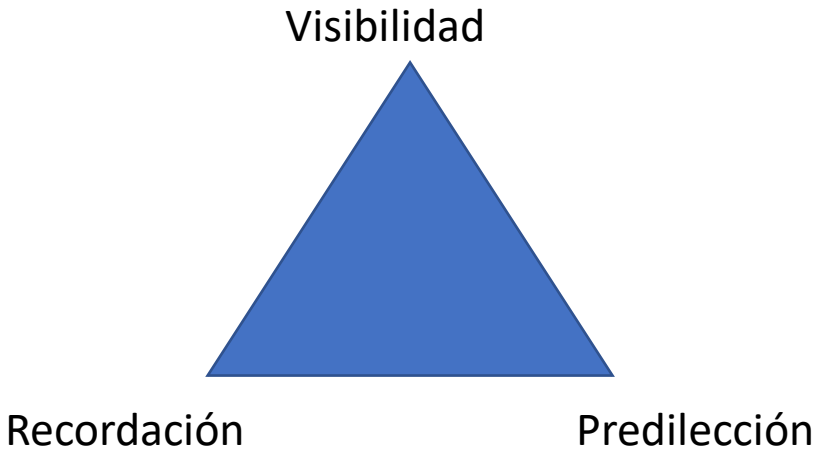
Mensajes ***emotivos***, porque conectan con el recuerdo más íntimo del consumidor, puede no estar relacionado con el producto pero si con la intención de él con el mundo.

¡Hoy es un gran día!
¡Recuerdas cuando……..!
¡Tomémonos algo!
¡Parchemos como antes!



CONFIANZA = COMPRA

¿Cuáles son los valores por los que te están recordando cuando no estas presente?



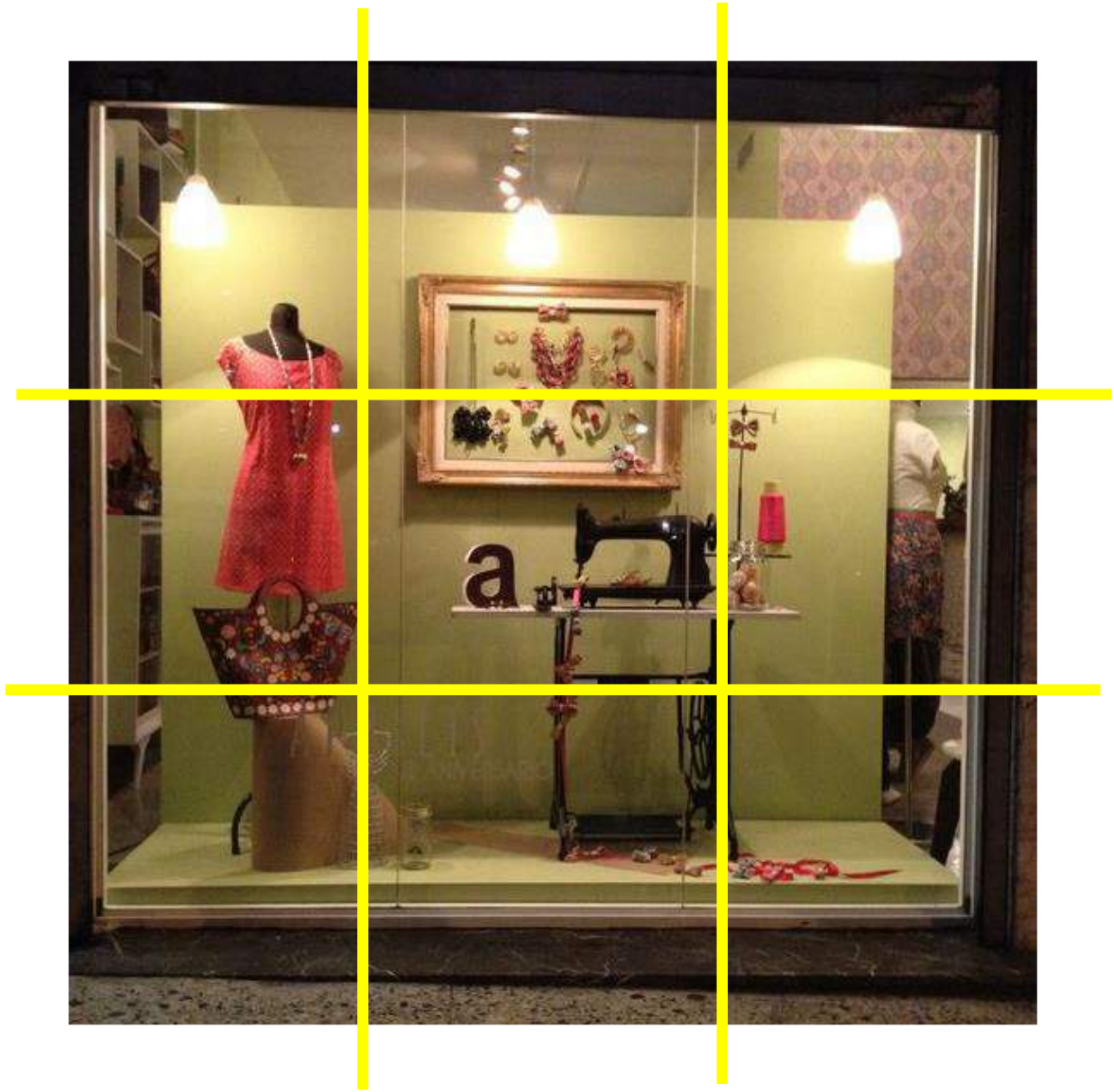
¿Qué te noten?

¿Qué te recuerden?

¿Qué te prefieran?



El diagrama “Me siento en casa”.



Diagramar una vitrina, ***considera 9 áreas de la carga visual*** para organizar productos de acuerdo a la intención de venta que se desee, esto sigue siendo una regla de oro pero no es garantía del 100% que genere el impacto esperado.

Tendencias emergentes



Los escaparatistas ahora están experimentando con conceptos para tratar de atraer y mantener la atención de los clientes. Uno de estos conceptos es el uso del olor. En las pastelerías, las ventanas se conectan con las panaderías cercanas a través de tuberías.
Cada vez que un cliente mira la ventana, se libera la fragancia de los productos frescos de la panadería. De manera similar, los minoristas de ropa también están usando la fragancia de la ropa recién lavada al momento de diseñar escaparates. Algunos minoristas están utilizando el movimiento para atraer clientes.

Con el objetivo de optimizar la eficiencia de los escaparates, las tiendas recurren a diversas técnicas que contemplan conceptos emergentes con el objetivo de atraer el interés del público objetivo. Entre estas técnicas, destacamos:

•Las exhibiciones temáticas.

•Pantallas publicitarias en los espacios externos e internos de las tiendas.

•La iluminación, mobiliario, texturas, los colores que identifican la marca, mobiliario y otros elementos decorativos. que logran componer un mensaje visual atractivo.

•Las fragancias, el movimiento, la interactividad a través de pantallas táctiles.



De esta manera, el ***escaparatismo*** se integra a las estrategias de venta en una tienda. Evoluciona permanentemente usando la creatividad para sorprender y atraer el interés del consumidor mediante mensajes visuales dinámicos y creativos.

El escaparatismo **tiene la labor de captación de tráfico hacia el interior** de la tienda gracias al modo en el que presenta la mercancía y realiza una propuesta de valor

EL VISUAL MERCHANDISING **se ocupa de retener al usuario**, facilitar su experiencia y fidelizar al cliente con un entorno cómodo.

EL vitrinismo se refieren específicamente a la exhibición en la vitrina

LA EXHIBICIÓN COMERCIAL

Es el arte de colocar o disponer los artículos en el punto de Venta en forma dinámica, atractiva y funcional.

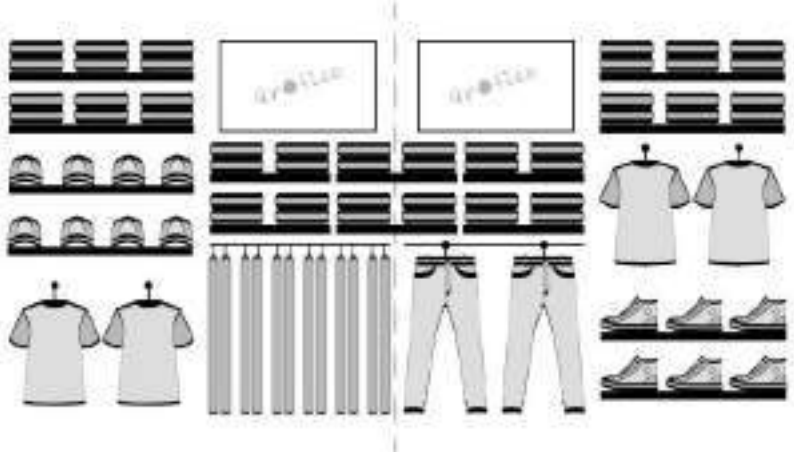
Acción y efecto de exhibir, manifestar o mostrar algo público de manera coherente.



Aspectos claves del Visual Merchandising para vender mas:

1.Agrupar
2.Contar
3.Equilibrar
4.Repetir
5.Acentuar





1.Agrupar




WATCH
YOUR
BACKPACK !
12.13 FRI
12.19 THU


KELTY


Drifter


MELO

Contar



Equilibrar




Color
my Chino
HEREN · PARTERRE
DAMES · TWEEDE ETAGE
TOMMY HILFIGER

Repetir

https://youtu.be/TJRuo693JTc

Acentuar

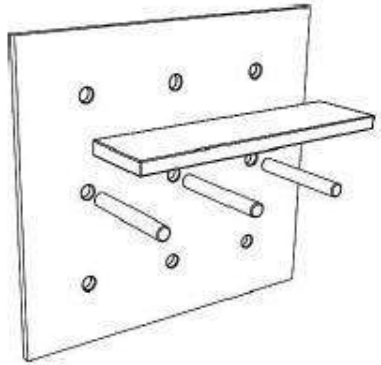


EXHIBICIÓN

Es una exposición de la mercancía para :

- **clientes puedan verla, tocarla y comprarla.**
- **Para la exhibición es esencial la fuerza visual, estos son los esfuerzos para que sea atractivo al cliente.**
- **Esta incluye: Lugar.**
- **Iluminación.**
- **Muebles.**
- **Estrategias de servicio hacia el comprador.**







PAUTAS DE MONTAJE

Crear un esquema modular para exhibir los productos.

Espacios limpios, libres de distracciones.

El producto como centro de atención.

Colores neutros, maderas al natural fondos que no brillen y distorsionen las piezas exhibidas.

Tomado de www.Artesaniasdecolombia.com.co



Tomado de www.Artesaniasdecolombia.com.co



PAUTAS DE MONTAJE

Los exhibidores verticales permiten generar composiciones con gradación de tamaño.

Ubicar los productos más comerciales en la parte inferior y los que estén el lanzamiento a la altura de los ojos, da mejor visibilidad.





PAUTAS DE MONTAJE

Ubicar los productos más grandes y llamativos en partes altas para atrapar la atención a lo lejos.

Jugar con las alturas es indispensable para no generar vacíos que perjudiquen el concepto que tiene el artesano a la hora de exhibir el producto.

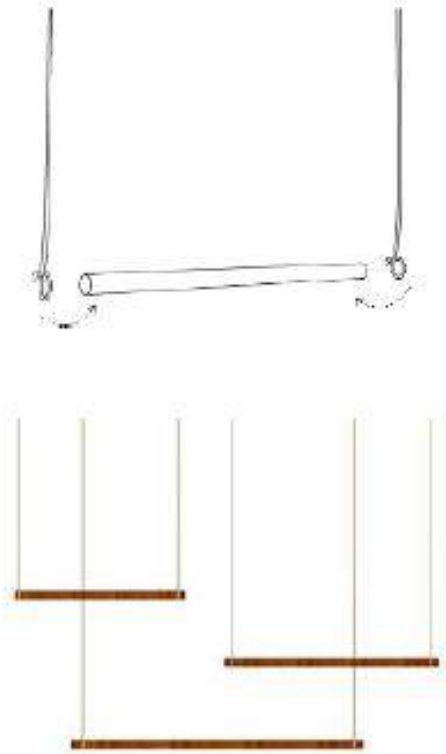
Tomado de www.Artesaniasdecolombia.com.co

TEJEDURÍA

Accesorios de pared y colgantes que le dan caída al producto al momento de la exhibición.



Tomado de www.Artesaniasdecolombia.com.co



PAUTAS DE MONTAJE

Productos ubicados a la altura de los ojos, provocan alta percepción e impulso de compra.

Agrupar los productos de acuerdo a su textura, color y forma.

Usa exhibidores de formas simples que no opaquen o tapen el producto.

Manejar materiales en crudo.



PAUTAS DE MONTAJE

Textiles organizados por tipologías y técnicas dispuestas de manera suspendida para exaltar el diseño y las dimensiones específicas.

Tomado de www.Artesaniasdecolombia.com.co



Tomado de www.Artesaniasdecolombia.com.co

PAUTAS DE MONTAJE

Ubicar los productos según su oficio, forma o función.

En la parte central debe ir la línea que más se quiere resaltar y la más comercial, el gancho o producto top siempre disponerlo a la altura de los ojos, ni muy abajo, ni muy arriba.



ILUMINACION





ILUMINACION




CAFFÈ
GELATI

MOBILIARIO













¿Cuáles son los objetivos de la exhibición de productos?

Todas las ideas aplicadas sobre la **exhibición de productos** subrayan la estrategia visual. De ahí la importancia del estímulo que vincula la imagen de los productos con la mente de los consumidores y el comportamiento de compra.

- Captar la atención de los clientes sobre los productos.
- Estimular la percepción de los productos.
- Diferenciarse de la competencia.
- Generar una percepción de la relevancia en la necesidad del cliente.
- Establecer una conexión con el consumidor.
- Fomentar las compras por impulso.
- Apoyar la promoción en el punto de venta.
- Favorecer la presencia de marca.


SaborECO
PREMIUM
SaborECO
PREMIUM


KIDSMOMENT
NEW LOOK







TIPOS DE EXHIBICIÓN

Vertical y Horizontal

Vertical

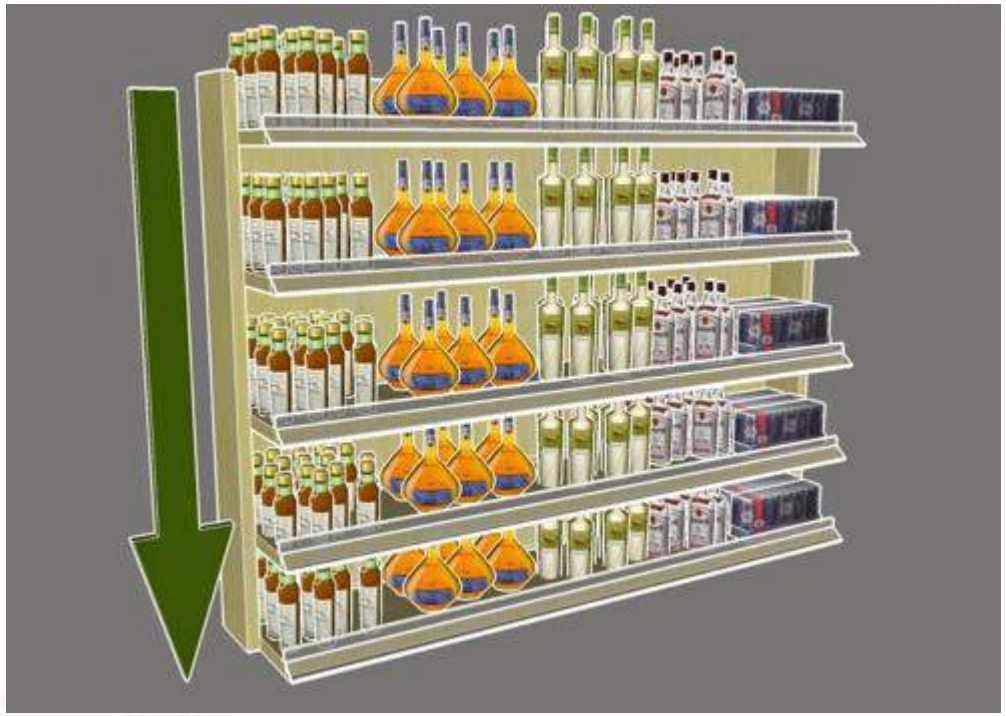
Cuando ingresamos a un espacio, nuestra forma de entender la realidad se produce en forma horizontal, por esto las exhibiciones verticales de producto ordenan muy rápido todo aquello que estamos viendo en un espacio.

De 90 a 160 cm nuestra vista capta la variedad de surtido que podemos encontrar en una tienda, y luego, de arriba hacia abajo comparamos diferentes tamaños, marcas o precios



TIPOS DE EXHIBICIÓN VERTICAL

- Se colocan los productos ocupando un sector de la góndola, desde el primero hasta el último estante.
- Diseñada para toda clase de productos alimentarios, bebidas, accesorios , entre otros se pueden encontrar con mayor facilidad.
- Permite la visualización e impulsa a que el cliente compre el producto sin problemas de que estén en estantes donde el consumidor no podrá adquirirlos con facilidad.



TIPOS DE EXHIBICIÓN

Horizontal

En las exhibiciones horizontales, el producto se dispone de izquierda a derecha en los distintos niveles de visibilidad: nivel de la cabeza, nivel de los ojos, nivel de las manos y nivel del suelo.



- La exhibición horizontal es elegante y tiene facilidad de instalarla.
- Se colocan los productos en una misma línea paralela. Esto posibilita una mejor visión.
- Este tipo es utilizado en la mayoría de promociones que realizan los centros comerciales.
- Se maneja creatividad en esta exhibición.
- Mayor tiempo de exhibición.


Marcela
Seguias
FUNDA DE
COJIN
49



EXHIBICIÓN MIXTA

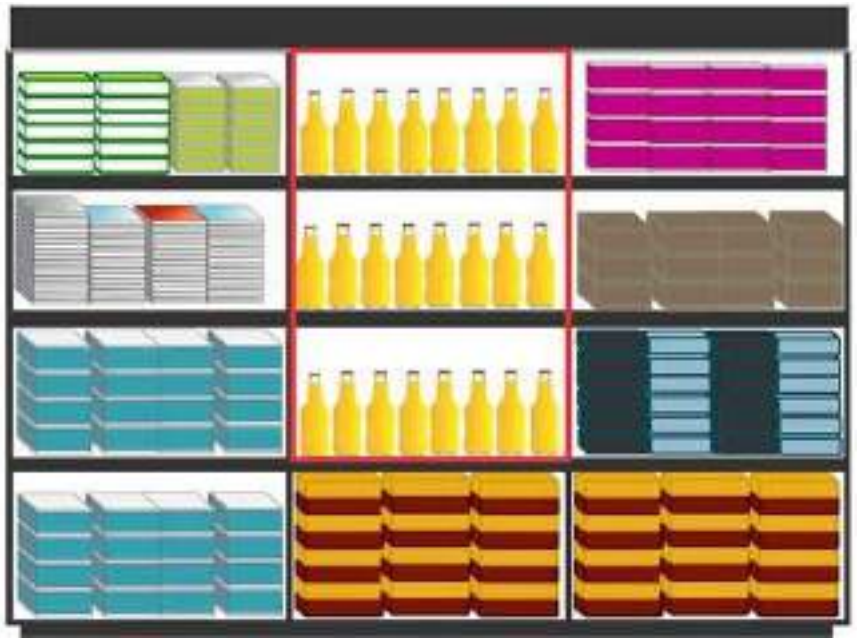
- Este tipo es la unión de exhibición vertical y horizontal .
- Se manejan juntos para obtener mayores resultados de llegar al cliente.
- Deben obtener un buen orden en lo que se está exhibiendo para atraer a las personas.



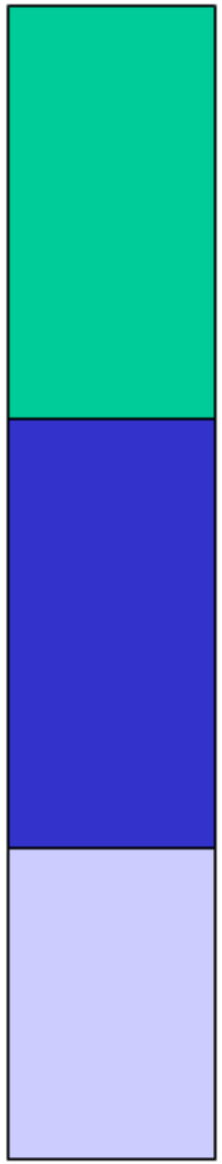


EXHIBICIÓN EN BLOQUE

Es aquella en que se agrupa la marca en dos o tres entrepaños sucesivos formando un bloque.



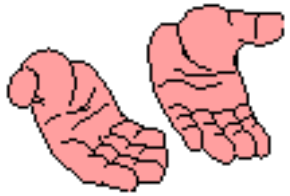
NIVELES Y ZONAS DEL





❖ **Nivel superior o “Nivel de los ojos”**

Es el más alto de los tres niveles y está situado a la altura de los ojos del cliente (altura entre 120 y 170 cm.). También se le denomina “nivel de percepción”. Su objetivo principal es atraer la atención del cliente sobre la góndola.



❖ **Nivel medio o “nivel de las manos”**

Situado en medio de la estantería (altura entre 80 y 120/125 cm.), ofrece el producto de una forma cómoda.



❖ **Nivel inferior o “Nivel de suelo”**

(Altura hasta los 75/80 cm. del suelo).
Se considera como de percepción nula.

ZONAS

- **ZONA FRÍA**
  - Son naturalmente espacios de poca circulación y concentración.
  - Están alejadas de la entrada y de las cajas.
  - Zonas menos iluminadas.
  - Partes posteriores a las columnas.



ZONAS

- **ZONA CALIENTE**
  - Son espacios de alta circulación y de concentración de personas.
  - Zona central del establecimiento.
  - Zonas cercanas a los lugares de espera.
  - Zonas mas iluminadas.

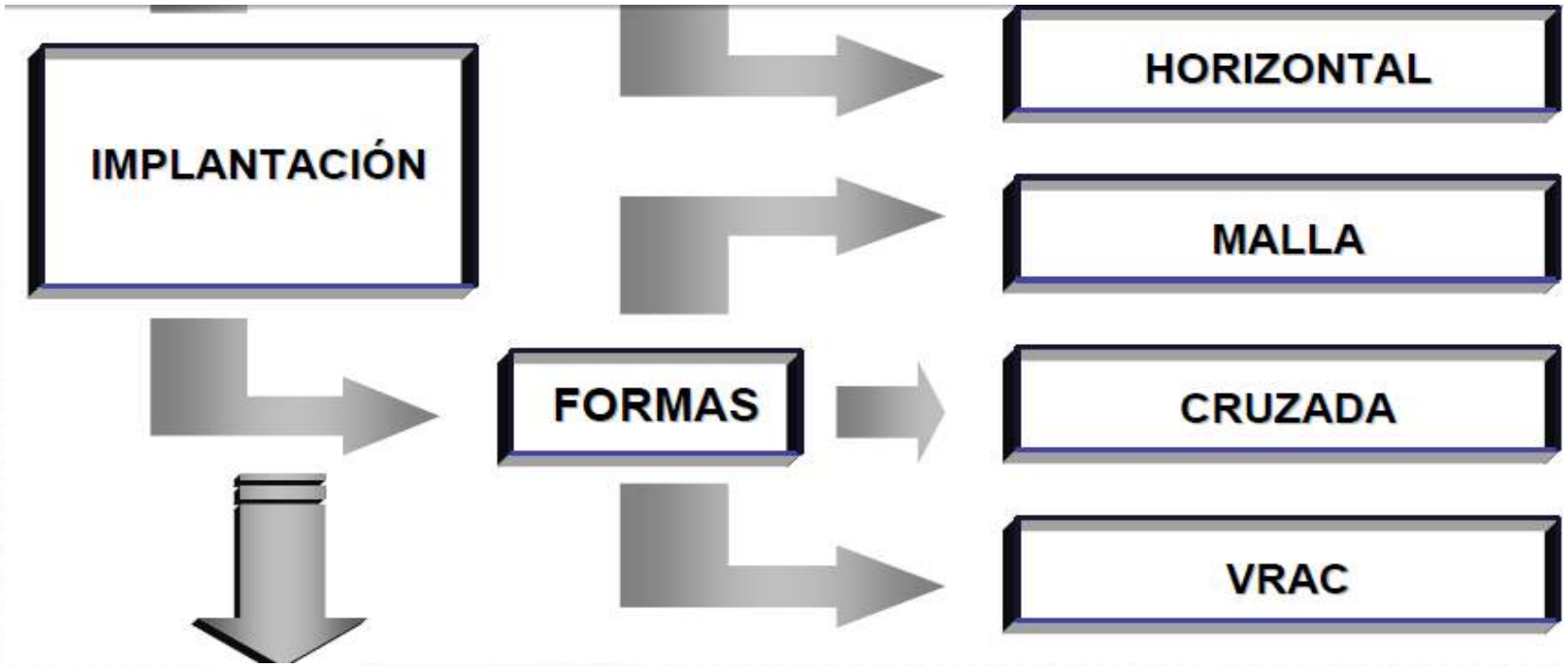
  El área próxima a las cajas de salida.

  Las áreas próximas a la balanza.

  Espacios destinados a promociones.

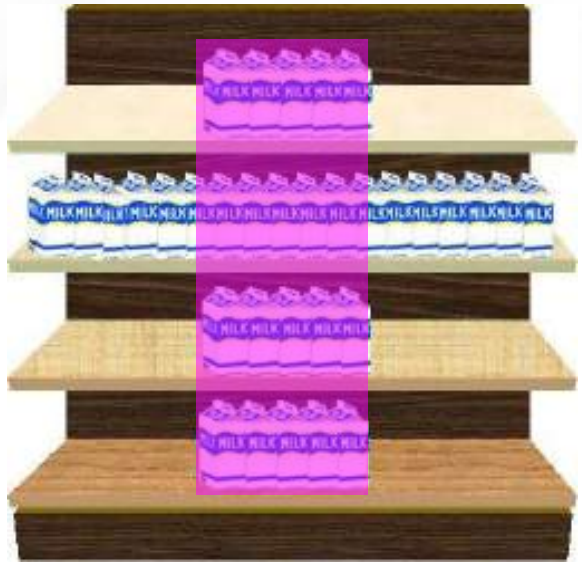
IMPLANTACIÓN

Consiste en la presentación de los artículos que forman una determinada categoría de productos, agrupados bien vertical u horizontalmente por todas las familias que componen dicha categoría, con el fin de lograr una presentación que suponga para los consumidores un conjunto de artículos interrelacionados en la satisfacción de una necesidad.



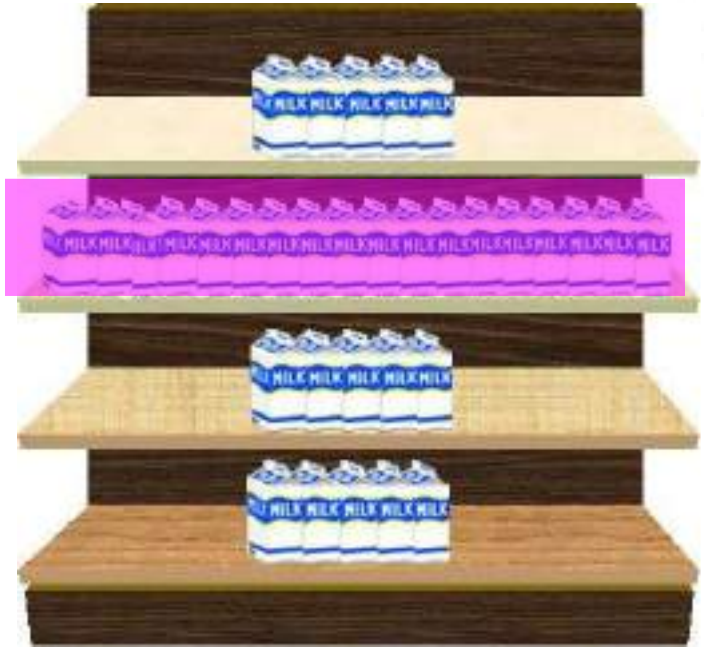
IMPLANTACIÓN VERTICAL

Este tipo de implantación consiste, básicamente, en presentar las diferentes familias que componen una categoría concreta de productos de forma que la dirección de la implantación de los productos, que contiene dicha familia, siga una secuencia vertical en todos los niveles o zonas del mueble donde se presentan los productos.





IMPLANTACIÓN HORIZONTAL





Este tipo de implantación consiste básicamente en presentar las diferentes familias que componen el surtido de una categoría concreta de productos, de forma que la dirección de la implantación de los productos, que contiene dicha familia, siga una secuencia horizontal en el mismo nivel o zona del mueble expositor.

IMPLANTACIÓN MIXTA

La implantación mixta, es en definitiva una combinación de las dos anteriores, que agrupa los productos en función de unos criterios comunes, con el objetivo de lograr una implantación coherente y armónica sobre el lineal desarrollado.



IMPLANTACIÓN MIXTA



5 PASOS

En el momento de la venta por medio de exhibición:

- Llamar la atención.
- Despertar el interés.
- Crear deseo.
- Generar confianza.
- Cerrar la venta.



AIDA

CÓMO PLANIFICAR

UNA EXHIBICIÓN

Conservar una idea simple

- Seleccionar los artículos.
  - Seleccionar un tema.
  - Seleccionar el público al que se dirige.
  - Como sera la interacción de los espectadores.



DONDE DEBO ESTAR?

- Cuales son las ferias y eventos en los que se localizan mis clientes objetivo?
  - Qué características psicográficas, demográficas y geográficas tienen los asistentes?
  - Qué buscan los asistentes?
  - Quienes son mis competidores?
  - En qué se diferencian mis productos ?
  - En qué se diferencia mi empresa?

MI STAND DEBE :

- Debe fortalecer la imagen corporativa
- Atraer la atención
- Despertar el Interés del cliente
- Debe mantener el interés del cliente
- Debe generar deseo de compra
- Contar con espacio para tomar datos.

MI STAND DEBE :

- Contar con iluminación y acceso cómodos.
- Fácil comunicación.
- Respetar el entorno de la feria
- Debe mantener el interés del cliente
- Debe generar deseo de compra
- Contar con espacio para tomar datos.
- Contar con seguridad
- Vender aún estando cerrado

GRACIAS

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

Líneas de atención al ciudadano, empresarios y PQRS:
Bogotá: +(57) 601 736 60 60
Línea gratuita resto del país: 018000 91 02 70
Línea nacional: +(57) 601 546 15 00

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: DESARROLLO DE PROYECTOS DECORATIVOS Y UTILITARIOS CON MATERIALES RECICLABLES
- Código del Programa de Formación: 52660006 V 1
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): N/A
- Fase del Proyecto (si aplica): N/A
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): N/A
- Competencia: Acondicionar material recuperado según requerimiento técnico
- Resultados de Aprendizaje:
    1. Caracterizar material reciclable según técnica artística.
    2. Elaborar proyectos en material reciclable aplicando técnica definida
    3. Validar que el proyecto en material reciclable cumpla con los requisitos de calidad establecidos
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 48

2. PRESENTACIÓN

- El cambio constante de conservación por el medio ambiente nos ha llevado a tener una consciencia mas extensa sobre el uso de algunos materiales como el plástico, vidrio, cartón, acetatos entre otros que se pueden reutilizar para darles un uso mas extenso y no contaminar tanto el planeta
- El objetivo de este programa es aprovechar esos recursos reciclables para el desarrollo de productos decorativos y utilitarios que se pueden generar a partir de pocos materiales y que se pueden convertir en un negocio rentable para el aprendiz y de esta forma desarrollar competencias relacionadas con la elaboración de diferentes productos. Esta acción de formación requiere además, el fortalecimiento de competencias del ser como: la honestidad y compromiso en su hacer y desde lo colectivo, trabajo en equipo, responsabilidad y pertinencia.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

A continuación se presentaran varias imágenes, donde se evidencia el trabajo con materiales reciclables, la tarea es comparar las imágenes por su diseño y estilo y compartir con sus compañeros de formación los siguientes interrogantes.

3.1 Actividades de reflexión inicial:





Descripción de la actividad: Identificar conocimientos previos de los aprendices frente al tema de reciclado y los usos que se pueden desarrollar con los mismso
Ambiente requerido: Ambiente tradicional
Estrategias o técnicas didácticas activas: Trabajo en grupo, análisis de imágenes
Materiales de formación Presentación de imágenes
Material de apoyo: Hojas y lapices
Duración de la actividad: 1 hora.





1- Que puede estar haciendo falta, para que que la sociedad identifique otros usos de los materiales reciclables, ejemplo como hacer empaques con material reciclado para empacar café, regalos, Productos alimenticios, etc.

Cree que el motivo porque las personas no invierten en elementos elaborados con materiales reciclables, son por sus mismos materiales o por falta de creatividad?. Justifique su respuesta en grupos de trabajo y sustentan al grupo total

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

Descripción de la actividad: Establecer una propuesta de uso de los materiales reciclados para mejorar la percepción de los productos desarrollados con ella
Ambiente requerido: Tradicional
Estrategias o técnicas didácticas activas: análisis de casos de empresas ecológicas
Materiales de formación : Lapices y hojas
Material de apoyo: Presentaciones didacticas por power point
Duración de la actividad: 1 hora.

Actividad 2: De acuerdo a la situación en la actividad de reflexión, establece una propuesta exponiendo de qué forma podría cambiar el concepto errado que tienen las personas de los objetos decorativos elaborados con materiales reciclables , y de esa forma aumentar su inversión en compra.

Exponer su respuesta de manera grupal,

3.3 Actividades de apropiación:

Descripción de la actividad: Explicación de conceptos básicos técnicos para implementar
Ambiente requerido: Ambiente tradicional
Estrategias o técnicas didácticas activas: Trabajo autónomo, Estudios de casos y lluvia de ideas
Materiales de formación Papel, cartulina, cartón entre otros
Material de apoyo: Presentaciones
Evidencias de aprendizaje:
1. Seleccionar material reciclable según el producto a desarrollar e
2. identificar diseño a elaborar

Instrumentos de evaluación: lista de chequeo
Duración de la actividad: 34 horas.

Los aprendices analizaran el siguiente blog, donde podrán conocer diversos elementos

elaborados con diversos materiales , http://8adesign.blogspot.com.co/2014/09/40-objetos-hechos-de-material-reciclado.html yde esa forma, poder despertar un poco más su creatividad.

De acuerdo a los conocimientos técnicos impartidos por el instructor los aprendices podrán aprender los siguientes elementos técnicos;:

RECICLADO



Según ha aumentado la conciencia medioambiental, la actitud de las personas hacia el reciclaje ha ido cambiando. Esto refleja un compromiso más profundo con la protección del planeta por parte de la sociedad. La importancia del reciclaje ha puesto de manifiesto que las acciones individuales tienen un impacto colectivo en el entorno. Esta creciente conciencia ha dado lugar a cambios en los patrones de consumo y a una mayor responsabilidad en la separación de residuos.

¿qué tipos de reciclaje existen?

existen tres tipos principales. el reciclaje primario, o de circuito cerrado, convierte los materiales en más de lo mismo, como papel en más papel o las latas de refresco en más latas de refresco. el secundario transforma un producto desechado en otros objetos aunque fabricados con el mismo material. y el terciario o químico descompone químicamente los materiales para producir con ellos algo muy diferente.

Colores para clasificar material reciclado



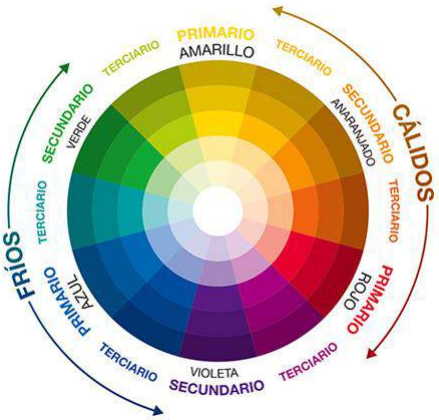
Se lleva al aprendiz a que consulte en la pagina

https://archivo.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/4595-gobierno-unifica-el-codigo-de-colores-para-la-separacion-de-residuos-en-la-fuente-a-nivel-nacional

Identificando las fuentes para hacer la identificación, clasificación de material reciclado en casa para poder trabajar con el material en formación.

Teoria y sicologia del color

Se explica la taoria y sicologia del color para tener en cuenta en los acabados finales del producto teniendo en cuenta las tendencias y el segmento de mercado al que va el producto.





Material reciclado papel, cartón



El papel es un material 100% reciclable. El residuo de papel es un material que puede volver a utilizarse para la fabricación de papel nuevo. El papel y el cartón usado y recogido se transporta a un almacén de un gestor (recuperador) de papel y cartón, donde se clasifica por tipos, se acondiciona, enfarda y se envía a la fábrica papelera.



Elaboración papel mache

¿Qué es el papel maché?

Antes de adentrarnos en la fabricación de papel maché, es importante comprender el concepto. El papel maché es un material compuesto que consiste en piezas de papel unidas con un adhesivo. Sirve como material de construcción para crear diversas obras artísticas.

Materiales necesarios

Para aprender a crear papel maché, comience reuniendo los siguientes materiales para su creación.

- Tazón o recipiente grande
- Periódico
- Harina
- Agua
- Crear el formulario base
- Pinturas y pinceles
- Barniz o pegamento para darle el toque final.

Proceso paso a paso de cómo crear papel maché



En esta guía, te guiaremos paso a paso en el proceso de crear papel maché para que perfecciones tus habilidades artesanales. ¡Comencemos!

1. *Prepare su área de trabajo*

Para empezar, designe un espacio de trabajo. Coloque periódicos o un mantel de plástico para proteger las superficies de la mezcla pegajosa.

2. Preparar la pasta de papel maché

A medida que avanza en el proceso de creación de papel maché, primero prepare la pasta que mejor se adapte a las necesidades de su proyecto. Aquí tiene tres opciones, junto con una breve descripción de cada una:

3. Receta de pasta sin cocción

Este proceso es sencillo y rápido. Necesitará harina, agua, un bol y un batidor para empezar. Esta receta consiste en mezclar la harina y el agua hasta obtener una consistencia pastosa.

4. Receta de pasta cocida

Para una pasta un poco más consistente y suave, opte por la versión cocida. Caliente una mezcla de harina y agua en la estufa, revolviendo constantemente hasta que espese. Deje enfriar antes de usar.

5. ***Receta de pasta de papel maché y resina***

Si busca mayor durabilidad y un acabado firme, considere usar una pasta a base de resina. Esta opción le dará un resultado final robusto. Para ello, hierva agua y luego agregue lentamente una mezcla de harina con resina en polvo.Luego, revuelve la mezcla hasta que quede suave y transparente. Es ideal para proyectos que puedan sufrir desgaste.

6. Mezcle la mezcla que prefiera

Mezcle la mezcla que prefiera con un pincel o una varilla. Continúe mezclando hasta obtener una consistencia suave. Si está demasiado líquida o espesa, ajuste el tono según sea necesario. Añada más base adhesiva para diluirla o agua para espesarla.

7. Crea el formulario base

Elige un objeto o forma para exhibir tu arte en papel maché. Puedes usar materiales como globos, cartón o alambre para formar la base. Por ejemplo, si eliges un globo como base, ínflalo al tamaño deseado y dale la forma adecuada.

8. Corta el periódico en tiras largas

En este paso, rasgue el periódico en tiras largas de aproximadamente 2,5 a 5 cm de ancho. No use tijeras para cortar, ya que un borde rasgado se integra mejor que uno cortado, lo que proporciona un acabado más liso. Cada proyecto de manualidades puede requerir diferentes tamaños o formas, por lo que la longitud de las tiras puede variar.

9. Sumerja el periódico en la pasta.

Para asegurar una buena saturación, sumerja cada trozo de periódico individualmente en la pasta de papel maché. Retire el exceso de pasta pasando la tira entre los dedos.

10. Aplique las tiras a la base.

En este paso, aplique las tiras de periódico a la base seleccionada. Asegúrese de que se superpongan para mayor resistencia y que estén en diferentes direcciones. Cubra primero toda la estructura con una sola capa y deje que se seque por completo. Normalmente, puede tardar 24 horas.

11. Repita el proceso para lograr una apariencia resistente.

Después de secar la primera capa, repita el proceso. Añada varias capas para aumentar la resistencia y la durabilidad. Procure aplicar al menos tres o cuatro capas, dejando que cada una se seque antes de aplicar la siguiente.Cuantas más capas añadas, más resistente será tu creación de papel maché. Permite crear textura, volumen y detalle de forma muy práctica.

12. Dar forma y esculpir

Una vez secas las capas, puedes seguir moldeando y esculpir tu creación. El papel de lija puede ayudar a suavizar las asperezas o las superficies irregulares.

13. Pintar y decorar

Un paso emocionante en la creación de papel maché es pintar y decorar tu proyecto para expresar tu visión artística. Para ello, las pinturas acrílicas son ideales, y puedes añadir detalles intrincados para lograr un aspecto estético.



14. Sella la superficie

El papel maché carece de propiedades inherentes de resistencia al agua a menos que se trate con un sellador o aditivo. Si su creación está destinada a exteriores o al agua, es importante aplicarle un sellador adecuado.

Por lo tanto, puedes aplicar una capa de barniz o una mezcla de pegamento y agua para proteger tu obra de arte y darle un acabado pulido. Este paso también ayuda a evitar que la humedad afecte el papel maché.

El aprendiz debe de escoger el diseño a trabajar: Se le entregan varias muestras de diseños para que elijan el diseño de su preferencia para la elaboración del producto teniendo en cuenta las tendencias actuales del mercado y la exploración en carpetas elaboradas en Pinterest

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Descripción de la actividad: Exposicióny sustentación de producto diseñado y elaborado en papel mache
Ambiente requerido: Tradicional
Estrategias o técnicas didácticas activas: Aprendizaje activo
Materiales de formación papel, colbon, agua entre otros
Material de apoyo: presentaciones tics
Evidencias de aprendizaje: Diseño de producto en material reciclado decortaivoy/o utilitario
Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo , producto
Duración de la actividad: 4 horas.

Los aprendices harán el montaje de exhibición de los productos elaborados durante la formación y harán una exposición breve del material, producto y técnica que empleo para el desarrollo del mismo, esto se hará en las 4 horas finales de la formación.

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
N/A	N/A	Seleccionar material reciclable según el producto a desarrollar	seleccionar y justificar el material reciclable adecuado para el producto a desarrollar, demostrando comprensión de sus propiedades y beneficios ambientales	ra1 clasifica el material reciclable de acuerdo al proyecto.- establece técnica de desarrollo de producto según material reciclable.- alista material reciclable aplicando normatividad de higiene y seguridad.	Observación directa Producto
		Desarrollar producto decorativo y/o utilitario empleando material reciclado según técnica definida	Elaborar producto decorativo y/o utilitario empleanddo material reciclado, aplicando la técnica definida y demostrando habilidades en el proceso.	ra2- estructura proyecto en material reciclable según técnica establecida.- aplica técnica artística según material reciclable.- aplica normas de seguridad acorde al material reciclable y herramientas	Observación directa Producto
		Validar acabados	Verificar los acabados	RA3	

		finales del proyecto	**finales del proyecto, asegurando calidad y cumplimiento de los requisitos establecidos**	**- EXAMINA ACABADO DE PROYECTO SEGÚN FICHA TÉCNICA**	**Lista de chequeo** **Observación directa** **Producto**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

RECICLADO

"Reciclado" se refiere a un producto o material que ha sido procesado para ser reutilizado o utilizado en la fabricación de un nuevo producto. Es el resultado de un proceso de reciclaje, donde los residuos se transforman para evitar la necesidad de materias primas nuevas

CLASIFICACIÓN

Una clasificación es un ordenamiento o una organización de cosas en una serie de categorías o clases. Se pueden clasificar ideas, objetos o cualquier tipo de referente.

PAPEL MACHE

El papel maché es una técnica artesanal que utiliza una pasta de papel para crear objetos decorativos y esculturas. Es una técnica antigua que tiene sus orígenes en China, India y Persia.

El proceso para hacer papel maché implica triturar papel (como papel periódico, cartón o incluso papel higiénico) y mezclarlo con agua y pegamento o cola blanca. La mezcla se aplica a una estructura o molde para crear la forma deseada. Una vez seco, el papel maché se endurece y puede ser decorado

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-reciclaje-y-por-que-es-importante-reciclar/

https://archivo.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/4595-gobierno-unifica-el-codigo-de-colores-para-la-separacion-de-residuos-en-la-fuente-a-nivel-nacional

https://www.smurfitkappa.com/co/newsroom/blog/como-se-hace-el-papel-y-el-carton-reciclado

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Sandra Marcela Jaramillo Moscoso**	**Instructora**	**Centro Comercio y Turismo**	**30 Abril de 2025**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

	Versión: 04
	Código: GFPI-F-134

Proceso Gestión de Formación Profesional Integral

Formato Planeación Pedagógica

Copia no controlada

Fecha de Elaboración	**30 abril de 2025**
Denominación del Programa de Formación	**DESARROLLO DE PROYECTOS DECORATIVOS Y UTILITARIOS CON MATERIALES RECICLABLES**
Modalidad de Formación	**Presencial**
Código y versión del Programa de Formación	**52660006 V1**
Nombre del Proyecto Formativo (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	
Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos** **SANDRA MARCELA JARAMILLO MOSCOSO** — **Regional y Centro de formación** **COMERCIO Y TURISMO QUINDIO** **Nombres y Apellidos** — **Regional y Centro de formación** **Nombres y Apellidos** — **Regional y Centro de formación** **Nombres y Apellidos** — **Regional y Centro de formación**

FASE DE PROYECTO FORMATIVO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO FORMATIVO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	SABERES DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	SABERES DE PROCESO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			OBSERVACIONES
								HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE			AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES	
		Acondicionar material recuperado según requerimiento técnico	1. CARACTERIZAR MATERIAL RECICLABLE SEGÚN TÉCNICA ARTÍSTICA.	RA1 RECICLAJE: CONCEPTO, APLICACIÓN, USOS. -MATERIALES: CARACTERÍSTICAS -NORMATIVIDAD: AMBIENTAL, MEDIDAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD -TÉCNICA: CLASIFICACIÓN, APLICACIÓN Y USO. -FICHA TÉCNICA: CONCEPTO, COMPONENTES, TIPOS	RA1 - SELECCIONAR MATERIALES RECICLABLES - APLICAR TÉCNICA DE HIGIENE - IDENTIFICAR TÉCNICA ARTÍSTICA - INTERPRETAR FICHA TÉCNICA	RA1 - CLASIFICA EL MATERIAL RECICLABLE DE ACUERDO AL PROYECTO. - ESTABLECE TÉCNICA DE DESARROLLO DE PRODUCTO SEGÚN MATERIAL RECICLABLE. - ALISTA MATERIAL RECICLABLE APLICANDO NORMATIVIDAD DE HIGIENE Y SEGURIDAD.	Seleccionar material reciclable según el producto a desarrollar	14	2	seleccionar y justificar el material reciclable adecuado para el producto a desarrollar, demostrando comprensión de sus propiedades y beneficios ambientales	Actividades mediadas a traves de herramientas tics, talleres, mesas redondas Aprendizaje Colaborativo, , Método de pregunta, Lluvia de ideas, Exposición.	Ambiente tradicional con los elementos necesarios, como escritorios, sillas, tablero acrílico, televisor , cable hdmi	Material reciclado, hojas, lapices, pegante, cortadores, tijeras entre otras	ALTERNATIVA 1: TECNICA PROFESIONAL EN PRODUCCION ARTESANAL SOSTENIBLE. ALTERNATIVA 2: TECNOLOGO EN ARTESANÍAS, TECNOLOGO EN DESARROLLO ARTESANAL. . ALTERNATIVA 3: MAESTRO EN ARTES PLASTICAS, LICENCIADO EN EDUCACIÓN ARTES PLASTICAS, MAESTRO EN ARTES PLASTICAS, VISUALES Y AFINES, PROFESIONAL EN ARTES	
			2. ELABORAR PROYECTOS EN MATERIAL RECICLABLE APLICANDO TÉCNICA DEFINIDA	RA2 - PINTURAS: CLASIFICACIÓN, CARACTERÍSTICAS Y TÉCNICAS. - PROCESO: PREPARACIÓN, ENSAMBLE, TRANSFORMACIÓN Y ACABADO.	RA2 - MOLDEAR MATERIAL RECICLABLE - APLICAR TÉCNICAS DE PINTURA - ENSAMBLAR PIEZAS - APLICAR ACABADOS	RA2 - ESTRUCTURA PROYECTO EN MATERIAL RECICLABLE SEGÚN TÉCNICA ESTABLECIDA. - APLICA TÉCNICA ARTÍSTICA SEGÚN MATERIAL RECICLABLE. - APLICA NORMAS DE SEGURIDAD ACORDE AL MATERIAL RECICLABLE Y HERRAMIENTAS	Desarrollar producto decorativo y/o utilitario empleando material reciclado según técnica definida	14	2	Elaborar producto decorativo y/o utilitario empleanddo material reciclado, aplicando la técnica definida y demostrando habilidades en el proceso.		Ambiente tradicional con los elementos necesarios, como escritorios, sillas, tablero acrílico, televisor , cable hdmi	Material reciclado, hojas, lapices, pegante, cortadores, tijeras , pinturas , acrílicos , materiales alternos de reciclaje		
			3. VALIDAR QUE EL PROYECTO EN MATERIAL RECICLABLE CUMPLA CON LOS REQUISITOS DE CALIDAD ESTABLECIDOS	RA3 - CALIDAD: CONCEPTO	RA3 - VERIFICAR ACABADOS DEL PROYECTO	RA3 - EXAMINA ACABADO DE PROYECTO SEGÚN FICHA TÉCNICA	Validar acabados finales del proyecto	14	2	Verificar los acabados finales del proyecto, asegurando calidad y cumplimiento de los requisitos establecidos		Ambiente tradicional con los elementos necesarios, como escritorios, sillas, tablero acrílico, televisor , cable hdmi	Hojas , lapiceros		

Copia no controlada

PROCESO GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Regional: QUINDÍO
Centro de formación: COMERCIO Y TURISMO

Denominación del Programa de Formación: DESARROLLO DE PROYECTOS DECORATIVOS Y UTILITARIOS CON MATERIALES RECICLABLES
Código del Programa de Formación: 52660006
Versión: 1

Nombre del Aprendiz: _____

No. de Documento: _____ **No. De Ficha:**

Nombre del Instructor: Sandra Marcela Jaramillo Moscoso

Competencia:

Acondicionar material recuperado según requerimiento técnico

Resultado de Aprendizaje:

1. Caracterizar material reciclable según técnica artística.
2. Elaborar proyectos en material reciclable aplicando técnica definida
3. Validar que el proyecto en material reciclable cumpla con los requisitos de calidad establecidos

Evidencia:

- Diseño y desarrollo de producto en técnica papel mache terminado con acabados artesanales.

INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO:

En el desarrollo de este instrumento se valorarán las evidencias de conocimiento, desempeño y/o producto del proceso, según las técnicas y habilidades desarrolladas durante la formación. Estas evidencias corresponden a las actividades que se describen en la guía de aprendizaje, las cuales fueron socializadas y concertadas con el instructor.

Según sus evidencias presentadas el instructor valorará cada uno de los factores que contiene la siguiente lista de chequeo para alcanzar el resultado de aprendizaje.

LISTA DE CHEQUEO

CONOCIMIENTO ⬬ PRODUCTO ⬬ DESEMPEÑO ⬬

No.	ASPECTO	INDICADORES/FACTORES A EVALUAR	CUMPLE		OBSERVACIONES
			SI	NO	
1	Actitud Reflexión	El aprendiz participó de manera activa y colaborativa en la actividad de reflexión.			
2	Actitud Contextualización	El aprendiz participó de manera activa y colaborativa en la actividad de contextualización.			
3	Actitud Apropiación	El aprendiz participó en las actividades didácticas para la apropiación del conocimiento.			
4	Actitud Apropiación	El aprendiz se presentó puntual a las actividades de aprendizaje.			
5	Actitud Apropiación	El aprendiz evidenció un buen porte de elementos de seguridad si se requiere			
6	Actitud Apropiación Técnico	El aprendíz identifica los diferentes conceptos relacionados a la clasificación de material reciclado, técnicas a emplear			
7	Actitud Apropiación Técnico	El aprendíz realizó la clasificación de material reciclado en su casa para desarrollar proyecto decorativo			
8	Actitud Portafolio de evidencias	El aprendiz elaboro producto utilitario y decorativo en papel mache aplicando la técnica con material reciclado			
9	Actitud Portafolio de evidencias	El aprendiz presentó la evidencia de producto en papel reciclado (mache) y la socializó frente al grupo de aprendices			

RESULTADOS:

Aprobado ☐ Deficiente ☐

OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES:

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento: de 2025

_____
Firma del Aprendiz

Sandra Marcela Jaramillo Moscoso
Firma del Instructor

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: ELABORACION DE SOUVENIR ARTESANAL
- Código del Programa de Formación: 52660011 V1
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): N/A
- Fase del Proyecto (si aplica): N/A
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica):N/A
- Competencia: Planear producción de acuerdo con sistema productivo y métodos técnicos
- Resultados de Aprendizaje:
  1. Alistar Materiales, Equipos Y Herramientas Para El Proceso Artesanal Del Suvenir Según Ficha Técnica
  2. Producir Suvenir Artesanal Según Ficha Técnica Y Requerimiento De Cliente.
  3. Verificar Acabado De Suvenir Artesanal Teniendo En Cuenta Requerimientos De La Ficha Técnica.

- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 48

2. PRESENTACIÓN

El sector de artesanías preserva la cultura e identidad de los diferentes pueblos de las regiones en Colombia a través de la fabricación creativa de objetos que cuentan con un valor agregado en su funcionalidad, calidad, innovación y diferenciación. La artesanía hace parte del sistema moda en Colombia, ha tenido, sin lugar a dudas, un papel importante en su desarrollo y contribuye en la economía colombiana a través del tiempo, no solo por su tradición, en los últimos 100 años, sino también por la participación que tiene en el PIB nacional, generando divisas, empleo y permite involucrar personas y familias, cuya única fuente de ingreso es la artesanía, pese a la informalidad

en la que se da la producción y distribución de los productos. SENA, presenta el programa ELABORACION DE SOUVENIR ARTESANAL, el cual fortalece el

sector artesanal colombiano, mediante la formación de aprendices que desarrollan competencias con estándares de calidad que le permiten el aprendizaje permanente, la movilidad laboral, a partir de la elaboración de productos con componentes de identidad cultural y propuestas innovadoras para el desarrollo de sus comunidades y regiones

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Preguntar a los aprendices sobre sus experiencias previas con la artesanía.:

- ¿Por qué es importante una artesanía?
- ¿Qué hace especial a un souvenir?





Los aprendices en grupos de trabajo deben Identificar los diferentes tipos de souvenirs que conocen y discutir su importancia cultural y económica.

Descripción de la actividad: Reconocimiento de aprendizajes previos

Ambiente requerido: Ambiente tradicional

Estrategias o técnicas didácticas activas: Mesas redondas, lluvia de ideas.

Materiales de formación Hojas y lapicros

Material de apoyo: Presentación power point

Duración de la actividad: 1 horas.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

Con base en las preguntas anteriores en grupos de trabajo, deberán realizar una propuesta inicial en donde se muestre una solución al problema; y donde expresen la importancia de diseñar un buen producto souvenir artesanal para ser competitivos en el mercado.

Los aprendices sustentaran las respuestan por medio de una exposición al resto de aprendices.

Descripción de la actividad: Trabajo en equipo , resolución de problemas por medio de lluvia de ideas

Ambiente requerido: Ambiente tradicional

Estrategias o técnicas didácticas activas: Lluvia de ideas, exposición

Materiales de formación : hojas y lapiceros

Material de apoyo: Presentaciones powerr point

Duración de la actividad: 1 hora.

3.3 Actividades de apropiación:

De acuerdo al material que impartirá la instructora en la formación el aprendiz será capaz de desarrollar actividades a través de los conocimientos que se imparten .

A través de los conceptos básicos artesanía y souvenir el aprendiz identificara el material, tipo y forma de la pieza artesanal a desarrollar y para ello se verán los siguientes conceptos:



¿Qué es ARTESNÍA?

La artesanía en Colombia es la producción de objetos estéticos y útiles, que son parte de la historia y cultura del país. Es una fuente de ingresos para las comunidades indígenas y campesinas.

Se desarrollo por medio de un oficio artesanal por medio de técnica específicas para cada oficio.



IDENTIDAD CULTURAL

La identidad cultural es un conjunto de valores, creencias, tradiciones, símbolos y costumbres que comparten un grupo social. Es un sentimiento de pertenencia que se construye a lo largo de la vida.

¿Qué es un souvenir?

Un recuerdo de viaje, también conocido como suvenir ,es un objeto que atesora las memorias que están relacionadas con él. Esto es análogo a la explotación psicológica del condicionamiento clásico.



Caracteristicas del souvenir

Un souvenir es un objeto que se compra o se recibe como regalo para recordar un lugar, evento o experiencia. La palabra souvenir viene del francés y significa "recuerdo".

Características de un souvenir

- Puede ser cualquier objeto, como un objeto decorativo, artesanía, camiseta, llavero, o un set de regalo de tamaño pequeño
- Suele tener características únicas que representan el lugar o evento de su origen
- Puede incluir impresiones de imágenes o logotipos asociados con un destino o experiencia en particular
- Es popular porque permite a las personas llevar un pedazo de una experiencia significativa a casa
- Puede ser una forma de apoyar a los artesanos y negocios locales en los destinos turísticos

Ejemplos de souvenirs

- Imanes para el refrigerador
- Llaveros
- Sets de regalo con tazas, libros y más
- Figuras
- Jarras
- Dedales
- Camisetas
- Ceniceros
- Reproducciones de edificios
- Libretas

FICHA TÉNICA

Una ficha técnica es un documento que resume las características técnicas de un producto, material, proceso o programa, ofreciendo detalles para facilitar la comprensión y el uso.

En detalle:

- **Definición:**

La ficha técnica es un documento conciso que detalla las características de un objeto, material, proceso o programa.

- **Propósito:**

Su objetivo es proporcionar información técnica clave para entender y utilizar correctamente el producto, material, etc.

- **Contenido:**

Puede incluir información como:

- Nombre del producto
- Composición
- Finalidad
- Modo de uso
- Advertencias o precauciones
- Especificaciones técnicas
- Proceso de fabricación
- Imágenes, tablas y texto descriptivo



- **Uso:**

Se utiliza en diversos contextos, como la industria, la construcción, la electrónica, la venta de productos, et

De acuerdo a los conceptos impartidos se realizaran los siguientes talleres:

1. Taller Práctico 1: Alistamiento de Materiales, Equipos y Herramientas

- Objetivo: Aprender a identificar activos y referentes culturales de la región e identificar , seleccionar y preparar los materiales necesarios según la ficha técnica para diseño de souvenir artesanal.

- Actividad: Los aprendices deberán alistar los materiales para un souvenir específico, siguiendo

una ficha técnica proporcionada.

2. Taller Práctico 2: Producción de Souvenirs

- Objetivo: Aplicar los conocimientos adquiridos para producir un souvenir artesanal.
- Actividad: Cada aprendiz o grupo deberá producir un souvenir siguiendo la ficha técnica y los requerimientos del cliente.

3. Taller Práctico 3: Verificación del Acabado

- Objetivo: Evaluar el producto final en base a los requerimientos de la ficha técnica.
- Actividad: Realizar una lista de chequeo la cual se implementará bajo una revisión en grupo de los souvenirs producidos, identificando aciertos y áreas de mejora.

Descripción de la actividad: Apropiar conocimientos de principio artesanía y producto artesanal

Ambiente requerido: Ambiente tradicional

Estrategias o técnicas didácticas activas: Exposiciones, lluvia de ideas, debates entre otros

Materiales de formación: Hojas, lapices, lapiceros, borrador, reglas, colores

Material de apoyo: Presentaciones power point

Evidencias de aprendizaje: Souvenir artesanal

Instrumentos de evaluación:

Duración de la actividad: horas.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Cada grupo presentará su producto souvenir artesanal , explicando el proceso de producción, los materiales utilizados y cómo cumplieron con los requerimientos de la ficha técnica.

Se realiza una mesa redonda donde se hace retroalimentación Fomentando un espacio donde los compañeros y el instructor puedan dar sugerencias y reconocer los logros.

Descripción de la actividad: Exposición de souvenir artesanal con retroalimentación.

Ambiente requerido: Ambiente tradicional

Estrategias o técnicas didácticas activas:

Materiales de formación

Material de apoyo:

Evidencias de aprendizaje:

Instrumentos de evaluación:

Duración de la actividad: horas.

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
N/A	**N/A**	**identificar activos culturales de la región para ser implementados en diseño de souvenir artesanal por medio de herramientas, equipos y materiales.** **aplicar referente cultural de acuerdo al oficio artesanal teniendo en cuenta la ficha técnica**	**ficha técnica de referente cultural aplicado en diseño de souvenir artesanal** **elaborar souvenir artesanal con identidad cultural**	**ra1** **- acondiciona el puesto de trabajo acorde con normatividad vigente de seguridad y salud enel trabajo.** **- maneja materia prima, insumos, equipos y herramientas según ficha técnica.** **ra2** **- identifica normatividad vigente teniendo en cuenta estándares ergonómicos.** **- elabora suvenir aplicando técnicas artesanales según ficha técnica.** **- maneja residuos de materia prima según normatividad vigente**	**Lista de chequeo** **Producto**

		validar y reportar calidad del acabo de producto souvenir artesanal de acuerdo a la ficha técnica	**elaborar lista de chequeo de acabados artesanales finales en souvenir artesanal**	**ra3** **- revisa acabado producto artesanal según ficha técnica.** **- ajusta producto artesanal según criterios de calidad**	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

ARTESNIAS:

Artesanía o **artesanado**[1] se refiere al trabajo de un artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona, sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones). El producto que es obtenido de ese trabajo, en el que cada pieza es distinta de las demás. La artesanía como actividad material se diferencia del trabajo en serie o industrial. Para que una artesanía sea tal debe ser trabajada a mano y cuantos menos procesos industriales tenga, más artesanal va a ser. La artesanía es un objeto totalmente cultural, ya que tiene la particularidad de variar dependiendo del contexto social, el paisaje, el clima, los recursos y la historia del lugar donde se realiza.

SOUVENIR

El vocablo francés **souvenir** forma parte del **diccionario** de la **Real Academia Española** (**RAE**). Se trata de aquello que se adquiere en un sitio a modo de **recuerdo**, como un testimonio de que dicho lugar fue visitado. Por ejemplo: *"Cuando fui a París, compré un souvenir hermoso de la Torre Eiffel"*, *"¿No sabes dónde hay una tienda de souvenirs?"*, *"Esta tarde voy a ir a comprar algunos souvenirs para llevar como regalo a los niños"*.

FICHA TECNICA

na **ficha técnica** es un documento en forma de sumario que contiene la descripción de las características de un objeto, material, proceso o programa, de manera detallada. los contenidos varían dependiendo del producto, servicio o entidad descrita, pero en general suele contener datos como el nombre, características físicas, el modo de uso o elaboración, propiedades distintivas y especificaciones técnicas.

la correcta redacción de la ficha técnica es importante para garantizar la satisfacción del consumidor, especialmente en los casos donde la incorrecta utilización del producto puede resultar en daños personales o materiales o responsabilidades civiles o penales.

MATERIAS PRIMAS

Se conoce como **materia prima** a la materia extraída de la naturaleza y que se utiliza o se transforma para elaborar otros materiales que más tarde se convierten en bienes de consumo.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

https://yorokobu.es/ontologia-de-un-souvenir-la-mercantilizacion-de-los-recuerdos-que-guardas-de-tus-viajes/

https://blumbox.mx/descubre-que-es-un-souvenir-guia-completa-y-util/

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/29700_ficha_producto.pdf

https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/General/template_index.jsf

https://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Catalogo/CatalogoIndex.jsf

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Sandra Marcela Jaramillo Moscoso**	**Instructora**	**Centro Comercio y Turismo - Escuela Turismo y Gastronomia**	**18/03/2025**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio

Autor (es)					

	Versión: 04
	Código: GFPI-F-134

Proceso Gestión de Formación Profesional Integral

Formato Planeación Pedagógica

Fecha de Elaboración	**18/03/2025**		
Denominación del Programa de Formación	**ELABORACIÓN DE SOUVENIR ARTESANAL**		
Modalidad de Formación	**PRESENCIAL**		
Código y versión del Programa de Formación	**52660011 V1**		
Nombre del Proyecto Formativo (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	**N/A**		
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	**N/A**		
Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos** **Sandra MArcela Jaramillo Moscoso**	**Regional y Centro de formación** **Centro Comercio y Turismo** **Regional Quindío**	
	Nombres y Apellidos	**Regional y Centro de formación**	
	Nombres y Apellidos	**Regional y Centro de formación**	
	Nombres y Apellidos	**Regional y Centro de formación**	

nia no controlad

FASE DE PROYECTO FORMATIVO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO FORMATIVO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	SABERES DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	SABERES DE PROCESO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			OBSERVACIONES
								HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE			AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES	
N/A	N/A	Planear producción de acuerdo con sistema productivo y métodos técnicos	1. ALISTAR MATERIALES, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS PARA EL PROCESO ARTESANAL DEL SUVENIR SEGÚN FICHA TÉCNICA	RA1 - HERRAMIENTAS: CONCEPTOS, CLASIFICACIÓN, AFILADO, USOS, APLICACIONES. - AMBIENTE DE TRABAJO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS - MATERIALES: TIPOS, CARACTERÍSTICAS, INSUMOS, INVENTARIOS, COSTOS. - FICHA TÉCNICA: CONCEPTOS INTERPRETACIÓN, COMPONENTES. - UNIDAD DE MEDIDA: DEFINICIÓN, TIPOS, CARACTERÍSTICAS. - SUVENIR: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS. - ARTESANAL: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, TÉCNICAS.	RA1 - ADECUAR EL SITIO DE TRABAJO. - IDENTIFICAR NORMATIVIDAD VIGENTE DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO. - INTERPRETAR FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO ARTESANAL. - PREPARAR MATERIA PRIMA, INSUMOS. - PREPARAR EQUIPOS Y HERRAMIENTAS.	RA1 - ACONDICIONA EL PUESTO DE TRABAJO ACORDE CON NORMATIVIDAD VIGENTE DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO. - MANEJA MATERIA PRIMA, INSUMOS, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS SEGÚN FICHA TÉCNICA.	IDENTIFICAR ACTIVOS CULTURALES DE LA REGIÓN PARA SER IMPLEMENTADOS EN DISEÑO DE SOUVENIR ARTESANAL POR MEDIO DE HERRAMIENTAS, EQUIPOS Y MATERIALES.	16	0	FICHA TÉCNICA DE REFERENTE CULTURAL APLICADO EN DISEÑO DE SOUVENIR ARTESANAL	Actividades mediadas a traves de herramientas tics, talleres, mesas redondas Aprendizaje Colaborativo, , Método de pregunta, Lluvia de ideas, Exposición.	Ambiente tradicional con los elementos necesarios, como escritorios, sillas, tablero acrílico, televisor , cable hdmi	Hojas, lapiz, reglas, borradores, material para diseño y dibujo	TÍTULO DE TÉCNICO PROFESIONAL EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO: DISEÑO. (VER ANEXO N.B.C)	
			2. PRODUCIR SUVENIR ARTESANAL SEGÚN FICHA TÉCNICA Y REQUERIMIENTO DE CLIENTE.	RA2 - ERGONOMÍA: CONCEPTO, APLICACIÓN. - SEGURIDAD INDUSTRIAL: CONCEPTO, ELEMENTOS, APLICACIÓN, NORMATIVIDAD VIGENTE. - TÉCNICAS ARTESANALES: DENOMINACIÓN, TIPOS, USOS, APLICACIONES, PROCESOS, ACABADOS. - NORMATIVA AMBIENTAL: TÉCNICAS DE DISPOSICIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS, BUENAS PRÁCTICAS DE CONSUMO DE RECURSOS. - PRODUCCIÓN: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS. - ELEMENTOS PROTECCIÓN PERSONAL (EPP): CONCEPTO, NORMATIVIDAD.	RA2 - USAR ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL. - MANTENER POSTURA ERGONÓMICA. - FABRICAR SUVENIR ARTESANAL CON MATERIA PRIMA E INSUMOS. - APLICAR TÉCNICAS ARTESANALES EN PRODUCTO. - REALIZAR REMATES CON CALIDAD. - IDENTIFICAR RESIDUOS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS. - ALMACENAR RESIDUOS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS.	RA2 - IDENTIFICA NORMATIVIDAD VIGENTE TENIENDO EN CUENTA ESTÁNDARES ERGONÓMICOS. - ELABORA SUVENIR APLICANDO TÉCNICAS ARTESANALES SEGÚN FICHA TÉCNICA. - MANEJA RESIDUOS DE MATERIA PRIMA SEGÚN NORMATIVIDAD VIGENTE.	APLICAR REFERENTE CULTURAL DE ACUERDO AL OFICIO ARTESANAL TENIENDO EN CUENTA LA FICHA TÉCNICA	16	0	ELABORAR SOUVENIR ARTESANAL CON IDENTIDAD CULTURAL	Actividades mediadas a traves de herramientas tics, talleres, mesas redondas Aprendizaje Colaborativo, , Método de pregunta, Lluvia de ideas, Exposición.	Ambiente tradicional con los elementos necesarios, como escritorios, sillas, tablero acrílico, televisor , cable hdmi	Materias prima locales de acuerdo al oficio artesanal de cada aprendiz, herramientas, pegantes cortadores enytre otros	TÍTULO DE TÉCNICO PROFESIONAL EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO: DISEÑO. (VER ANEXO N.B.C)	
			3. VERIFICAR ACABADO DE SUVENIR ARTESANAL TENIENDO EN CUENTA REQUERIMIENTOS DE LA FICHA TÉCNICA.	RA3 - TÉCNICAS DE ACABADO: CARACTERÍSTICAS, TIPOS, APLICACIONES. - CALIDAD: CONCEPTO, CRITERIOS, NORMATIVIDAD, TIPOS DE HERRAMIENTAS, PRUEBAS.	RA3 - INSPECCIONAR ACABADOS DEL PRODUCTO ARTESANAL. - EVALUAR CANTIDADES Y CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO ARTESANAL. - REVISAR TÉCNICA ARTESANAL APLICADA. - AJUSTAR PRODUCTO ARTESANAL.	RA3 - REVISA ACABADO PRODUCTO ARTESANAL SEGÚN FICHA TÉCNICA. - AJUSTA PRODUCTO ARTESANAL SEGÚN CRITERIOS DE CALIDAD	VALIDAR Y REPORTAR CALIDAD DEL ACABO DE PRODUCTO SOUVENIR ARTESANAL DE ACUERDO A LA FICHA TÉCNICA	16	0	ELABORAR LISTA DE CHEQUEO DE ACABADOS ARTESANALES FINALES EN SOUVENIR ARTESANAL	Actividades mediadas a traves de herramientas tics, talleres, mesas redondas Aprendizaje Colaborativo, , Método de pregunta, Lluvia de ideas, Exposición.	Ambiente tradicional con los elementos necesarios, como escritorios, sillas, tablero acrílico, televisor , cable hdmi	hojas de papel , lapices	TÍTULO DE TÉCNICO PROFESIONAL EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO: DISEÑO. (VER ANEXO N.B.C)	

PROCESO GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Regional: QUINDÍO
Centro de formación: COMERCIO Y TURISMO

Denominación del Programa de Formación: ELABORACIÓN DE SOUVENIR ARTESANAL
Código del Programa de Formación: 52660011
Versión: 1

Nombre del Aprendiz: _____

No. de Documento: _____ **No. De Ficha:**

Nombre del Instructor: Sandra Marcela Jaramillo Moscoso

Competencia:
Planear producción de acuerdo con sistema productivo y métodos técnicos

Resultado de Aprendizaje:

1. Alistar Materiales, Equipos Y Herramientas Para El Proceso Artesanal Del Suvenir Según Ficha Técnica
2. Producir Suvenir Artesanal Según Ficha Técnica Y Requerimiento De Cliente.
3. Verificar Acabado De Suvenir Artesanal Teniendo En Cuenta Requerimientos De La Ficha Técnica.

Evidencia:

- ficha técnica de referente cultural aplicado en diseño de souvenir artesanal
- elaborar souvenir artesanal con identidad cultural
- elaborar lista de chequeo de acabados artesanales finales en souvenir artesanal

INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO:

En el desarrollo de este instrumento se valorarán las evidencias de conocimiento, desempeño y/o producto del proceso, según las técnicas y habilidades desarrolladas durante la formación. Estas evidencias corresponden a las actividades que se describen en la guía de aprendizaje, las cuales fueron socializadas y concertadas con el instructor.

Según sus evidencias presentadas el instructor valorará cada uno de los factores que contiene la siguiente lista de chequeo para alcanzar el resultado de aprendizaje.

LISTA DE CHEQUEO

CONOCIMIENTO ⬬ PRODUCTO ⬬ DESEMPEÑO ⬬

No.	ASPECTO	INDICADORES/FACTORES A EVALUAR	CUMPLE		OBSERVACIONES
			SI	NO	
1	Actitud Reflexión	El aprendiz participó de manera activa y colaborativa en la actividad de reflexión.			
2	Actitud Contextualización	El aprendiz participó de manera activa y colaborativa en la actividad de contextualización.			
3	Actitud Apropiación	El aprendiz participó en las actividades didácticas para la apropiación del conocimiento.			
4	Actitud Apropiación	El aprendiz se presentó puntual a las actividades de aprendizaje.			
5	Actitud Apropiación	El aprendiz evidenció un buen porte de elementos de seguridad si se requiere			
6	Actitud Apropiación Técnico	El aprendíz identifica los diferentes conceptos relacionados a los diferentes acabados en el souvenir artesanal			
7	Actitud Apropiación Técnico	El aprendíz realizó y presentó patrón a desarrollar, trabajo el producto con acabados artesanales y termino souvenir artesanal			
8	Actitud Portafolio de evidencias	El aprendiz presentó la evidencia solicitada por el instructor y las socializó frente al grupo de formación			

RESULTADOS:

Aprobado ☐ Deficiente ☐

OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES:

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento: de 2025

_____
Firma del Aprendiz

Sandra Marcela Jaramillo Moscoso
Firma del Instructor

FORMATO **Ficha de Producto**	Nombre de producto: FECHA:	



No.	Pieza	Material	Cant	Porc%

Tabla de Componentes

Nombre de la pieza			**Referencia:**			
Oficio:	**Técnica:**		**Materia Prima:**			
Especificaciones Tecnicas:						
Color:	**Capacidad de Producción / mes:**		**Dimensiones Generales**			
Peso (gr.):	**Precio Unitario**	**Precio por Mayor**	**Largo:**	**Ancho:**	**Alto:**	**Diametro:**
Artesano:		**Telefono:**				
Grupo o Taller:	**Departamento:**		**Municipio:**			
Certificado Hecho a mano: ☐ Si ☐ No	**Centro Poblado:**		☐ Localidad Vereda ☐ N/A Corregimiento			
Observaciones:						
☐ Producto	☐ Línea	☐ Terminado	☐ En Proceso			

RESUMEN DE DISEÑO PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS

CLIENTE

TÍTULO DEL PRODUCTO

NOMBRE DEL CLIENTE

MARCA

PRODUCTO

VISIÓN GENERAL DEL PROYECTO

PROPÓSITO ¿Por qué Desarrollo este producto?

¿OPORTUNIDAD de impacto final? Cómo impacta este producto finalmente mi empresa o un sector?

OBJETIVO ¿para qué realize este souvenir? Qué busco desarrollandolo?

PÚBLICO OBJETIVO

OBJETIVO DEL PRODUCTO ¿A quién estamos tratando de llegar? Para quién , edad, estrato, lugar esta diseñado mi product tipo souvenir?

BRAND TARGET ¿Con quién habla la marca? Cuál es mi público objetivo?

REACCIÓN DESEADA ¿Qué acciones desea que tome su mercado? Qué quiero que recuerde o que hagan las personas que compran mi souvenir?

ACTITUD

TONE ¿Qué rasgos estamos tratando de transmitir? Qué quiero que se lleve el cliente objetivo de mi producto?
Identidad, trabajo de técnica, manejo de materias primas, contar una historia de tradición entre otras

PERSONALIDAD DE LA MARCA ¿Qué características definen la marca e informan el producto?
Por qué mi product se queda en la mente de una persona ?
Por qué mi product lo van a comprar ?

ANÁLISIS COMPETITIVO

REFERENCIAS investigación, inspiración y estilos
Aquí va a contar en que se inspiro para realizer el souvenir
Aqui informa la paleta de color que va a utilizer, las dimensiones, el material, los oficios artesanales que va a trabjar entre otras

LA MORALEJA ¿Cuál es la idea clave para ser recordada?
Por qué quiero que se me recuerde como taller con mi producto?

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: FOTOGRAFIA BASICA DE PRODUCTOS PARA REDES SOCIALES
- Código del Programa de Formación: 52210014 Versión 1
- Nombre del Proyecto : N/A
- Fase del Proyecto : N/A
- Actividad de Proyecto: N/A
- Competencia : Producir imágenes fotográficas de acuerdo con la intención comunicativa y las especificaciones técnicas
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
    1. Definir el proyecto fotográfico según las características del producto y las directrices de la empresa.
    2. Registrar la imagen del producto de acuerdo con el lenguaje visual y la composición fotográfica.
    3. Manipular el software para la edición fotográfica de acuerdo con procedimientostécnicos

- Duración de la Guía : 48 horas

2. PRESENTACIÓN

Esta formación complementaria pretende apropiar los conocimientos básicos para poder realizar fotografía de productos de acuerdo a las necesidades del cliente en cualquier contexto ; se ha diseñado para ser ofertado en la modalidad presencial y /o virtual . Esta acción de formación se ha diseñado con parámetros de calidad, cimentado en las normas de competencia laborar del sector.

El programa complementario FOTOGRAFÍA BÁSICA DE PRODUCTOS PARA REDES SOCIALES desarrolla competencias en el aprendiz desde la planificación, guion, edición y producción de composiciones audiovisuales que transmitan un mensaje y desarrollen una narrativa coherente con los productos y servicios que se comercialicen y el sector de impacto.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial:

- ¿En el desarrollo de esta actividad se realizará el análisis de las siguientes preguntas con base en la imagen?



¿Por qué es importante una buena fotografía de producto?

¿Cuáles creen que son las posibilidades



de generar más recursos económicos si existe una buena fotografía que promociones mi producto?

Las respuestas serán socializadas y sustentadas por el grupo.

Descripción de la actividad: El aprendiz debe analizar las imágenes y en grupo socializar las respuestas e identificar las características importantes de una fotografía.

Las respuestas serán socializadas y sustentadas por el grupo.

Actividad de contextualización

Con base en las preguntas anteriores en grupos de trabajo o individual , deberán realizar una propuesta en donde se muestre una solución al problema; y en donde expresen la importancia de realizar un buen registro fotográfico del producto trabajando un medio de expresión en la creatividad individual y un indudable elemento motivador para la venta del Productos.

Ambiente requerido: Ambiente tradicional

Estrategias o técnicas didácticas activas: Mesa redonda

Materiales de formación : papel y lapiz

Duración de la actividad: 2 horas.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

En esta actividad el instructor presenta los conocimientos de principio necesarios para el desarrollo de las actividades de aprendizaje necesarias.

3.3 Actividades de apropiación:

De acuerdo al material que impartirá la instructora en la formación el aprendiz será capaz de desarrollar actividades a través de los conocimientos que se imparten .

Actividades de aprendizaje:

1. Identificar los elementos necesarios apara definir el proyecto empresarial
2. Registrar de acuerdo al concepto la imagen por medio de caractristicas visuales según proyecto
3. Organizar y manipular imagen a traves de apps o software deacuerdo a proyecto empresarial

A través de los conceptos básicos el aprendiz aprenderá a:

1. Identificar elementos que se requieren de acuerdo al concepto que se quiere en el taller, emprendimiento o sector empresarial.
2. Adecuar la iluminación y preparara escenarios.
3. Preparar el producto a registrar de acuerdo al concepto según proyecto y realizar el registro fotográfico de producto
4. Organizar el producto final de acuerdo al uso de apps para mejora del mismo de acuerdo a la red social a implementar.



Para ello es importante que el aprendiz tenga claros los conocimientos de principio que se van a ver a través del material de formación que les compartirá la instructora , de esta forma se tendrá en cuenta lo siguiente:



¿ Qué es la fotográfia de producto?

¿Cuáles son los objetivos de la fotografía de producto?

El aprendiz en taller realizara su propia caja de fotografía para aplicar los diferentes concptos de conocimiento en la fotografía de producto, por medio de registros fotográficos que el aprendiz va a realizar e de acuerdo al conexto y/o producto que se trabaje.

¿ Cómo preparar mi estudio para realizar fotografía de producto?

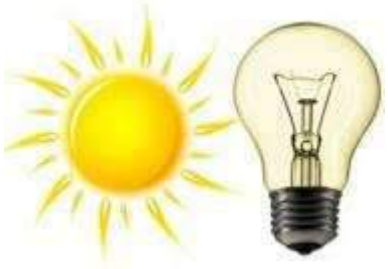


¿Para qué se utiliza la Iluminacion y qué tipos de iluminación existen?

La **luz** es el factor más importante en el arte **fotográfico**, ya que se vale de ella para ser creada, y su correcto control es determinante para el resultado final. Consiste en dirigir y rebotar **luz** hacia un objeto con la intención de que ésta pueda ser registrada por una película, un sensor electrónico CCD o CMOS.

Según la fuente lumínica de la que provenga la luz, podemos diferenciar entre:

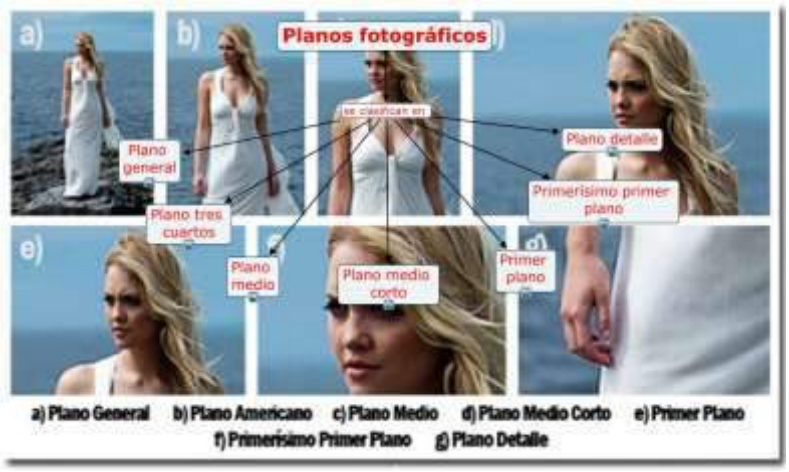
- **Luz natural**. Proviene del sol.
- **Luz artificial**. Proviene de lámparas, rebotadores, flashes,… colocados y manejados por el fotógrafo.



Aquí vamos a trabajar los diferentes tipos de luz y las diferentes formas de trabajarla

¿Qué es una composición, un encuadre y un plano en fotografía?







Manejo de Software o de aplicaciones para la mejora de la fotografía digital

1. Snapseed
2. Adobe ligthroom
3. Pixlr
4. Picsart
5. Adobephotoshop

Con ellos puedes trabajar desde la facilidad de tus dispositivos móviles y fotográficos los cambios necesarios en la fotografía.

Se desarrollaran 3 talleres para trabajar cada una de las actividades de aprendizaje

TALLER 1 Actividad de aprendizaje : Identificar los elementos necesarios apara definir el proyecto empresarial

El objetivo principal del taller es reconocer los elementos principales para trabajar un concepto claro y sencillo pero que transmita la marca o poder de un producto, para ello el aprendiz generará una lluvia de ideas en grupo para determinar las características necesarias para lograr un buen esquema para fotografía.

Para ello el aprendiz debe:

1. Identificar elementos de la marca a transmitir.
2. Planear esquema de montaje y decoración teniendo en cuenta el concepto de marca
3. Bocetar esquema de elementos a trabajar, posición y/o locación para traajar

El ejercicio se realiza en equipo de trabajo y se socializa en la formación de acuerdo a instrucciones del instructor.

Evidencia de aprendizaje : **Dibujo, esquema y/O magen que refleje el contexto, ambiente ,organizado para realizar la fotografia de acuerdo al concepto empresarial o solicitud de producto**

TALLER 2 Actividad de aprendizaje Registrar de acuerdo al concepto la imagen por medio de caractristicas visuales según proyecto

El objetivo principal del ejercicio es realizar la imagen fotográfica de acuerdo al concepto de la empresa teniendo en cuenta todos los conceptos de principio que se imparten en formación, para ello el aprendiz debe de tener encuenta lo siguiente:

1. ***Desarrollar locación sea en ambiente externo en caja de luz para el producto que el instructor en formación le entrega.***
2. ***Realizaar montaje de producto de acuerdo a la especificación de la red social.***
3. ***Tener en cuenta todos los conceptos de principio de la fotografía para redes.***
4. ***Registrar imagen fotográfica***

Evidencia de aprendizaje: **Registro fotgrafico conceptual de producto**

El ejercicio se realiza en equipo de trabajo, pero se registra imagen de forma individual y se socializa en la formación de acuerdo a instrucciones del instructor.

TALLER 3 Actividad de aprendizaje Organizar y manipular imagen a traves de apps o software deacuerdo a proyecto empresarial

El objetivo principal del ejercicio es aplicar conocimientos básicos de acuerdo al concepto identificado del producto en una aplicación para lograr mejorar la imagen inicial para ser empleada en una red social

Para ello el aprendiz debe de realizar lo siguiente:

1. Identificar la aplicación para modificar imagen.
2. Determinar la imagen a modificar según parámetros, o criterios de la empresa.
3. Modificar la imagen mediante aplicación teniendo en cuenta los criterios y parámetros de acuerdo al concepto inicial determinado.
4. Guardar la imagen terminada.

Evidencia de aprendizaje: **Registro fotográfico de producto aplicando técnicaas de maquillado en APPs**

El ejercicio se realiza en equipo de trabajo, pero se registra imagen de forma individual y se socializa en la formación de acuerdo a instrucciones del instructor.

Todos los conceptos se trabajaran en la formación y se desarrollaran talleres para identificar el aprendizaje del resultado en el aprendiz.

Duración de la actividad: 32 horas.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Con base en las actividades realizadas el aprendiz debe realizar la siguiente evidencia para ser socializadas en formación:

Ambiente requerido: Ambiente tradicional

Estrategias o técnicas didácticas activas: Aprendizaje colaborativo, manejo de herramientas tics, lluvia de ideas

Materiales de formación: Camara fotográfica celular

Material de apoyo: videos y presentación power point

Evidencias de aprendizaje:

1. Dibujo, esquema y/o imágen que refleje el contexto, ambiente ,organizado para realizar la fotografia de acuerdo al concepto empresarial o solicitud de producto
2. Registro fotografico conceptual producto.
3. Registro fotográfico de producto aplicando técnicaas de maquillado en APPs

Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo , producto

Duración de la actividad: 4 horas.

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
N/A	N/A	Identificar los elementos necesarios apara definir el proyecto empresarial Identificar los elementos necesarios apara definir el proyecto empresarial Organizar y manipular imagen a traves de	Dibujo, esquema y/O magen que refleje el contexto, ambiente ,organizado para realizar la fotografia de acuerdo al concepto empresarial o solicitud de producto Registro fotografico conceptual de producto Registro fotográfico de producto aplicando	Clasifica el contenido de producto y recursos digitales con estándares y protocolos. prepara el ambiente y espacio de acuerdo con los requerimientos del producto organiza los recursos digitales y de producto según el plano técnico modifica los parámetros técnicos de los equipos fotográficos de acuerdo con las características del producto.	Observación directa, lista de chequeo y producto

		apps o software deacuerdo a proyecto empresarial	**técnicaas de maquillado en APPs**	**integra efectos visuales en la producción fotográfica según el plano técnico** **exporta los archivos fotográficos de acuerdo con el plano técnico y la planificación** **fotográfica.** **publica la fotografía según los parámetros de salida y la plataforma social**	

El aprendiz debe de presentar una Fotografia final donde se evidencie que cumplio con los resultados esperados de aprendizaje donde se pueda ver la planeación y concepto de la fotografía , iluminación, aplicando las técnicas necesarias para poder trabajar de forma acertada una fotografa de producto para promoción en redes sociales según la necesidad del cliente y/o de la empresa, donde se evidencia que investigo las necesidades del cliente, formulo alternativas para el registro fotográfico y que valoro las propuestas según requerimientos del cliente

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

FOTOGRAFIA

fotografía (de *foto-* y *-grafía*)[2] es el arte y la técnica de obtener imágenes duraderas debido a la acción de la luz.[2] Es el proceso de proyectar imágenes y capturarlas, bien por medio del fijado en un medio sensible a la luz o por la conversión en señales electrónicas.

PRODUCTO

En mercadotecnia, un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo.El producto es uno de los componentes estructurales de la mezcla de mercadotecnia.

COMPOSICION

La composición es el planeamiento del arte, la colocación o el arreglo de elementos o de ingredientes en un trabajo de arte, o la selección y la colocación de elementos del diseño según principios del diseño dentro del trabajo

ILUMINACION

La **iluminación en fotografía** es utilizado para iluminar una escena o sujeto ya sea en fotografía, cine o televisión. La luz es el factor más importante en el arte fotográfico, ya que se vale de ella para ser creada,[1] y su correcto control es determinante para el resultado final.

Consiste en dirigir y rebotar luz hacia un objeto con la intención de que ésta pueda ser registrada por una película, un sensor electrónico CCD o CMOS. La luz resulta fundamental en la fotografía ya que sin ella no es posible plasmar una imagen.

PLANOS

En **fotografía** y en cine, el **plano** refiere la proporción que tiene el objeto o personaje dentro del encuadre, estos nos indican que sección de la imagen aparecerá en la toma y cuáles son los mejores cortes que se pueden realizar sin que se descuide la proporción adecuada y que la misma conserve la estética de la imagen.

PROPRCION AUREA

El **número áureo** (también llamado **número de oro**, **razón extrema y media**,[1] **razón áurea**, **razón dorada**, **media áurea**, **proporción áurea** y **divina proporción**[2]) es un número irracional,[3] representado por la letra griega ϕ (phi) (en minúscula) o Φ (Phi) (en mayúscula) en honor al escultor griego Fidias.

ENCUADRE

La **composición de la imagen** es la forma en que se **encuadra** y ubican los objetos comprendidos en una fotografía. Este artículo describe los criterios más importantes empleados en la fotografía fija, y que comparte con la pintura y el cine.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

https://www.dzoom.org.es/15-consejos-indispensables-para-aprender-a-dominar-la-iluminacion-en-tus-fotos/

https://www.youtube.com/watch?v=cMbJgfmS6L8

https://www.youtube.com/watch?v=PK7685-EsRM

https://www.youtube.com/watch?v=Up-jAVRisQQ

https://www.youtube.com/watch?v=_tmhMZrXJpw

https://www.youtube.com/watch?v=vwSlGWCM_jo&vl=es

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**SANDRA MARCELA JARAMILLO MOSCOSO**	**INSTRUCTORA**	**CENTRO COMERCIO Y TURISMO**	**1 junio de 2024**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

		Versión: 03
		Código: GFPI-F-134

Proceso Gestión de Formación Profesional Integral

Formato Planeación Pedagógica del Proyecto Formativo

Fecha de Elaboración	15/02/2023	
Denominación del Programa de Formación	FOTOGRAFIA BASICA DE PRODUCTOS PARA REDES SOCIALES	
Modalidad de Ejecución	PRESENCIAL	
Código y versión del Programa	52210014 VERSIÓN 1	
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	N/A	
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	N/A	
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos** **SANDRA MARCELA JARAMILLO MOSCOSO**	**Regional y Centro de formación** **Centro de Comercio y Turismo**
	Nombres y Apellidos	

FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES			
N/A	N/A	**Producir imágenes fotográficas de acuerdo con la intención comunicativa y las especificaciones técnicas**	**01. DEFINIR EL PROYECTO FOTOGRÁFICO SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO Y LAS DIRECTRICES DE LA EMPRESA.**	Identificar los elementos necesarios apara definir el proyecto empresarial	13	2	Actividades mediadas a traves de herramientas tics, talleres, mesas redondas Aprendizaje Colaborativo, Método de pregunta, Lluvia de ideas, Exposición.	Ambiente tradicional con los elementos necesarios, como escritorios, sillas, tablero acrilico, televisor , cable hdmi	lapiceros, resma de papel, dispositivo móvil con camara integrada y/o cámara de fotográfia	TÍTULO DE TÉCNICO PROFESIONAL EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO: ARTES PLÁSTICAS, VISUALES Y AFINES; O DISEÑO. TÍTULO DE TECNÓLOGO EN DISCIPLINA ACADÉMICA DEL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO EN DISEÑO. TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN DISCIPLINA ACADÉMICA DEL NÚCLEO BÁSICO DE	CLASIFICA EL CONTENIDO DE PRODUCTO Y RECURSOS DIGITALES CON ESTÁNDARES Y PROTOCOLOS. PREPARA EL AMBIENTE Y ESPACIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL PRODUCTO	**Evidencia de conocimiento : Preguntas abiertas** **Lista de chequeo : Práctica de campo Evidencia de producto: Imagen que refleje el contexto, ambiente ,organizado para realizar la fotografia de acuerdo al tema empresarial o solicitud de**	
			02. REGISTRAR LA IMAGEN DEL PRODUCTO DE ACUERDO CON EL LENGUAJE VISUAL Y LA COMPOSICIÓN FOTOGRÁFICA.	Registrar de acuerdo al concepto la imagen por medio de caractristicas visuales según proyecto	13	2					ORGANIZA LOS RECURSOS DIGITALES Y DE PRODUCTO SEGÚN EL PLANO TÉCNICO MODIFICA LOS PARÁMETROS TÉCNICOS DE LOS EQUIPOS FOTOGRÁFICOS DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO. INTEGRA EFECTOS VISUALES EN LA PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA SEGÚN EL PLANO TÉCNICO	**Evidencia de conocimiento : Preguntas abiertas** **Lista de chequeo : Práctica de campo Evidencia de producto: registro fotografico conceptual**	
			03. MANIPULAR EL SOFTWARE PARA LA EDICIÓN FOTOGRÁFICA DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS	Organizar y manipular imagen a traves de apps o software deacuerdo a proyecto empresarial	13	2					EXPORTA LOS ARCHIVOS FOTOGRÁFICOS DE ACUERDO CON EL PLANO TÉCNICO Y LA PLANIFICACIÓN FOTOGRÁFICA. PUBLICA LA FOTOGRAFÍA SEGÚN LOS PARÁMETROS DE SALIDA Y LA PLATAFORMA SOCIAL.	**Evidencia de conocimiento : Preguntas abiertas Lista de chequeo : Práctica de campo** **Evidencia de producto: Registro fotográfico de producto aplicando técnicaas de maquillado en APPs**	

PROCESO GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Regional: QUINDÍO
Centro de formación: COMERCIO Y TURISMO

Denominación del Programa de Formación: FOTOGRAFIA BASICA DE PRODUCTOS PARA REDES SOCIALES

Código del Programa de Formación: 52210014

Versión: 1

Nombre del Aprendiz: _____
No. de Documento: _____ **No. De Ficha:**
Nombre del Instructor: Sandra Marcela Jaramillo Moscoso

Competencia : Producir imágenes fotográficas de acuerdo con la intención comunicativa y las especificaciones técnicas

Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

- DEFINIR EL PROYECTO FOTOGRÁFICO SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO Y LAS DIRECTRICES DE LA EMPRESA.
- REGISTRAR LA IMAGEN DEL PRODUCTO DE ACUERDO CON EL LENGUAJE VISUAL Y LA COMPOSICIÓN FOTOGRÁFICA.
- MANIPULAR EL SOFTWARE PARA LA EDICIÓN FOTOGRÁFICA DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTOSTÉCNICOS

Actividad:

El aprendiz debe de presentar una Fotografia final donde se evidencie que cumplio con los resultados esperados de aprendizaje donde se pueda ver la planeación y concepto de la fotografía , iluminación, aplicando las técnicas necesarias para poder trabajar de forma acertada una fotografa de producto para promoción en redes sociales según la necesidad del cliente y/o de la empresa, donde se evidencia que investigo las necesidades del cliente, formulo alternativas para el registro fotográfico y que valoro las propuestas según requerimientos del cliente

Evidencia:

- ✓ Producto: Presentar la fotografía de producto de acuerdo al requerimiento del cliente.

INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO:

En el desarrollo de este instrumento se valorarán las evidencias de conocimiento, desempeño y/o producto del proceso, según las técnicas y habilidades desarrolladas durante la formación. Estas evidencias corresponden a las actividades que se describen en la guía de aprendizaje, las cuales fueron socializadas y concertadas con el instructor.

Según sus evidencias presentadas el instructor valorará cada uno de los factores que contiene la siguiente lista de chequeo para alcanzar el resultado de aprendizaje.

LISTA DE CHEQUEO

CONOCIMIENTO ⬬ PRODUCTO ⬬ DESEMPEÑO ⬬

No.	ASPECTO	INDICADORES/FACTORES A EVALUAR	CUMPLE		OBSERVACIONES
			SI	NO	
1	Actitud Reflexión	El aprendiz participó de manera activa y colaborativa en la actividad de reflexión.			
2	Actitud Contextualización	El aprendiz participó de manera activa y colaborativa en la actividad de contextualización.			
3	Actitud Apropiación	El aprendiz participó en las actividades didácticas para la apropiación del conocimiento.			
4	Actitud Apropiación	El aprendiz se presentó puntual a las actividades de aprendizaje.			
5	Actitud Apropiación Técnico	El aprendíz identifica los diferentes conceptos relacionados a la fotografía de producto			
6	Actitud Apropiación Técnico	El aprendíz realizó y presentó diferentes Fotografia donde se evidenció que cumplio con los resultados esperados de aprendizaje donde se pueda ver la planeación de acuerdo al concepto de la empresa para desarrollo del entorno para la fotografía, angulaciones , planos, composición , iluminación, ,y evaluación de las mismas para redes sociales, explicando de forma oral y aplicando las técnicas básicas para el registro de fotografía de producto, Maneja y aplica técnicas en aplicación para modificación de imagen por medio de aplicaciones móviles.			
7	Actitud Apropiación Técnico	El aprendíz realizó y presentó diferentes Fotografia donde se evidenció que cumplio con los resultados esperados de aprendizaje donde se pueda ver que maneja y emplea técnicas en aplicación para modificación de imagen por medio de aplicaciones móviles.			
7	Actitud Portafolio de evidencias	El aprendiz presentó la evidencia solicitada por el instructor y las socializó frente al grupo de formación			

RESULTADOS:

Aprobado ☐ Deficiente ☐

OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES:

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento: de 2025

_____

Firma del Aprendiz

Sandra Marcela Jaramillo Moscoso

Firma del Instructor


SENA

FOTOGRAFIA BASICA DE PRODUCTO PARA REDES SOCIALES

Instructora
Marcela Jaramillo Moscoso

FOTOGRAFIA DE PRODUCTO

La fotografía de producto es un tipo de fotografía específico que se usa en el comercio electrónico para presentar de manera atractiva tus artículos a tus potenciales clientes.

Esto quiere decir que la foto de producto es un elemento fundamental en todo negocio online que, bien aplicado, realza el valor y la percepción visual de la marca, despertando así el interés en el consumidor.



LA IMPORTANCIA DE LA FOTOGRAFIA DE PRODUCTO

La fotografía de producto es la pieza más importante de todo negocio online ya que, a través de ella, los potenciales clientes pueden observar en detalle cómo es el artículo que quieren comprar, y esto puede lograr que concreten más rápido la compra.

El objetivo de este tipo de fotografía es concentrar toda la atención de los consumidores en un único elemento: el producto. Para lograrlo, en la foto se muestra la mayor cantidad de información posible como tamaño, color, textura y accesorios de la pieza desde diferentes ángulos.

OBJETIVOS DE LA FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO

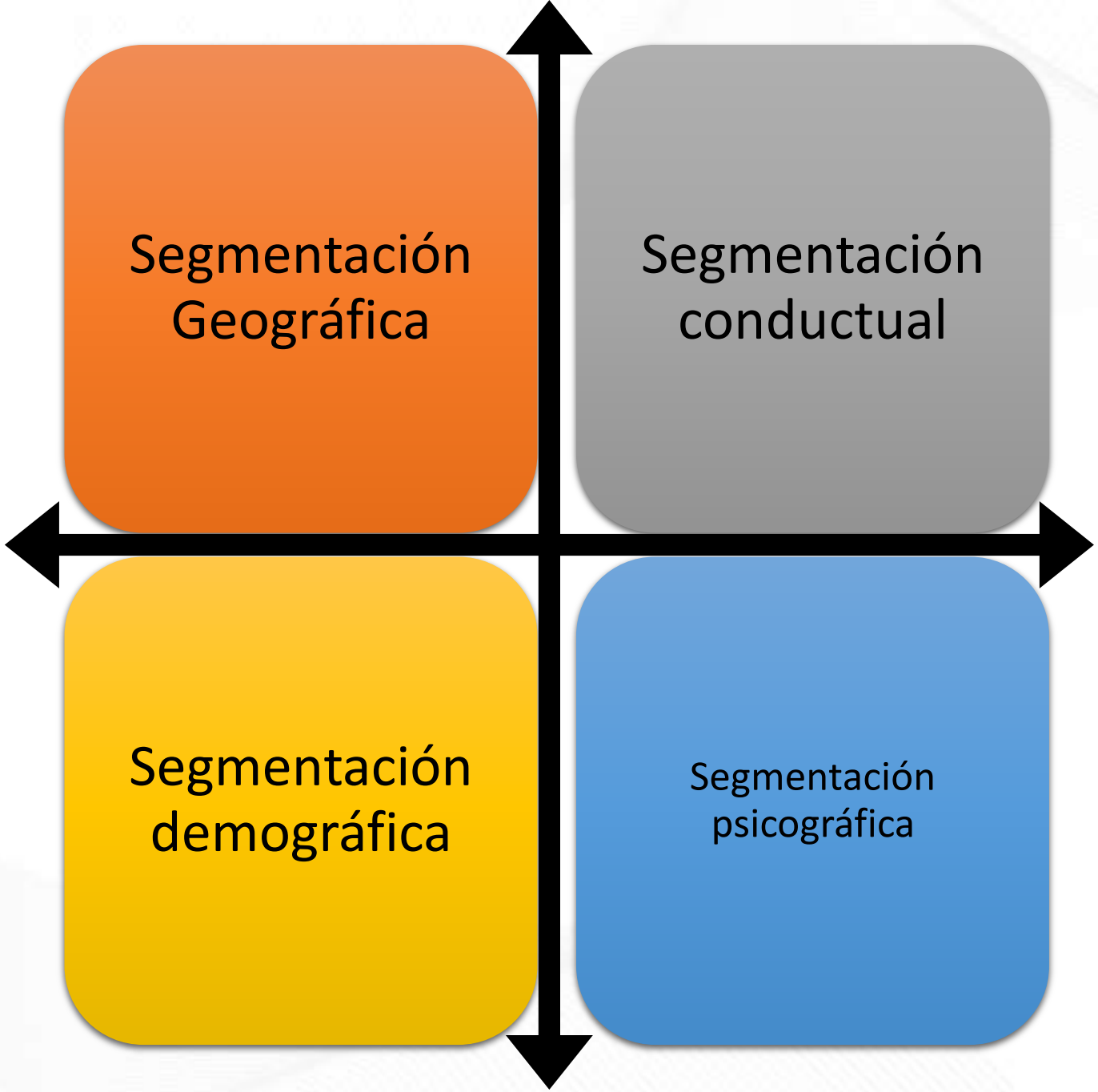
Despertar el interés: hacer que los posibles compradores quieran tener el producto o saber más de él.

Descripción visual: las fotos deben dar la mayor cantidad de información del objeto.

Acercar el producto al comprador: la información que des con la fotografía hará sentir al comprador que conoce el artículo.

Diferenciarlo de la competencia: una fotografía de producto exitosa destaca del resto por su calidad y perfección.




Segmentación Geográfica
Segmentación conductual
Segmentación demográfica
Segmentación psicográfica

HISTORIA DE LA FOTOGRAFÍA

https://www.youtube.com/watch?v=XS7_BQy8xM0

https://www.youtube.com/watch?v=00vxiXAjNJg



TEORÍA Y SICOLOGIA DEL COLOR



VER SICOLOGIA DEL COLOR 2023

Rojo

Excitación
Fuerza
Amor
Energía

Naranja

Seguridad
Éxito
Valentía
Sociabilidad

Amarillo

Creatividad
Felicidad
Amabilidad
Alegría

Verde

Naturaleza
Salud
Frescura
Calidad

Azul

Confianza
Paz
Lealtad
Habilidad

Rosa

Compasión
Sinceridad
Sofisticación
Dulzura

Violeta

Realeza
Lujo
Espiritualidad
Ambición

Marrón

Formalidad
Robustez
Fiabilidad
Sencillez

Negro

Solemnidad
Dramatismo
Sofisticación
Seguridad

Blanco

Limpieza
Simplicidad
Inocencia
Honestidad

DEFINIR PROYECTO DE FOTOGRAFÍA

1. CUÁNDO EMPRENDER UN PROYECTO FOTOGRÁFICO

Cuando sientas que necesitas contar algo, compartir algo.

Un proyecto requiere implicación, tiempo y esfuerzo, por lo que debes tener claro que quieres hacerlo para no tirar la toalla a la primera de cambio

.



2. LA IDEA PARA COMENZAR UN PROYECTO FOTOGRÁFICO

Esta depende de si es un proyecto personal o si es un proyecto empresarial



3. DOCUMENTACIÓN E INVESTIGACIÓN

Un buen proyecto fotográfico requiere que investigues sobre él, que profundices en el tema, que te documentes y conozcas todo (o casi) todo lo referente a él. Para poder contarlo debes conocerlo bien, además es la única manera de ser honestos, si hablas (aunque sea a través de tu cámara) sobre un tema, tendrás que ceñirte lo más posible a su realidad.



4. GUIÓN DEL PROYECTO FOTOGRÁFICO Y PLANIFICACIÓN

Ya tienes la idea, de qué va el tema de tu proyecto y lo que quieres contar. Ahora toca guionizarlo, es decir, ponerle un título al proyecto y organizar las ideas, definir cómo vas a contarlo, más o menos en cuantas fotografías, si el fin es para una exposición o un libro (estos detalles marcarán la forma de realizar el trabajo), qué objetivo tiene cada foto o el trabajo en conjunto. Te puede ayudar realizar algunos bocetos, no es necesario que dibujes muy bien, simplemente que te sirva para establecer de antemano qué y cómo lo quieres fotografiar. Por ejemplo, si deseas fotografiar un día en la vida de una cantante, estaría bien que primero pasaras un día con ella, conocer sus hábitos y después definir con qué escenas y cómo quieres contar «su día».



5. EQUIPO PARA EL PROYECTO FOTOGRÁFICO

Ya tienes la idea, el guion de lo que quieres contar y el plan de cómo lo vas a ejecutar. Con esta información, deberás decidir qué equipo necesitas aparte de tu cámara: objetivos, iluminación, trípode.



6. RECURSOS

En función de lo ambicioso que sea tu proyecto, es probable que tengas que echar mano de ciertos recursos como modelos, atrezo, transporte… Esto no es algo que te deba frenar, sin embargo, para una primera experiencia, te recomiendo que simplifiques al máximo.

7. CAPTURAR LA IDEA

Ahora viene la parte más apasionante del proyecto, la que más nos emociona como amantes de la fotografía que somos.

Disparar, capturar la idea que tienes en mente y que has plasmado en papel.





8. SELECCIÓN Y EDICIÓN DEL PROYECTO FOTOGRÁFICO

Esta parte suele ser bastante tediosa lo cual no significa que sea menos importante. De hecho, una mala selección puede convertir lo que sería un brillante proyecto en un trabajo que pase desapercibido.

Es muy importante **seleccionar** las imágenes que mejor cuenten la idea, que tengan una **unidad**, una continuidad.

Las imágenes del proyecto han de seguir un hilo narrativo, a la vez que han de tener suficiente fuerza e historia por sí mismas.

Todas deben encajar a la perfección, si alguna no termina de hacerlo y te tienta porque te gusta especialmente, no te arriesgues.

CONCEPTO PARA PROYECTO DE FOTOGRAFÍA

La fotografía artística conceptual es una forma de expresión creativa que combina elementos visuales y conceptuales para transmitir un mensaje o contar una historia, cada instantánea, que captura, encierra un poderoso mensaje capaz de transmitir las ideas más abstractas de nuestro pensamiento.

La fotografía conceptual ha logrado una gran aplicación en la Industria publicitaria, ya que la publicidad recurre a este género fotográfico para asociar productos a ideas atractivas para el consumidor. También podemos ver el trabajo de la Fotografía conceptual en distintos campos como la denuncia social, con la fotografía conceptual se pueden retratar problemas sociales para invitarnos a la reflexión



Uno de los principales rasgos de la fotografía conceptual es el hecho de que los artistas mediten las escenas y las preparen con detalle antes de capturarlas para acentuar el mensaje que desean transmitir

Define el concepto

Antes de montar la escena y coger la cámara debes tener muy claro cuál es el mensaje y cómo lo vas a transmitir.



Busca la inspiración

Las buenas ideas casi nunca caen del cielo. La fotografía conceptual requiere de método, disciplina y rutinas de trabajo como la reflexión, la observación y la exploración continuas.



Apunta lo que se te ocurra

Cuando tengas una idea regístrala inmediatamente en un bloc de notas o en el teléfono para que no se te olvide.



Emplea símbolos

Muchos son universales y puedes utilizarlos para expresar conceptos como el tiempo (un reloj), el infinito (una carretera recta que se pierde en el horizonte), etc.



Simplifica el mensaje

Expresa tu idea de la forma más clara y sencilla posible. Una imagen puede admitir diversas lecturas, pero el mensaje tiene que ser evidente.



Cuida mucho la producción y la ejecución

En esta fase se deciden aspectos técnicos como el tipo de objetivo, el encuadre, la iluminación, la localización, la composición, los objetos o modelos, etc.



Esmérate con la posproducción

Incluye todo el proceso de edición y retoque fotográfico. Es una de las etapas más importantes y puede llevar semanas o meses.


NESCAFÉ
TU FELICIDAD
DESPIERTA CON NESCAFÉ


متخليش النوم يطل حكاية كل يوم
NESCAFÉ





Tomorrow starts tonight

IKEA

THE WONDERFUL EVERYDAY



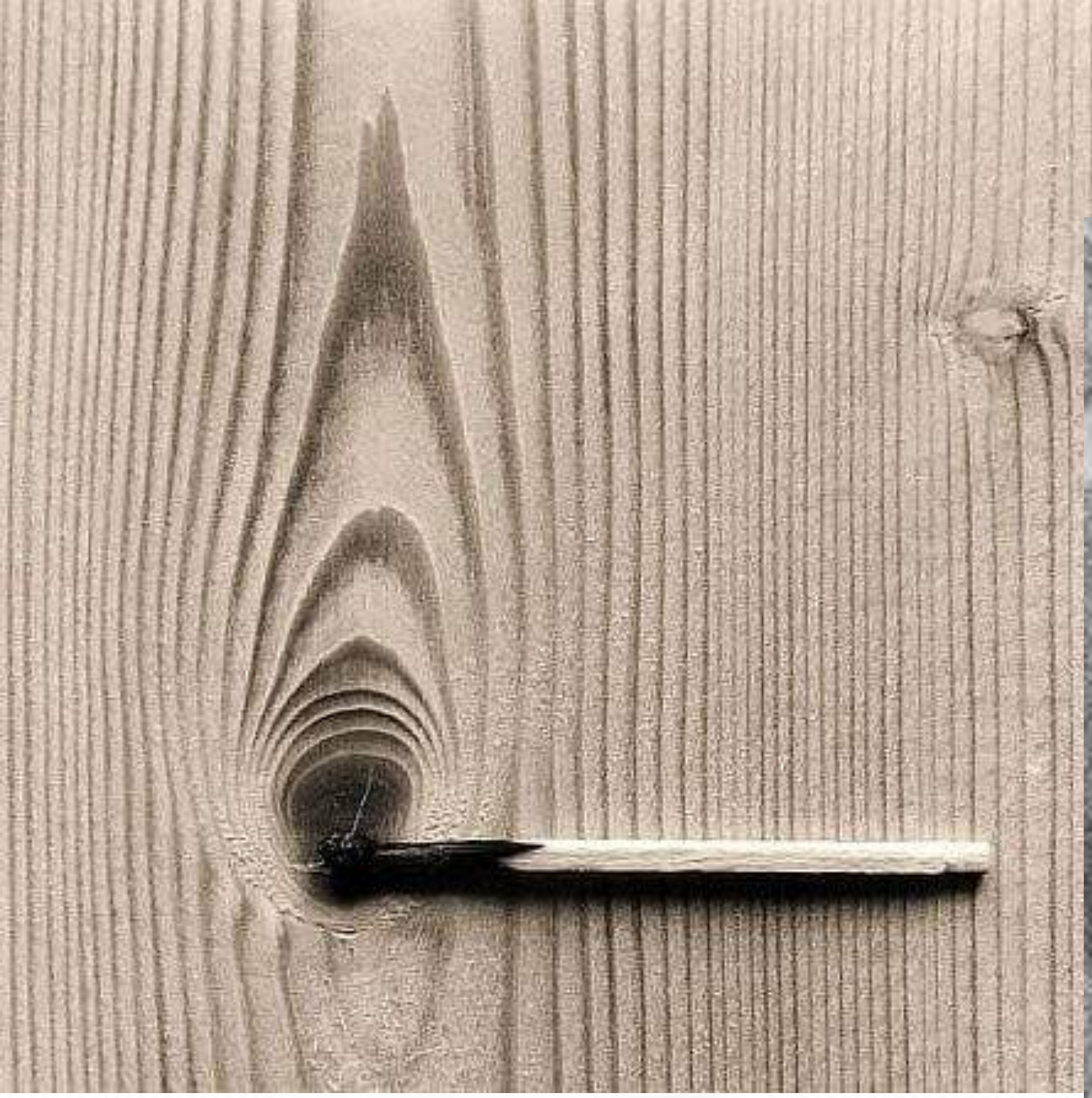

Don't suck the life
from our oceans.
GREENPEACE
greenpeace.ca/plastics







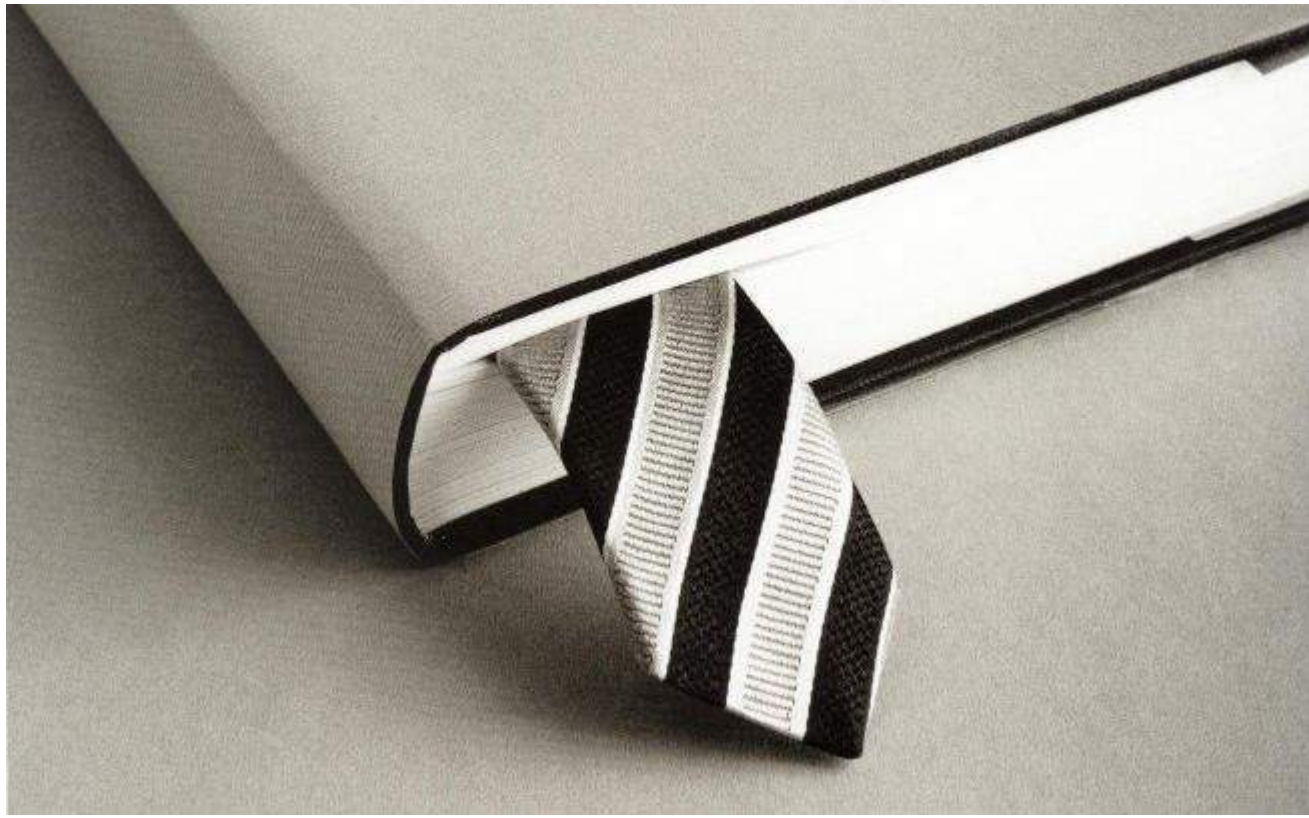






Aquí te dejamos una pequeña lista de símbolos bastante conocidos por si quieres usar alguno en tus fotografías:

- **Mariposas** – Creatividad, libertad.
- **Relojes** – Tiempo, horarios.
- **Niños** – Infancia, inocencia.
- **Plantas** – Naturaleza, crecimiento.
- **Billetes de dolar** – Economía, capitalismo.
- **Trébol** – Buena suerte.
- **Calaveras** – Vida y muerte.



Chema Madoz - https://www.promociondelarte.com/comunicacion/noticia-82-chema-madoz-xxi



Chema Madoz - https://www.promociondelarte.com/comunicacion/noticia-82-chema-madoz-xxi

PREPARA TU ESTUDIO PARA FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO

Fondo neutro

El primer paso para tener éxito en una fotografía de producto es tener un buen fondo. Elige siempre un fondo neutro, ya sea blanco o negro, dependiendo de lo que quieras lograr en términos de iluminación y reflejos, y también dependiendo de si tu objeto es opaco o translúcido.

Fondo blanco: se utiliza para fotografiar objetos de colores intensos y para alimentos. Los objetos que están sobre fondo blanco son mucho más sencillos para recortar y se integrarán fácilmente a catálogos, trípticos, revistas y sitios web.



















FONDO NEGRO

Fondo negro: le imprime sobriedad a la foto y puede crear efectos muy elegantes con productos transparentes.

Al empezar, tus fondos pueden ser cartulinas o lienzos de tela (pero toma en cuenta que en la foto se notará la más mínima arruga de la tela y se percibirá como una foto descuidada). Si pones atención a estos detalles y los solucionas –ya sea antes de hacer la foto o en postproducción–, estos elementos de bajo costo pueden funcionar perfectamente.



PREPARA TU ESTUDIO PARA FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO







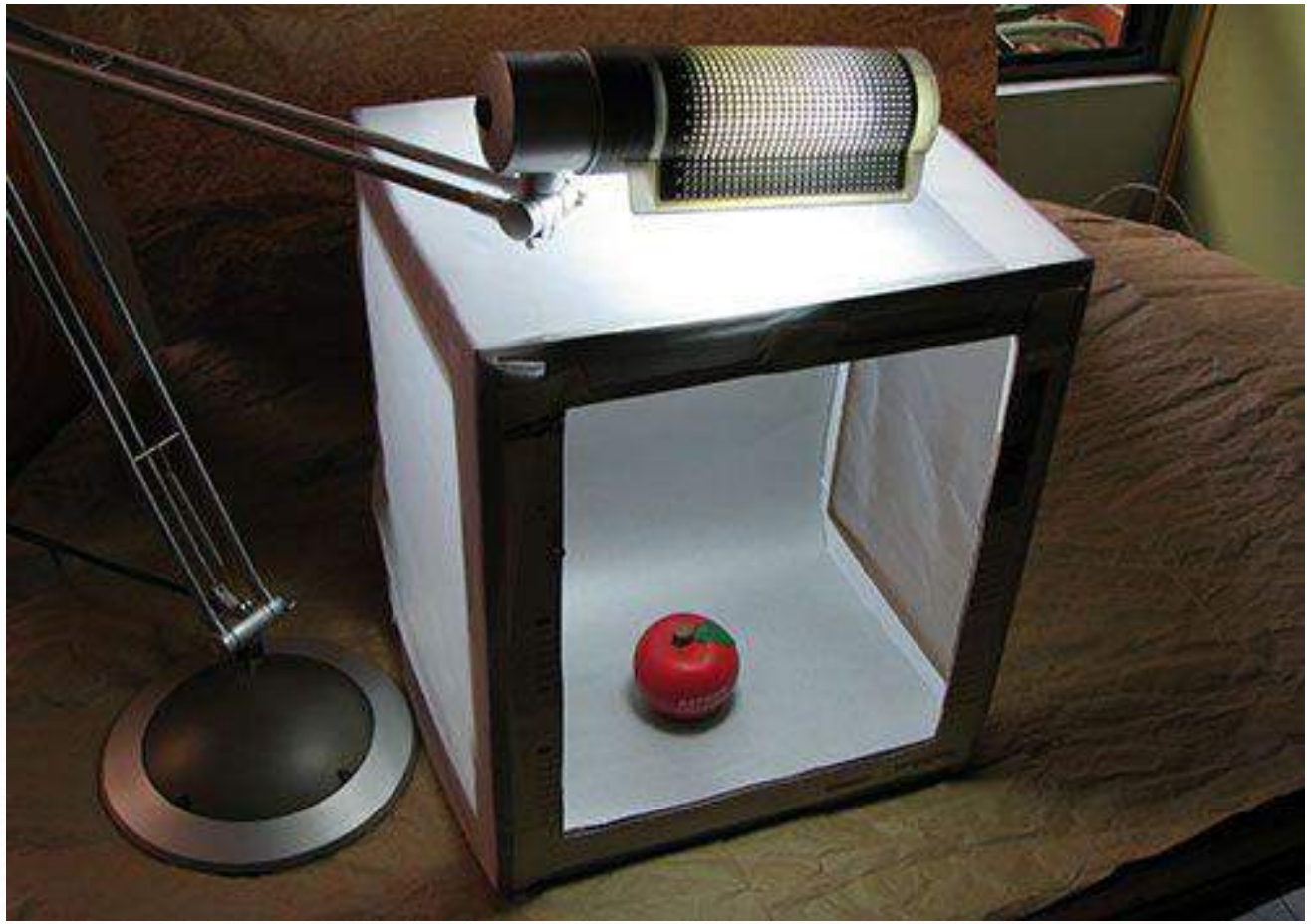



Acrílico curvado de aprox. 200 cm
70 cm
75 cm
75 cm
150 cm

PREPARA TU ESTUDIO FOTOGRÁFICO



PREPARA TU ESTUDIO FOTOGRÁFICO



https://www.youtube.com/watch?v=tBUdO3fSI8Q

https://www.youtube.com/watch?v=U2gtICcrarI

MARIO CUEVAS

https://www.youtube.com/watch?v=k9CkNFKXVnk

REDES SOCIALES

Sin embargo, para fotos de redes sociales puedes utilizar los fondos más variados y obtendrás resultados muy estéticos de fotos de producto personales. Un buen tip es enfocar el producto y dejar fuera de foco los demás elementos de la imagen

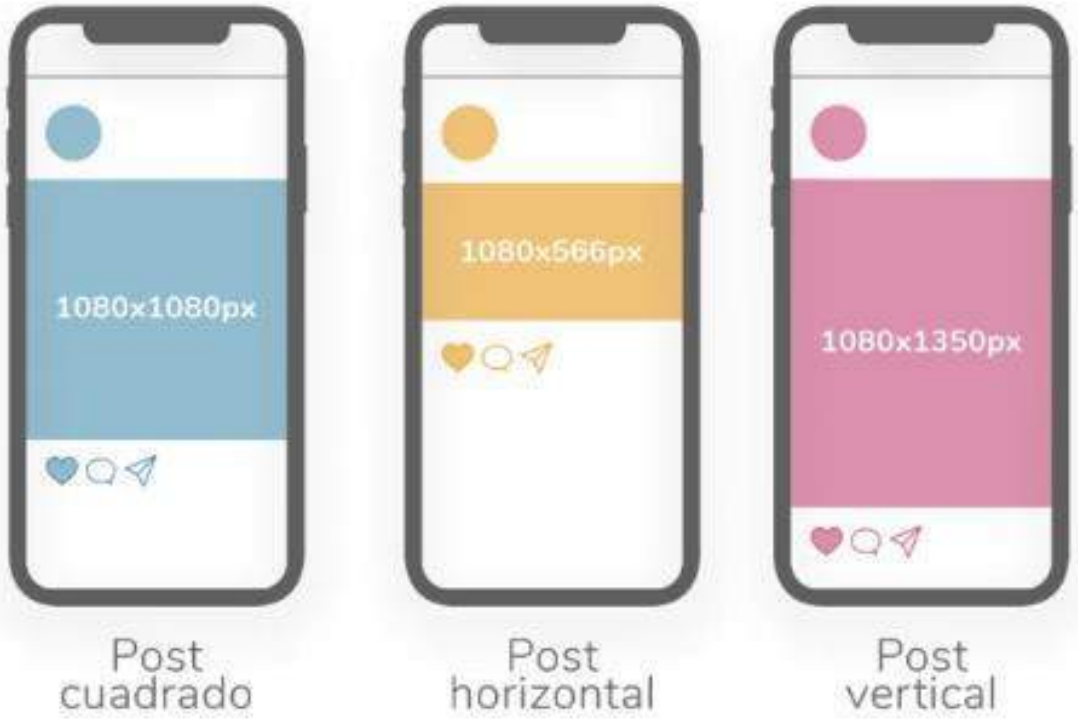


REDES SOCIALES – INSTAGRAM

Tipo de publicación	Dimensiones
Foto de perfil de Instagram	110×110 px (320×320 recomendada)
Fotos post cuadradas	1080 x 1080 píxeles
Fotos post horizontales	1080 x 566 píxeles
Fotos post verticales	1080 x 1350 píxeles

REDES SOCIALES – INSTAGRAM

- **Tamaño fotos cuadradas:** 1080 x 1080 píxeles o 640 x 640 píxeles y una proporción de 1:1. El tamaño máximo es de 2048 x 2048 píxeles.
- **Tamaño fotos horizontales:** 1080 x 566 píxeles o 600 x 400 píxeles con una proporción de 1.91:1.
- **Tamaño fotos verticales**: 1080 x 1350 píxeles o 600 x 749 píxeles y una proporción de 4:5.



ILUMINACIÓN

La luz natural, toneladas de ella, es ideal para este tipo de fotos. Pero como no se puede controlar, no puedes dejar la suerte de tu foto a la nubosidad del día, así que lo mejor es usar una iluminación artificial fuerte y difusa.

Es fundamental que estés equipado con lámparas, flashes, difusores y reflectores. Un buen comienzo son los **kits strobits**, que incluyen flashes de mano compactos, un tripié, un control remoto, una rótula y un paraguas. Están pensados para trabajar en interior y exterior y son portátiles.



La iluminación es el punto más importante a tener en cuenta a la hora de tomar una fotografía ya que define cuán atractiva va a resultar la imagen.
Para tomar una fotografía de producto, puedes optar entre dos tipos de luces:

- Luz natural.
- Luz artificial (que, a su vez, puede ser cálida, fría o neutra).

En el caso de la foto de producto, lo ideal es tomarla con luz natural o bien con luz artificial pero en temperatura neutra o fría.





Fuentes de luz

Para la iluminación lo ideal sería tener tres fuentes de luz, pero con dos es suficiente para sacar una buena toma, en este caso solo usamos luz principal y luz de relleno (foco rojo a la izquierda luz principal y foco azul a la derecha luz de relleno).





Según la difusión de la luz, tenemos estos tipos de luz:

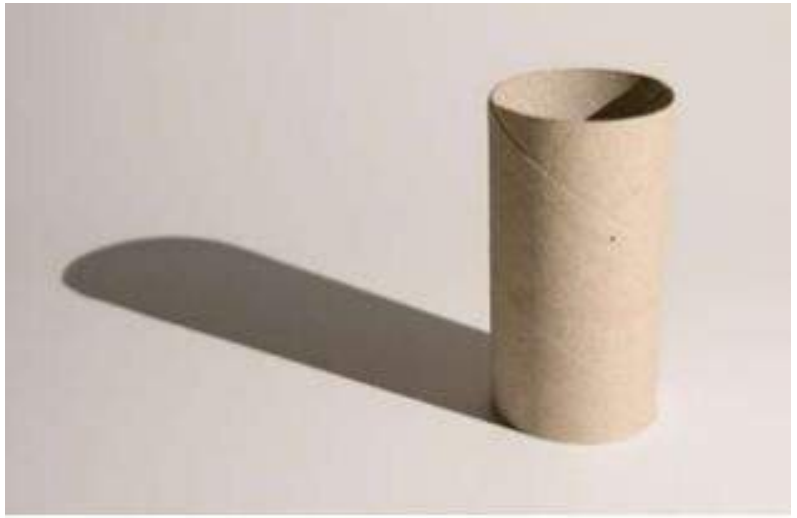
•**Luz dura**. Proyecta una sombra con bordes nítidos y muy definidos. Por ejemplo, fotografías tomadas con luz natural, con mucho sol, como a las 12 del mediodía.

•**Luz suave**. Es una luz muy difusa que apenas proyecta sombras. Está producida por una fuente de luz muy extensa y de poca intensidad. Por ejemplo, fotografías tomadas en una habitación en donde haya un visillo o una cortina por donde entre la luz natural, o fotografías tomadas en un día nublado.

•**Luz semidifusa**. Fuentes de luz grandes y próximas al objeto. Esta luz destaca el volumen y la textura.



Luz suave



Luz dura

https://www.youtube.com/watch?v=vF_QaMk7BAg

Según la dirección, la luz puede ser:

•**Luz frontal**. Aplana el objeto, las sombras se proyectan duras, por detrás del objeto.

•**Luz lateral**. La luz es muy dura, crea muchas sombras, y un lateral queda muy iluminado y el contrario no.

•**Luz semilateral**. Luz colocada a 45º, a medio camino entre la luz frontal y la luz lateral. Las sombras favorecen la profundidad del objeto.

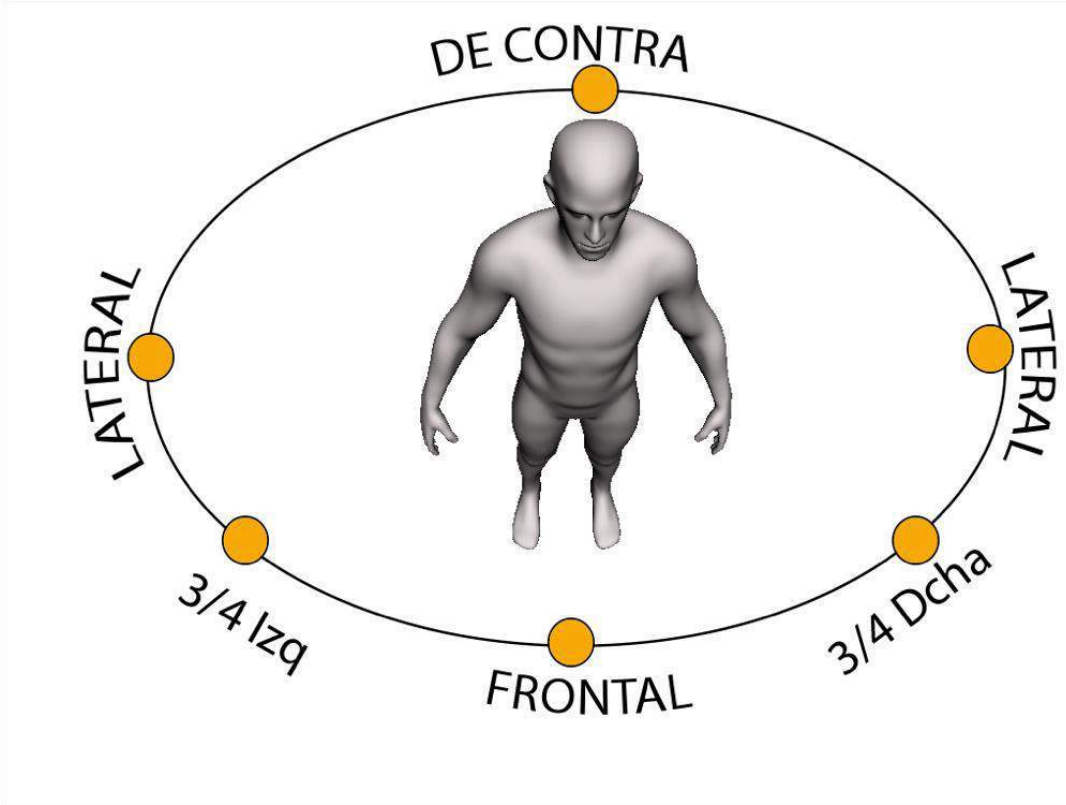
•**Luz de relleno**. Luz secundaria utilizada para rellenar o iluminar sombras de la luz principal.

•**Luz de fondo o de ambiente**. Es la luz que rodea al objeto.

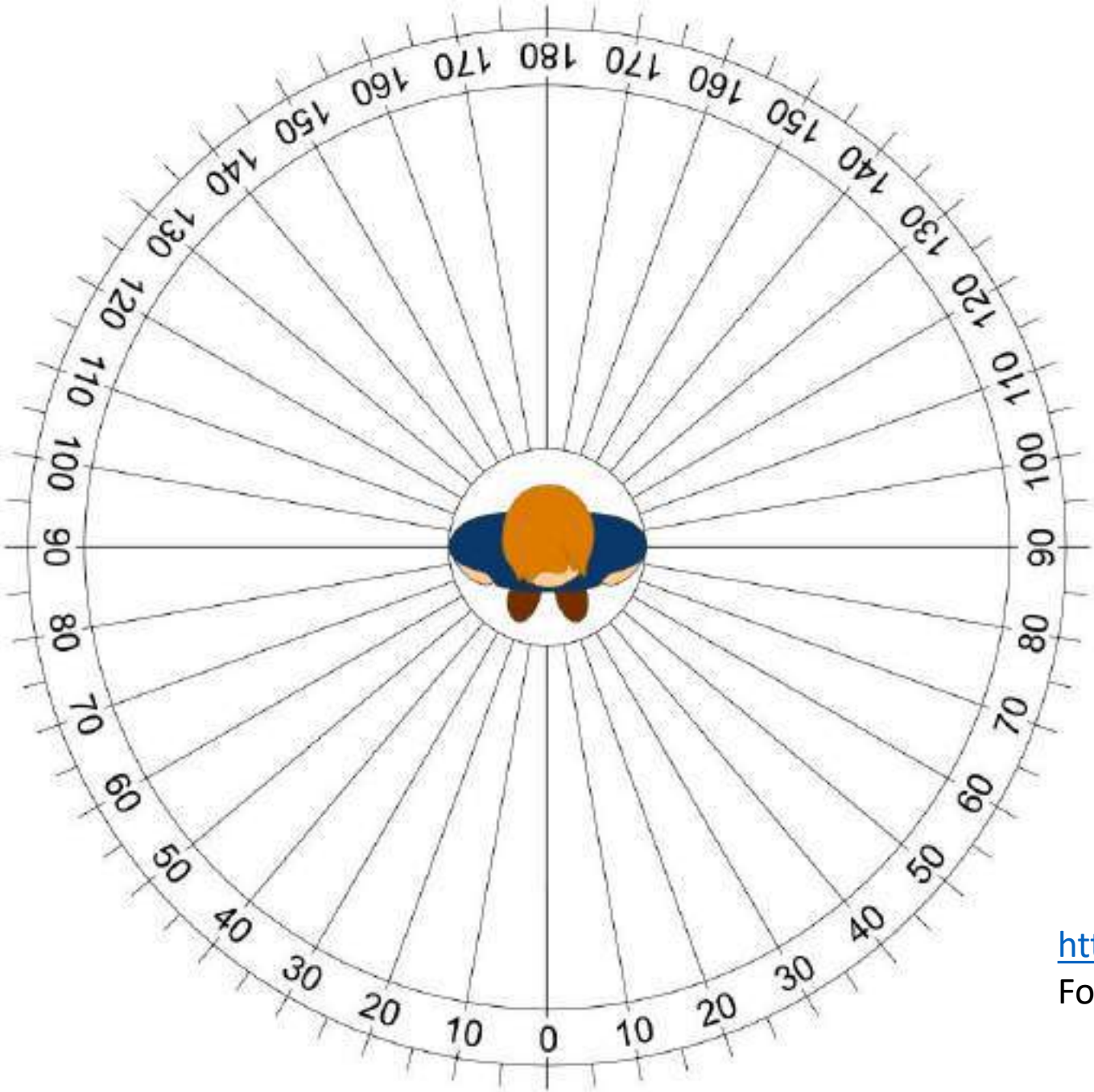
•**Contraluz**. La luz se coloca detrás del objeto. Se fotografía la silueta, y se crea un gran contraste entre el fondo, que estará muy iluminado y el objeto, que estará oscuro. Para fotografía artística.

•**Luz cenital o picado**. Luz colocada por encima del objeto. Produce sombras muy duras y verticales, creando zonas muy oscuras y zonas muy iluminadas.

•**Luz de contrapicado**. Luz colocada por debajo del objeto. Produce sombras antinaturales. Se consiguen fotografías misteriosas.



https://www.youtube.com/watch?v=7QH21_86QNU
Iluminación básica



https://www.youtube.com/watch?v=QzYJr3luOGM

Fotografía gastronómica

Tips luminosos

•La luz dura se usa para los objetos totalmente mates.

•Usa luz difusa para superficies reflectantes.

•Para objetos rugosos utiliza luz de contra para resaltar su textura.

•Las luces laterales dan volumen a los objetos, creando brillos y sombras.

•Elimina fuentes secundarias de luz como focos y ventanas para evitar variaciones de luz indeseadas.



https://www.youtube.com/watch?v=4PXwTagNNUI

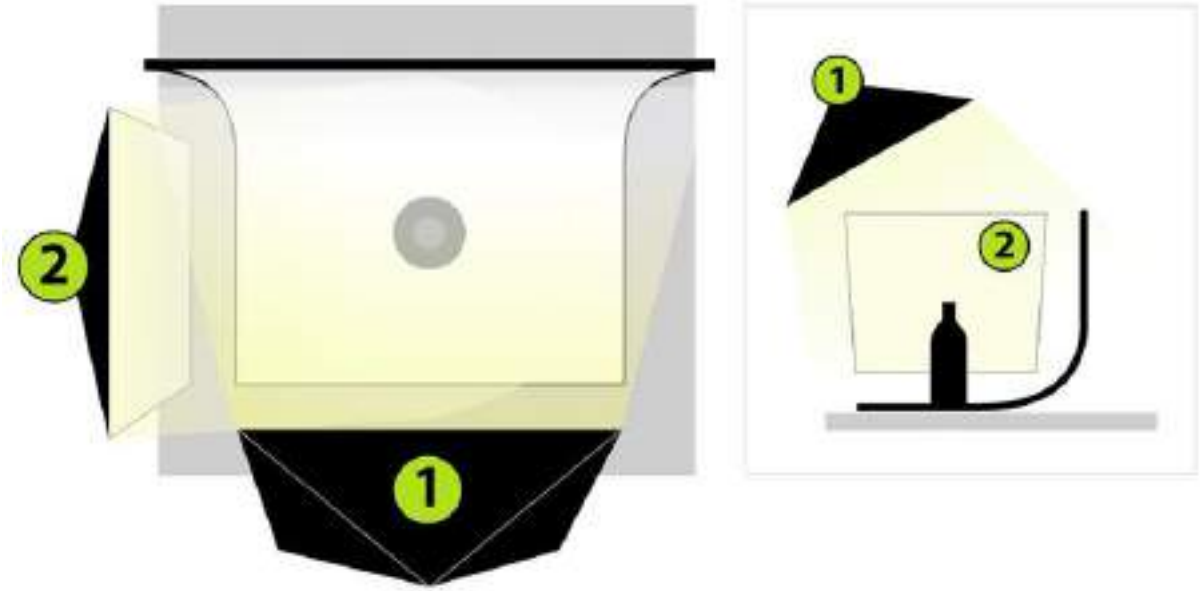
ILUMINACIÓN BASICA (HANNS)

https://www.youtube.com/watch?v=GjxhWQqDRXQ

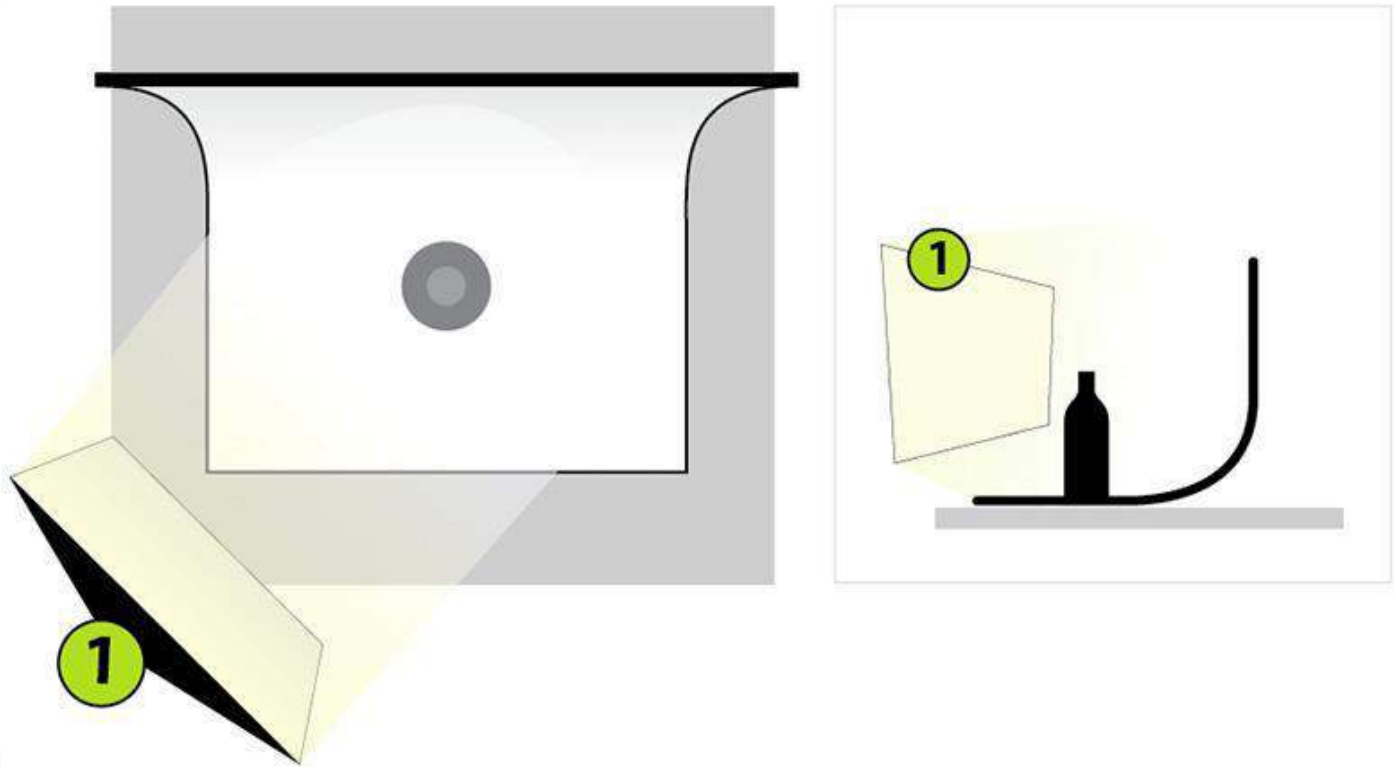
Fotografia de producto Webinar completo
(para enviar whatsapp)

ESQUEMA DE ILUMINACIÓN PARA LA FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO DE PRODUCTOS MATE

Si el producto es mate y no nos va a crear grandes brillos, lo ideal es colocar una de las luces en posición cenital, encargada de iluminar el fondo y la parte superior del producto, y la otra en un lateral, cuya función será dar profundidad al objeto fotografiado con un degradado de luz. Ambas deben colocarse en un ángulo de 90º respecto al producto que queramos fotografiar.



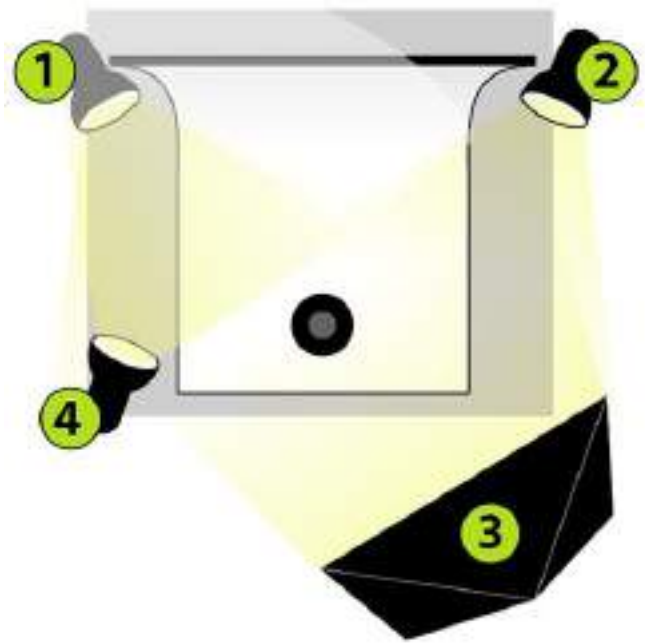
Otra opción es eliminar la luz superior, haciendo que el fondo pierda iluminación y el producto gane todavía más volumen. El resultado será muy dramático, algo que puede ser útil dependiendo de qué queramos transmitir.

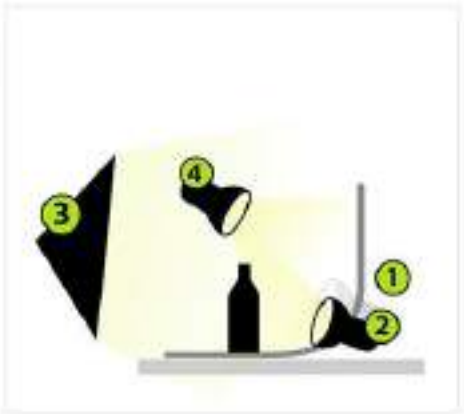


ESQUEMA DE ILUMINACIÓN PARA LA FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO BRILLANTE

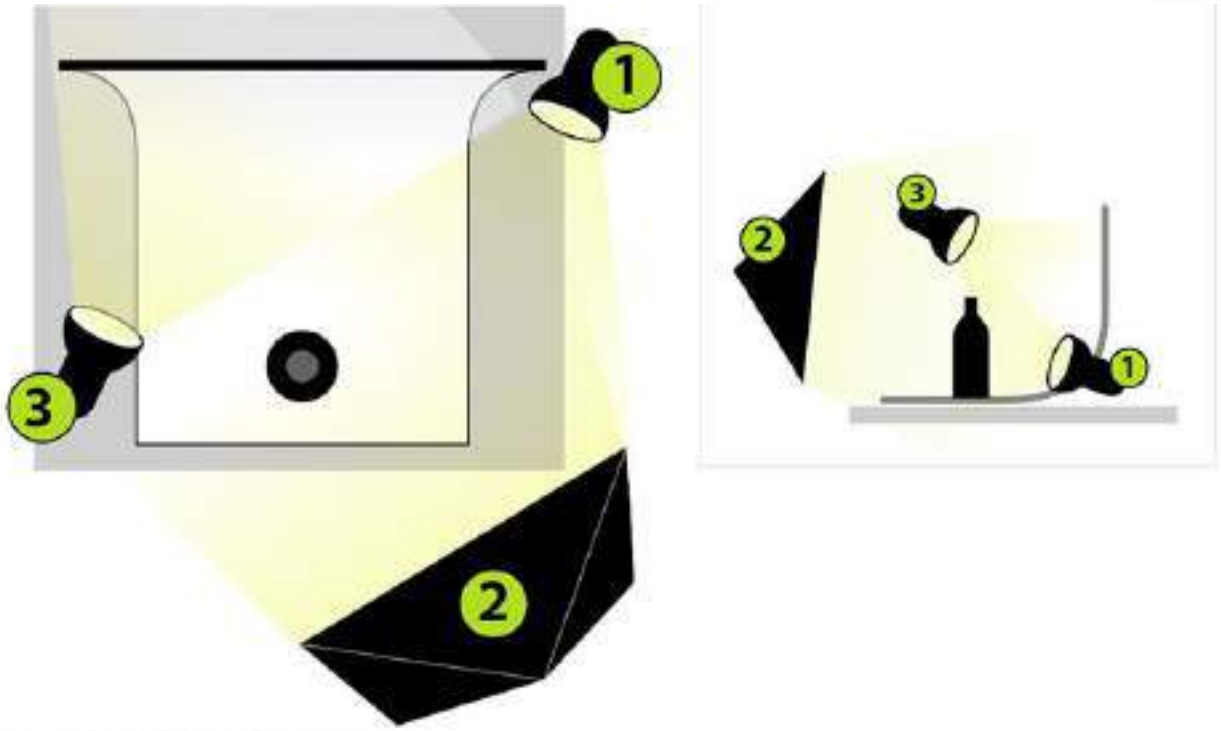
si lo que queremos fotografiar es un objeto que nos pueda crear brillos, como por ejemplo una botella de cristal, deberemos usar una aproximación distinta, algo más complicada. Para esto necesitaremos cuatro ventanas de luz.

El esquema más estándar es disponer de dos luces la cada lado del producto, ligeramente a la contra, de forma que nos perfile el objeto y que nos dibuje franjas blancas en los laterales. Una luz semilateral debe encargarse de iluminar la parte frontal y darle un cierto volumen, mientras que la cenital se encargará, de nuevo, del fondo.





solemos colocar solo una luz semilateral que se encargue de iluminar la parte frontal y definir una linea blanca al los bordes, mientras que la cenital se encargará de darle el volumen necesario, y de equilibrar el fondo



https://www.youtube.com/watch?v=crV4artnzqY

FOTOGRAFIA ELEMENTOS BRILLANTES

https://www.youtube.com/watch?v=O3M0Ovzo0Oo

FOTOGRAFIA JOYERIA

https://www.youtube.com/watch?v=xucpITYSCKI

FOTOGRAFIA MANOS Y UÑAS

https://www.youtube.com/watch?v=05VVKyxBpRc

FOTOGRAFIA MANOS Y UÑAS

https://www.youtube.com/watch?v=_BvJPsN9VLE

Poses

https://www.youtube.com/watch?v=19oKy_-E9v4

https://www.youtube.com/watch?v=Ev-Sf3pmygk

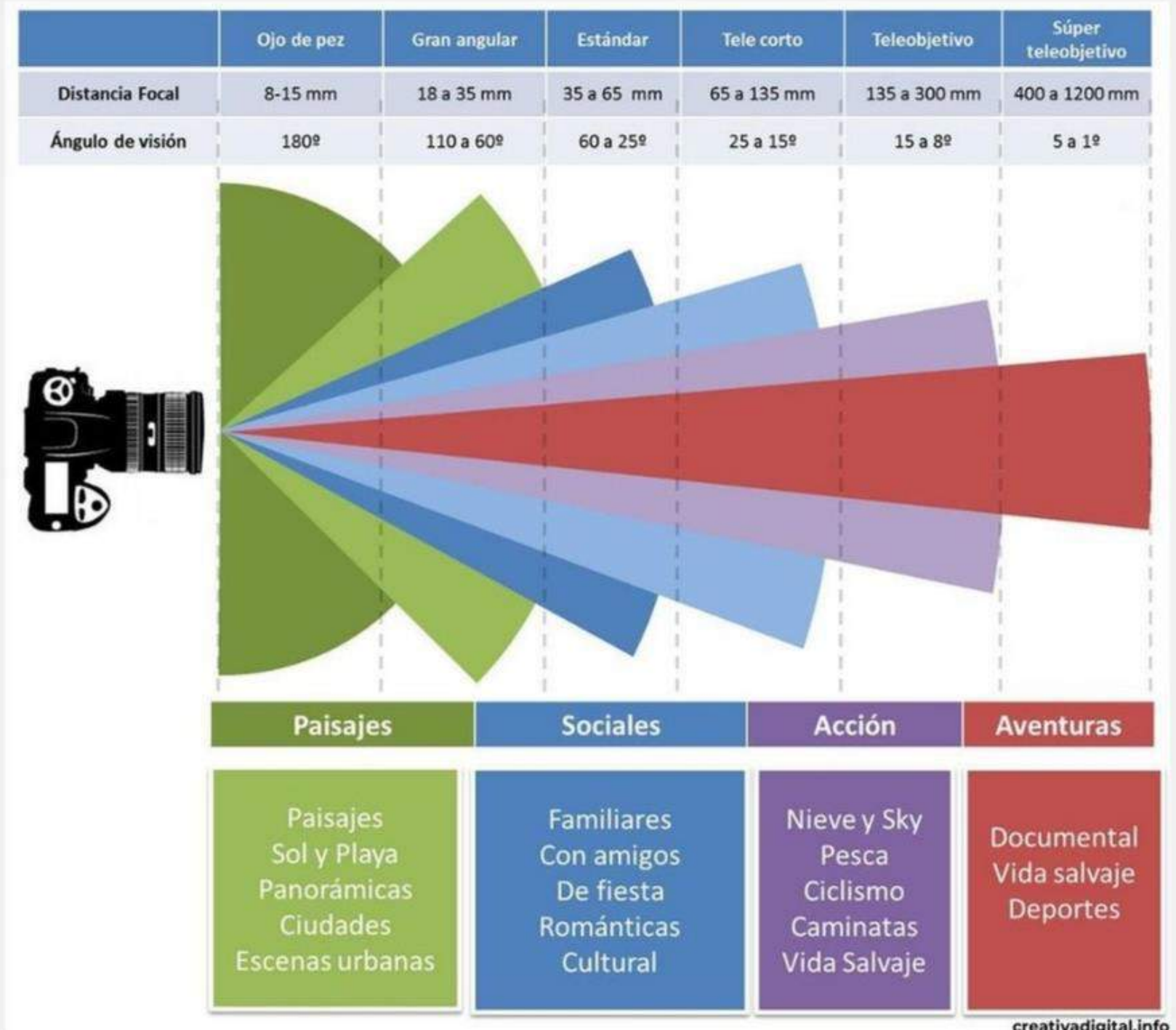
uñas

El objetivo

La foto de producto debe lucir profesional y mostrar el máximo grado de detalle, así que es indispensable el uso de un objetivo de calidad. Elige un objetivo macro para que puedas enfocar a tu objeto aunque se encuentre muy cerca. Este tipo de lente es el que se usa para hacer fotografía de insectos en las que muestran todo el detalle. Te sorprenderá lo que puede hacer para tu foto de producto.

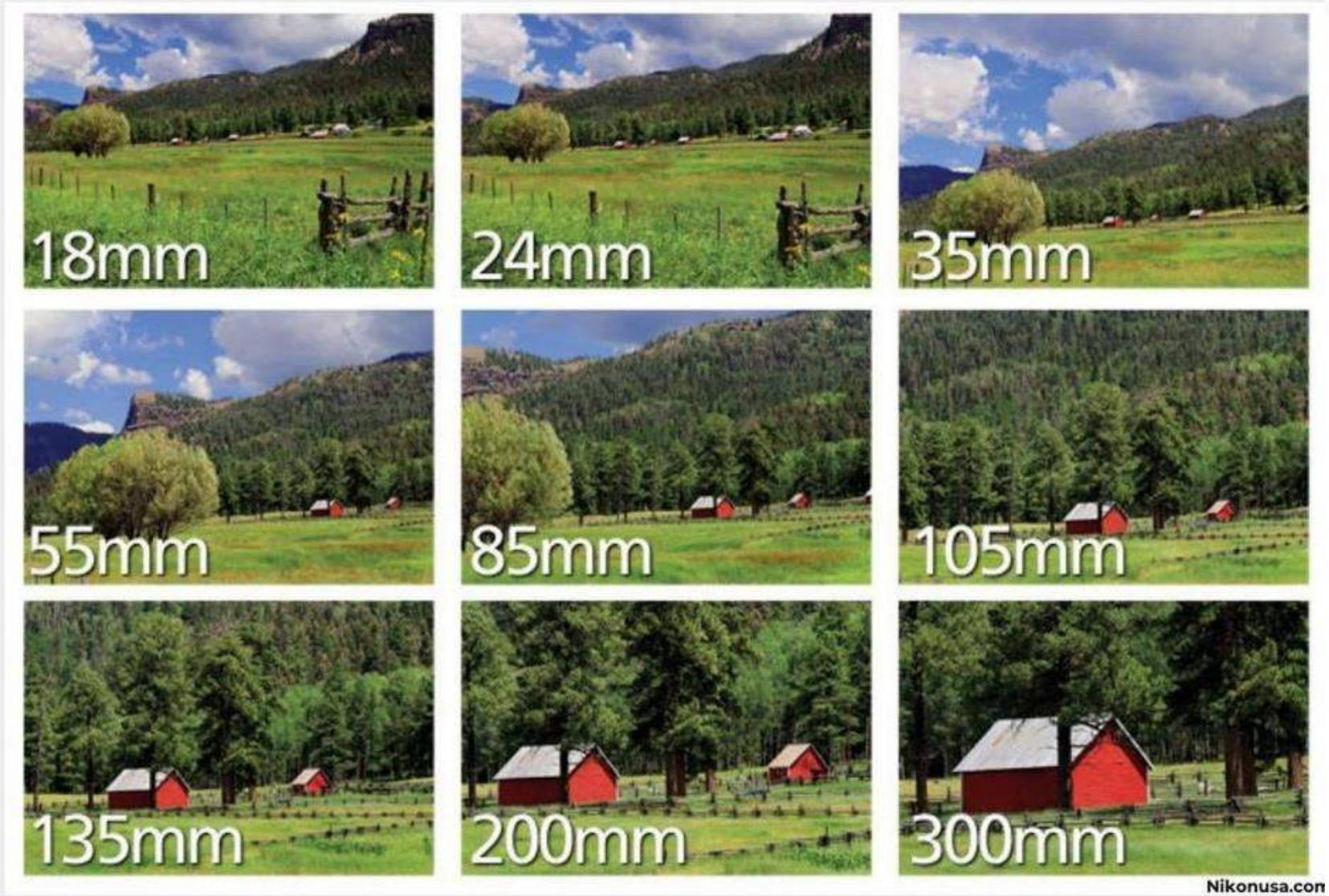


La lógica , entre más bajo el número mm más angular y entre más grande es un teleobjetivo




Distancia Focal
Sensor
Objetivo
Ángulo de Visión

Ejemplos:


18mm
24mm
35mm
55mm
85mm
105mm
135mm
200mm
300mm
Nikonusa.com

COMPOSICIÓN

ELEMENTOS Y HERRAMIENTAS BÁSICAS DE LA COMPOSICIÓN

Cuando el ser humano percibe una imagen suele hacerlo de una determinada forma y orden.
Cuando se habla de componer una fotografía, se refiere a utilizar diversos mecanismos para poder transmitir esos mismos sentimientos o sensaciones.
Algunos elementos con los que se puede *jugar* en la composición son:

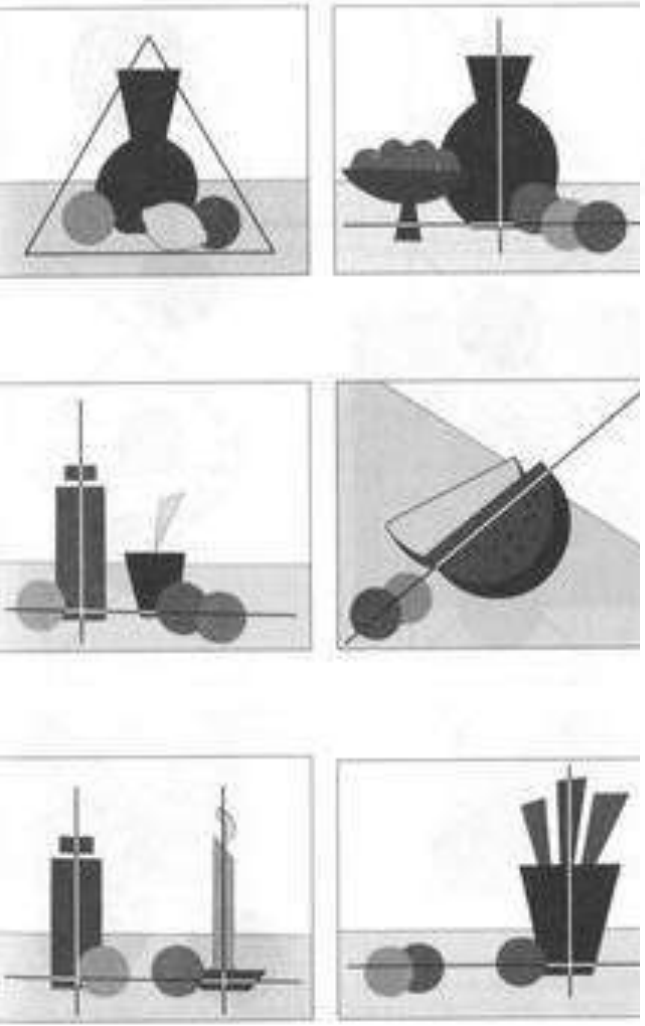
- Atracción de la **atención** en un cierto punto de interés.
- La **textura** y **sensaciones** de tacto que evoca una imagen.
- **Forma** y **volumen** de los objetos, de la misma forma la **sensación de profundidad.**
- El **contraste** como elemento de atracción y para resaltar ciertos elementos.
- Para trabajar estos elementos el fotógrafo tiene a su disposición estos elementos:
- **Encuadre**
- **Ubicación**
- **Enfoque**
- **Perspectiva**
- **Iluminación**

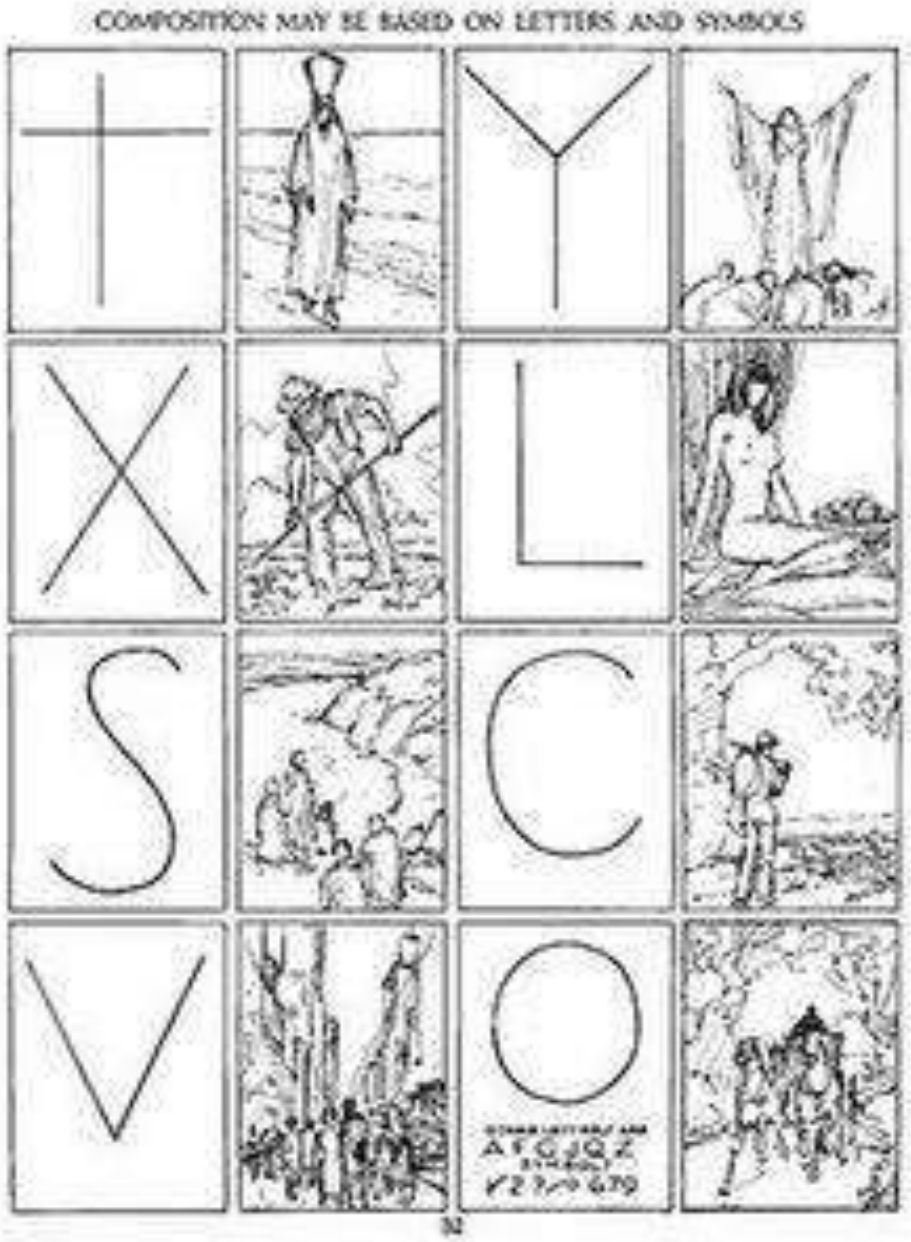


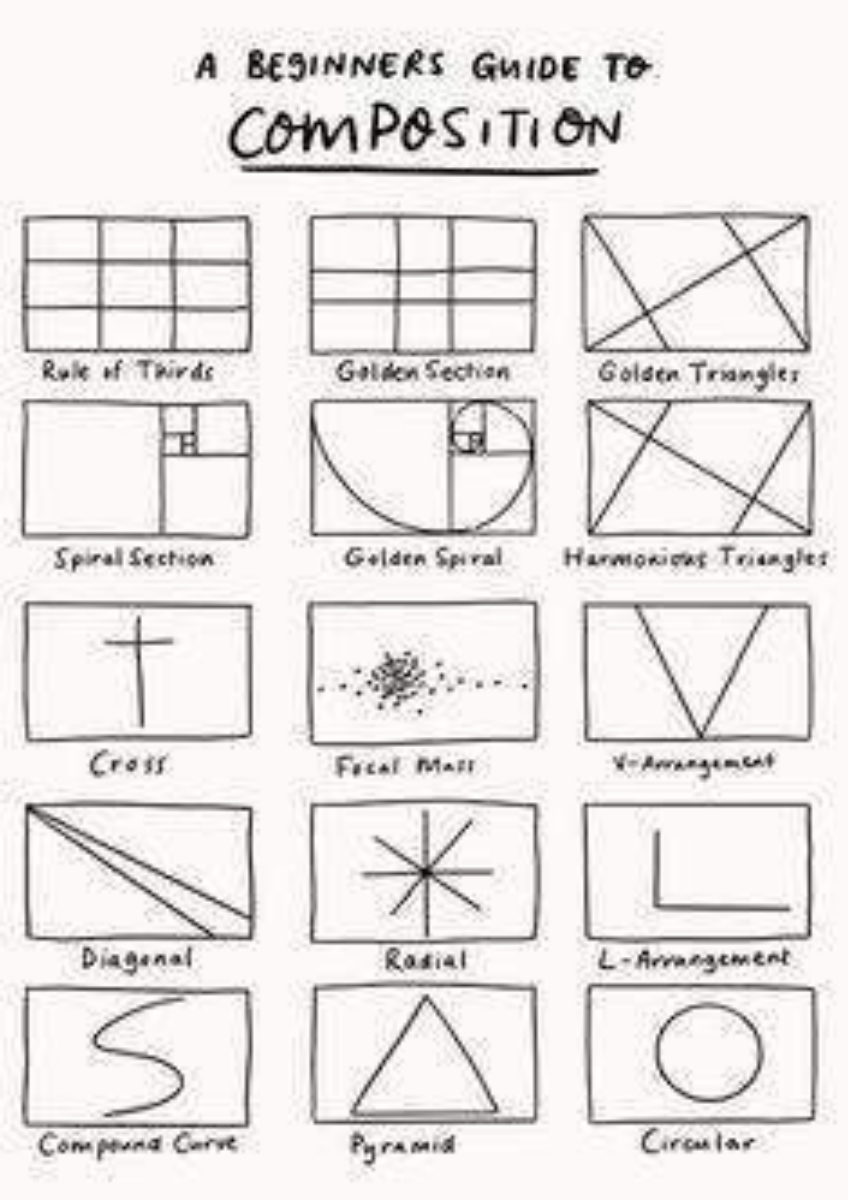


https://fotocreativo.com/8-reglas-de-oro-para-la-composicion-perfecta-en-la-fotografia-de-producto/

https://www.youtube.com/watch?v=pgq__TsvQZE	Angulaciones y planos
https://www.youtube.com/watch?v=FYyIcZa3r_I	Como mejorar la composición en las fotografias

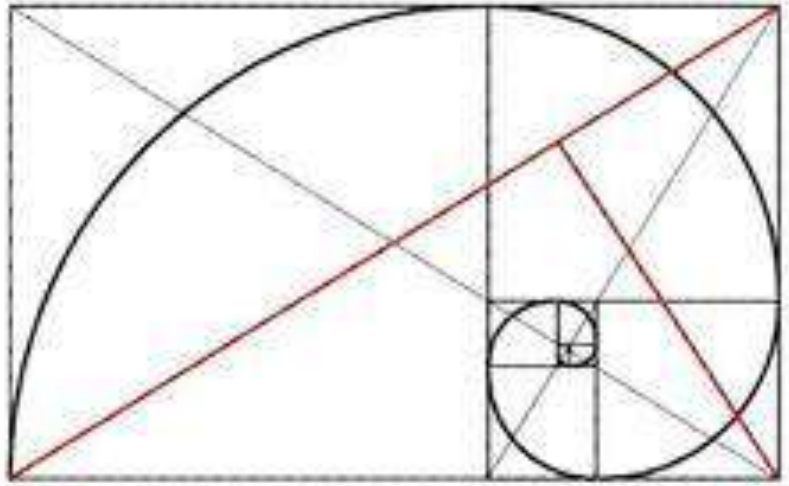



COMPOSITION MAY BE BASED ON LETTERS AND SYMBOLS


A BEGINNERS GUIDE TO
COMPOSITION
Rule of Thirds
Golden Section
Golden Triangles
Spiral Section
Golden Spiral
Harmonious Triangles
Cross
Focal Mass
V-Arrangement
Diagonal
Radial
L-Arrangement
Compound Curve
Pyramid
Circular



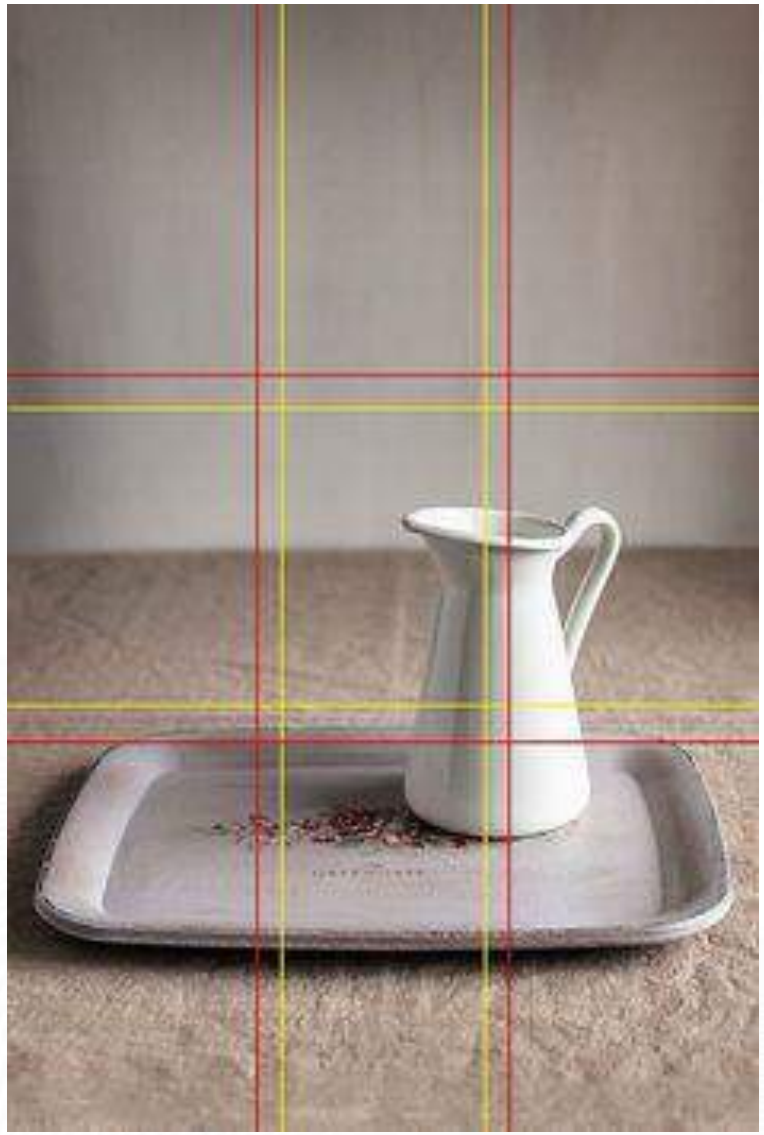


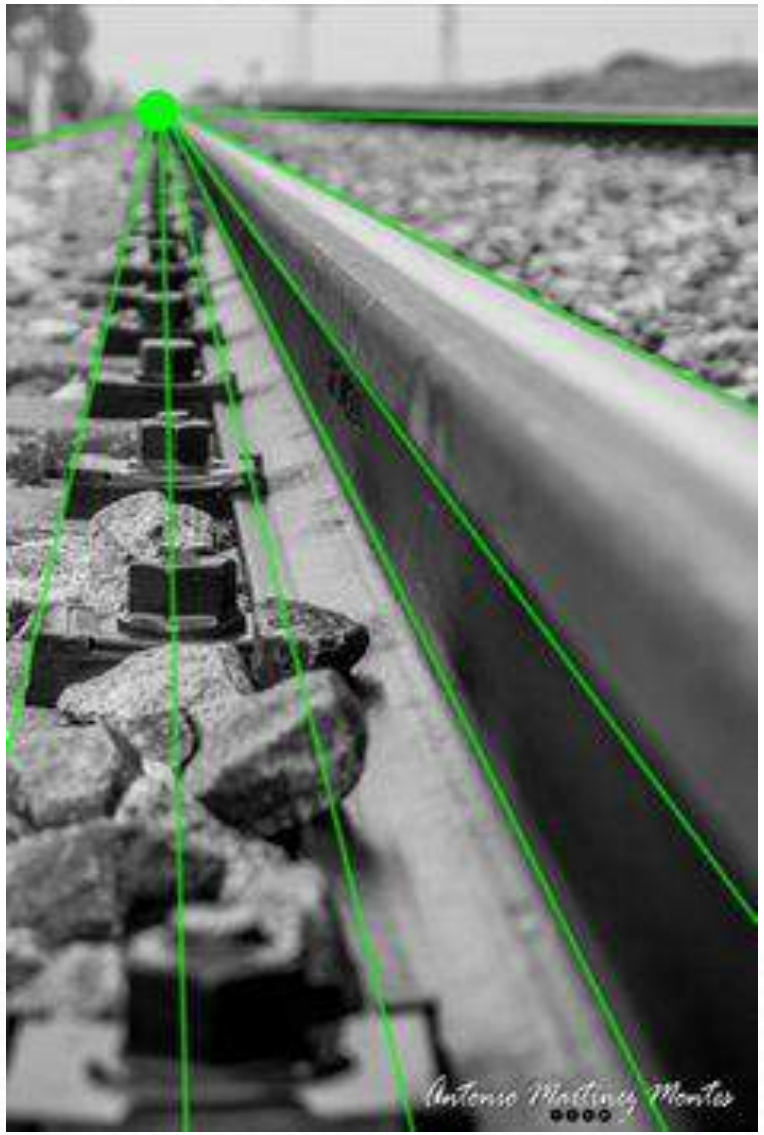




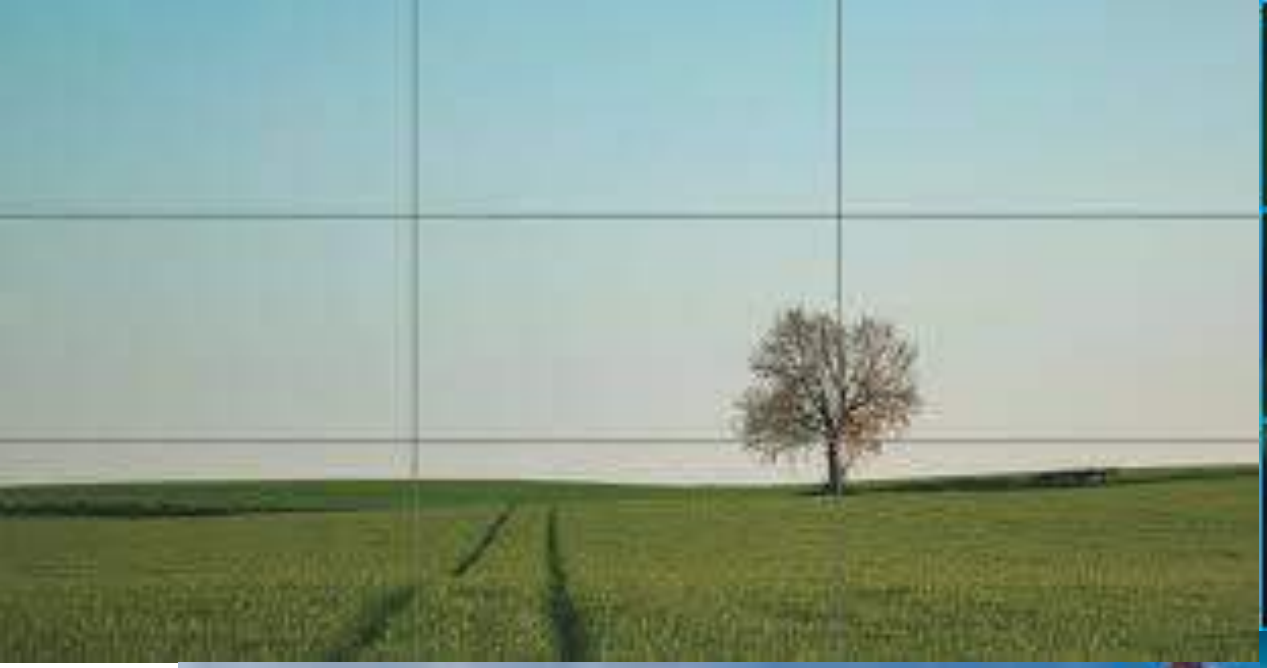







Antonio Martinez Montes

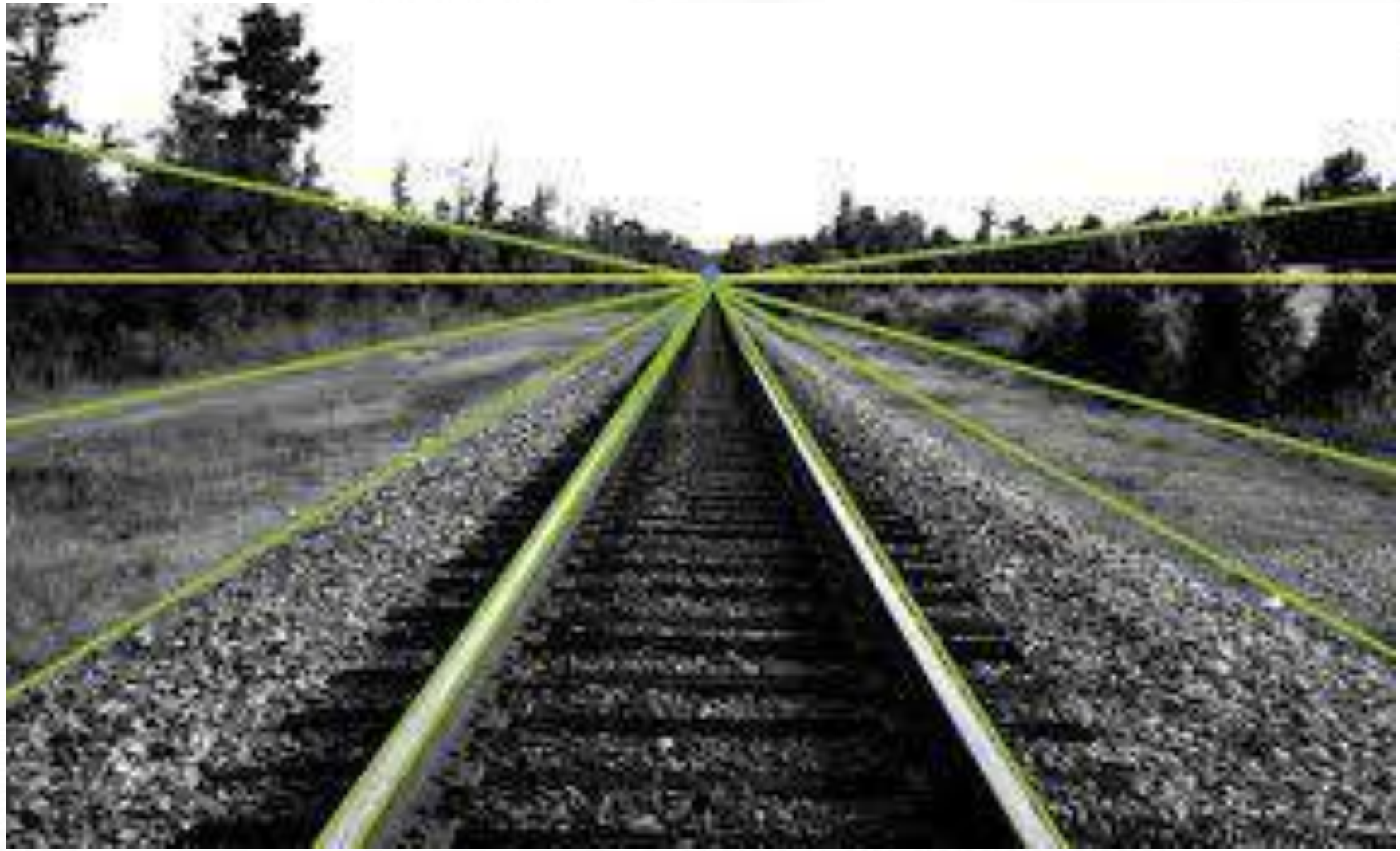


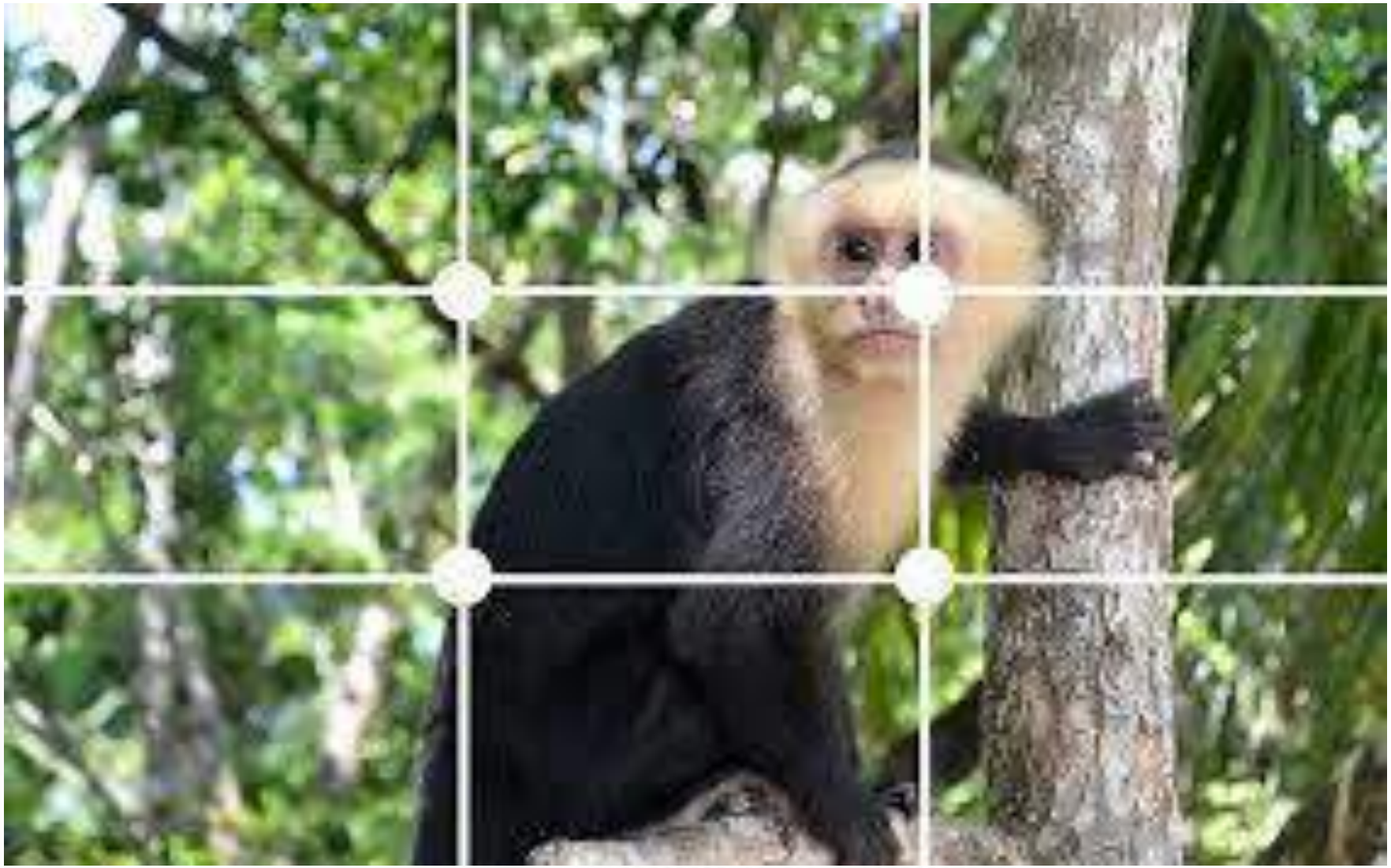








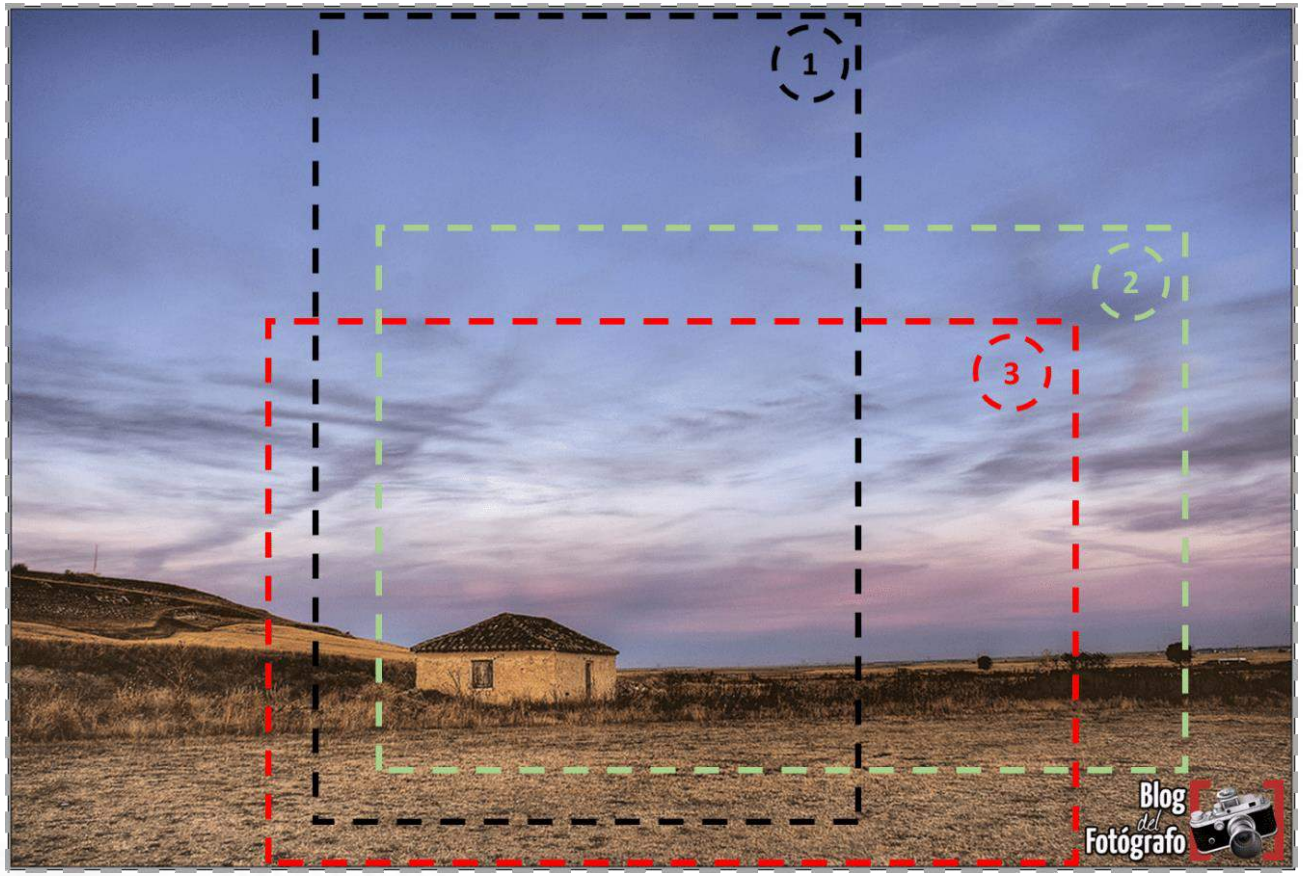






ENCUADRES

El encuadre ejerce una gran influencia en el contenido de la misma y en los mensajes y sensaciones que transmiten.



https://www.youtube.com/watch?v=cMbJgfmS6L8

https://www.youtube.com/watch?v=PK7685-EsRM

Consiste en todo lo que el fotógrafo elije para formar parte de la composición de la imagen.

. En toda escena debe existir un **motivo** y **fondo**.

. Es importante que el encuadre deje un margen alrededor del motivo para no **atosigar** la imagen.

. También se debe tener en cuenta el formato del encuadre.

Un formato horizontal sugiere quietud y tranquilidad; uno vertical sugiere fuerza y firmeza; y un encuadre inclinado sugiere dinamismo, fuerza e inquietud.

HORIZONTAL – VERTICAL - INCLINADO



HORIZONTAL – VERTICAL - INCLINADO

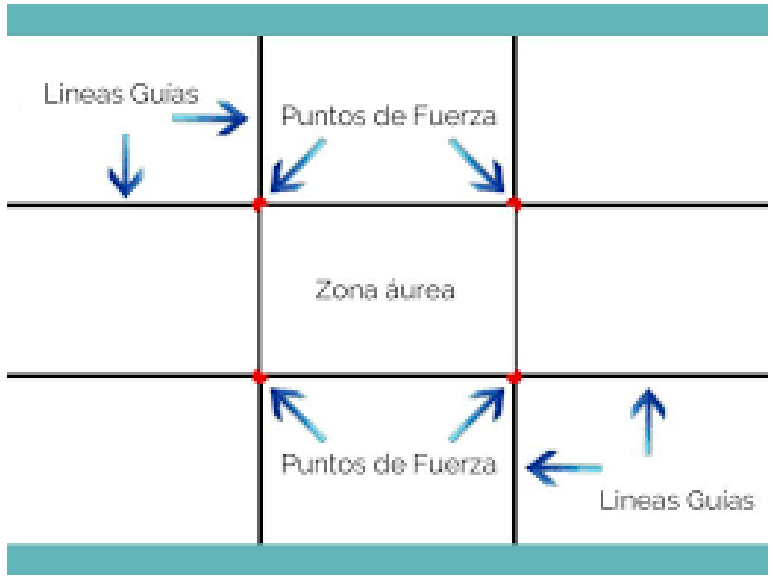




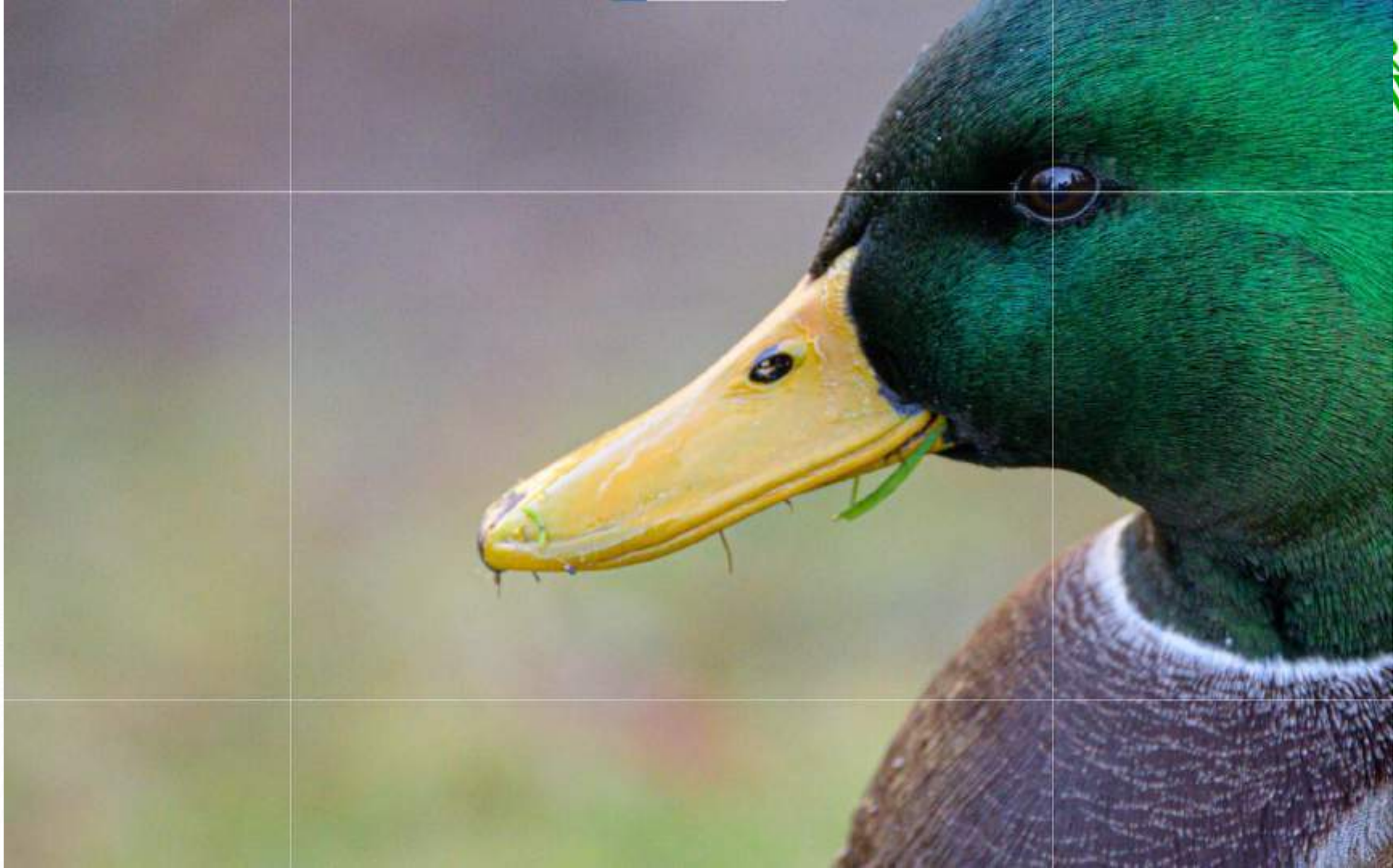


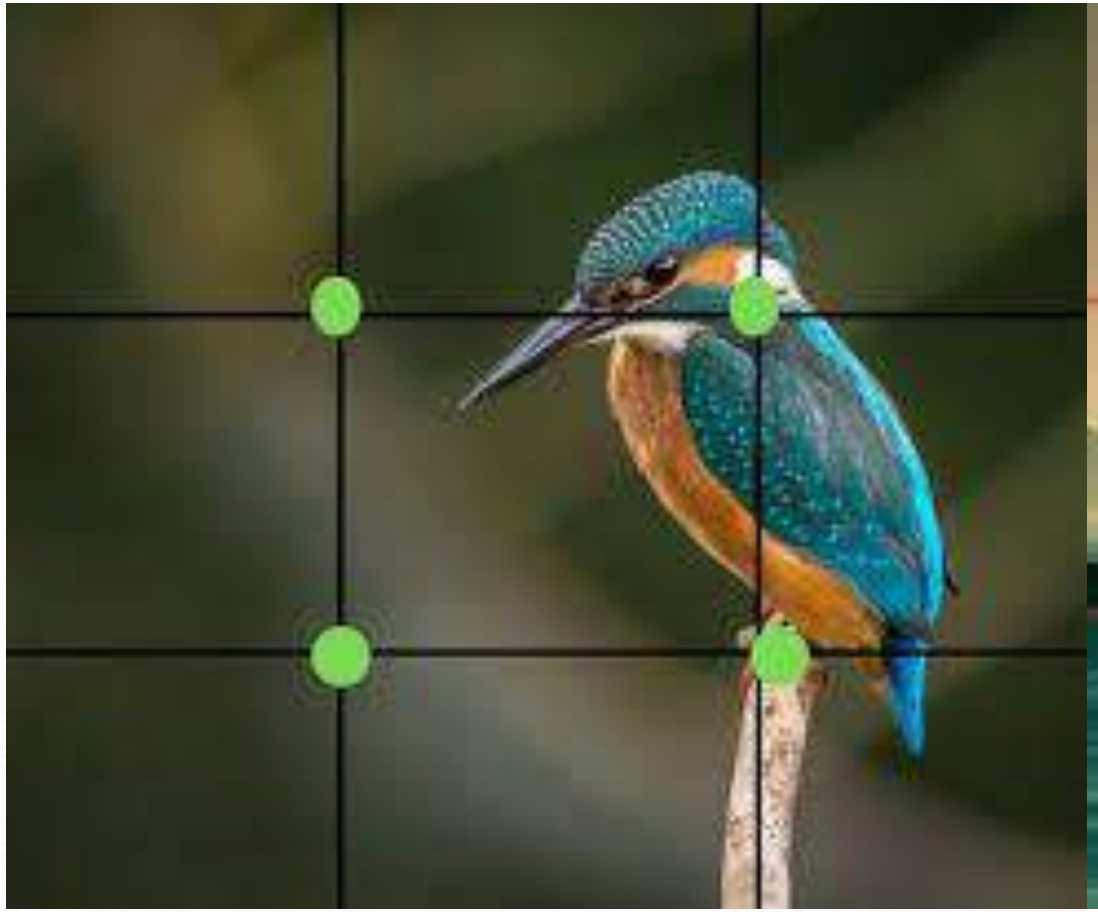
REGLA DE TERCIOS

En las artes visuales y el área cinematográfica como la pintura, fotografía y diseño, la **regla de los tercios** es una forma de composición para ordenar objetos dentro de la imagen. Esta regla divide una imagen en nueve partes diferentes , utilizando dos líneas imaginarias paralelas y equiespaciadas de forma horizontal y dos más de las mismas características de forma vertical, y recomienda utilizar los puntos de intersección de estas líneas para distribuir los objetos de la escena. La regla de los tercios se usa con frecuencia en todo tipo de escenas como retratos, paisajes o bodegones.







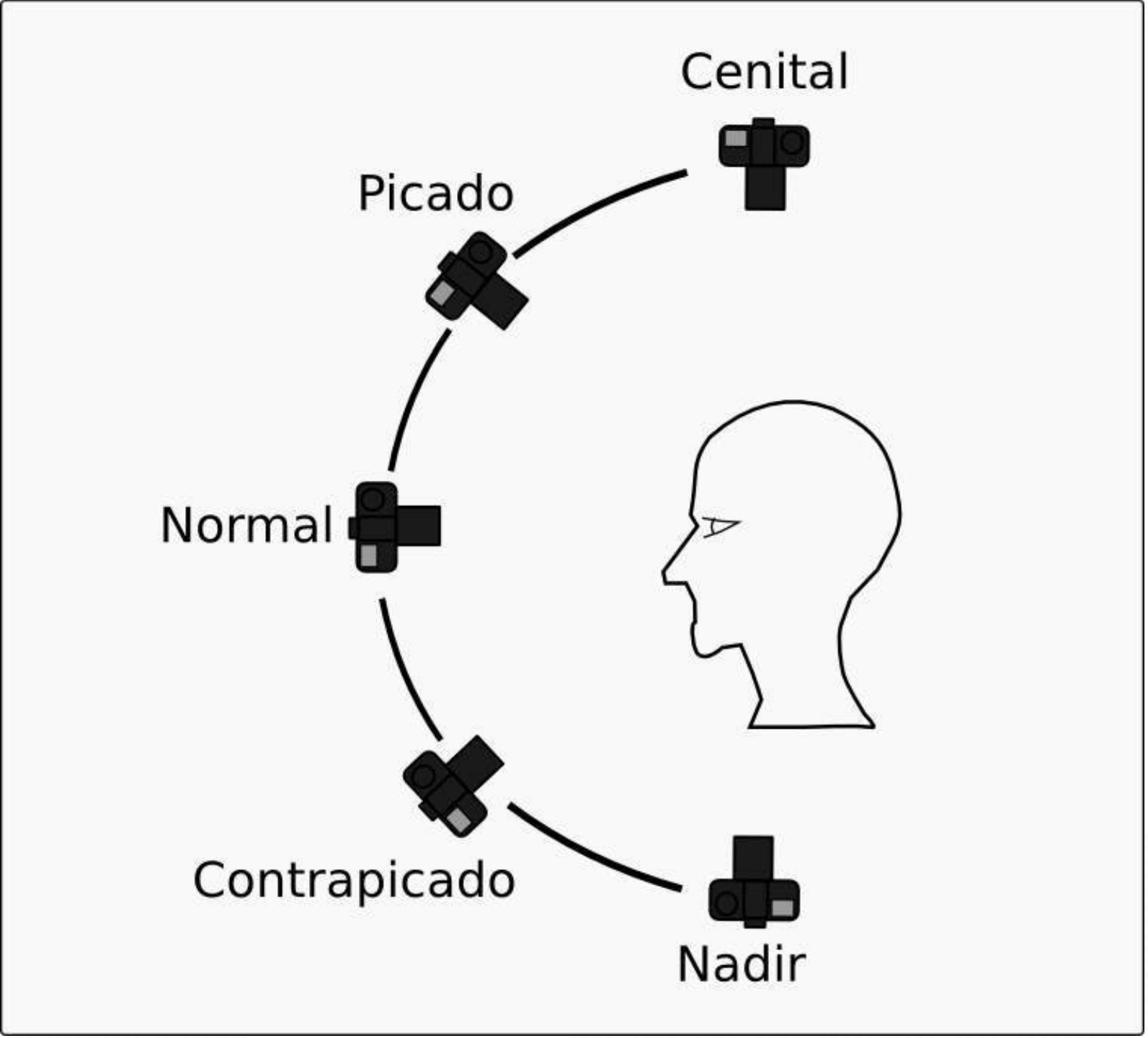




https://www.youtube.com/watch?v=Up-jAVRisQQ

https://www.youtube.com/watch?v=4OT4vj8mvY8

TIPOS DE PLANO SEGÚN LA ANGULACIÓN DE LA CÁMARA



https://www.youtube.com/watch?v=b0W2hXzTfWg

Planos Fotográficos

PLANOS

Gran Plano General

Este tipo de plano es el más abierto de todos, y **comprende una gran cantidad de paisaje**. Suele hacerse con objetivos gran angular u ojo de pez, ya que abarcan un mayor ángulo de visión. Otro buen recurso para realizar este tipo de plano es montar una fotografía panorámica realizando diversas fotos del lugar.



Plano General

Este tipo de plano muestra también una gran cantidad de paisaje, pero no de una manera tan lejana. **Suele tener también algo que protagoniza el plano, un punto de interés**, no es simplemente un paisaje amplio. Pese a tener un elemento o persona protagonista, el fondo tendrá casi la misma importancia que éste, por lo que deberemos prestarle especial atención a la hora de encuadrarlo.

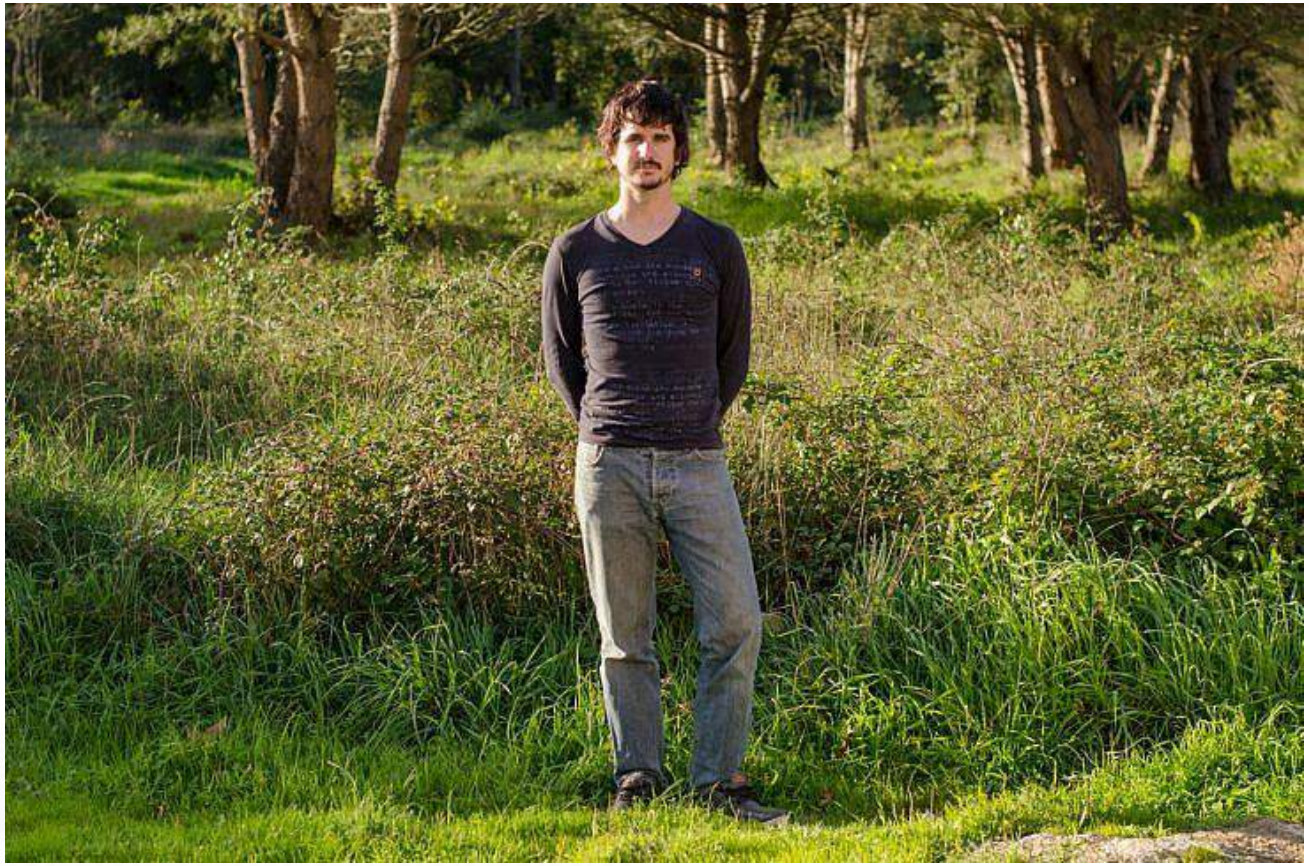
Recuerda también las reglas de composición básicas, como la regla de los tercios, para encuadrarlo correctamente.



Estos tipos de plano no solo van a mostrar a nuestro protagonista de diversas maneras, sino que van a generar sensaciones muy diferentes.

Plano Normal

Este es el plano estándard, y **corresponde a una situación no angulada de la cámara**, es decir, está situada paralela al suelo. En este tipo de plano, el elemento protagonista de la foto está a la misma altura que la cámara. En el caso de las personas, la cámara se sitúa a la altura de los ojos de nuestro protagonista.



Plano Picado

Este tipo de plano se consigue situando la cámara por encima de la persona o elemento protagonista de nuestra foto. En el caso de las personas, la cámara debe estar por encima de sus ojos, ligeramente angulada mirando hacia abajo. El plano picado **empequeñece a nuestro sujeto, haciéndolo parecer inferior**.



Plano Contrapicado

Este tipo de plano se consigue situando la cámara por debajo de la persona o elemento protagonista de nuestra foto. En el caso de las personas, la cámara debe estar por debajo de sus ojos, ligeramente angulada mirando hacia arriba. El plano contrapicado **consigue engrandecer a nuestro sujeto, haciéndolo parecer superior**, magnificente, y lo dota de poder o importancia.



Plano Cenital

En este tipo de plano **la cámara se sitúa justo encima de nuestro sujeto o elemento protagonista, mirando directamente hacia el suelo**. No es un tipo de plano muy común, ya que solo funciona bien en situaciones específicas, pero precisamente por eso suele llamar la atención. Conocerlo y experimentar con él será muy útil para desarrollar nuestra creatividad.



Plano Nadir

Al contrario que en el plano anterior, en este tipo de plano **la cámara se sitúa por debajo del sujeto, mirando completamente hacia arriba**. Al ser una perspectiva muy poco usada, este tipo de plano atrae mucho visualmente, porque nos muestra el mundo desde un punto de vista diferente. También es ideal para desarrollar nuestra creatividad.



TIPOS DE PLANO SEGÚN LA SITUACIÓN DEL ELEMENTO PROTAGONISTA

Los tipos de plano en fotografía son muy importantes, sobre todo, si estás empezando.

Te van a ayudar a visualizar por completo a tu elemento o sujeto protagonista y a analizar el fondo, algo que muchas veces pasamos por alto y que es tan importante como nuestro sujeto en cuestión.



•**El fondo:** Normalmente obviamos el fondo y solo nos centramos en mirar a nuestro elemento o sujeto protagonista. El fondo es igualmente importante y debemos cuidarlo también. Observa qué aparece detrás de tu protagonista, y pregúntate cómo podrías mejorarlo

•**Los bordes del encuadre:** Muchas veces nos fijamos solamente en la parte central de nuestro encuadre, y no nos damos cuenta, por ejemplo, de que nuestro borde está cortando alguna parte de nuestro sujeto protagonista o del fondo. Prestar atención a los bordes será importante para realizar una buena fotografía.

•Recuerda siempre que si tu elemento principal es una persona, **nunca deberías realizar un plano que corte alguna de sus articulaciones o alguna mano o pie**, ya que será técnicamente incorrecto. Aunque, como siempre, las reglas pueden romperse siempre y cuando esté justificado.





TIPOS DE PLANO SEGÚN LA ESCALA



Plano Entero



Plano Americano



Plano Medio



Plano Medio Corto



Primer Plano



Primerísimo Primer Plano

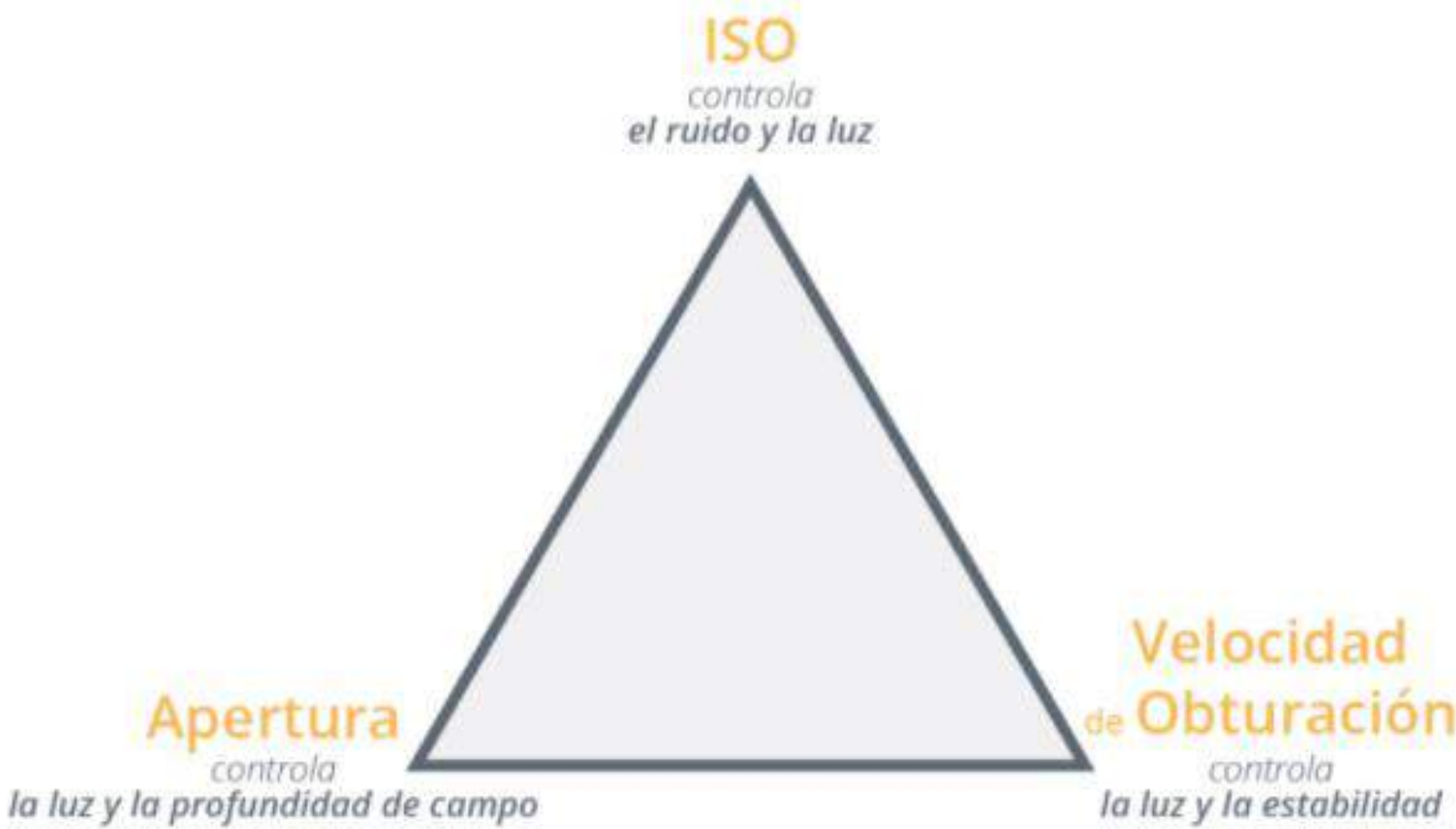


Plano Detalle



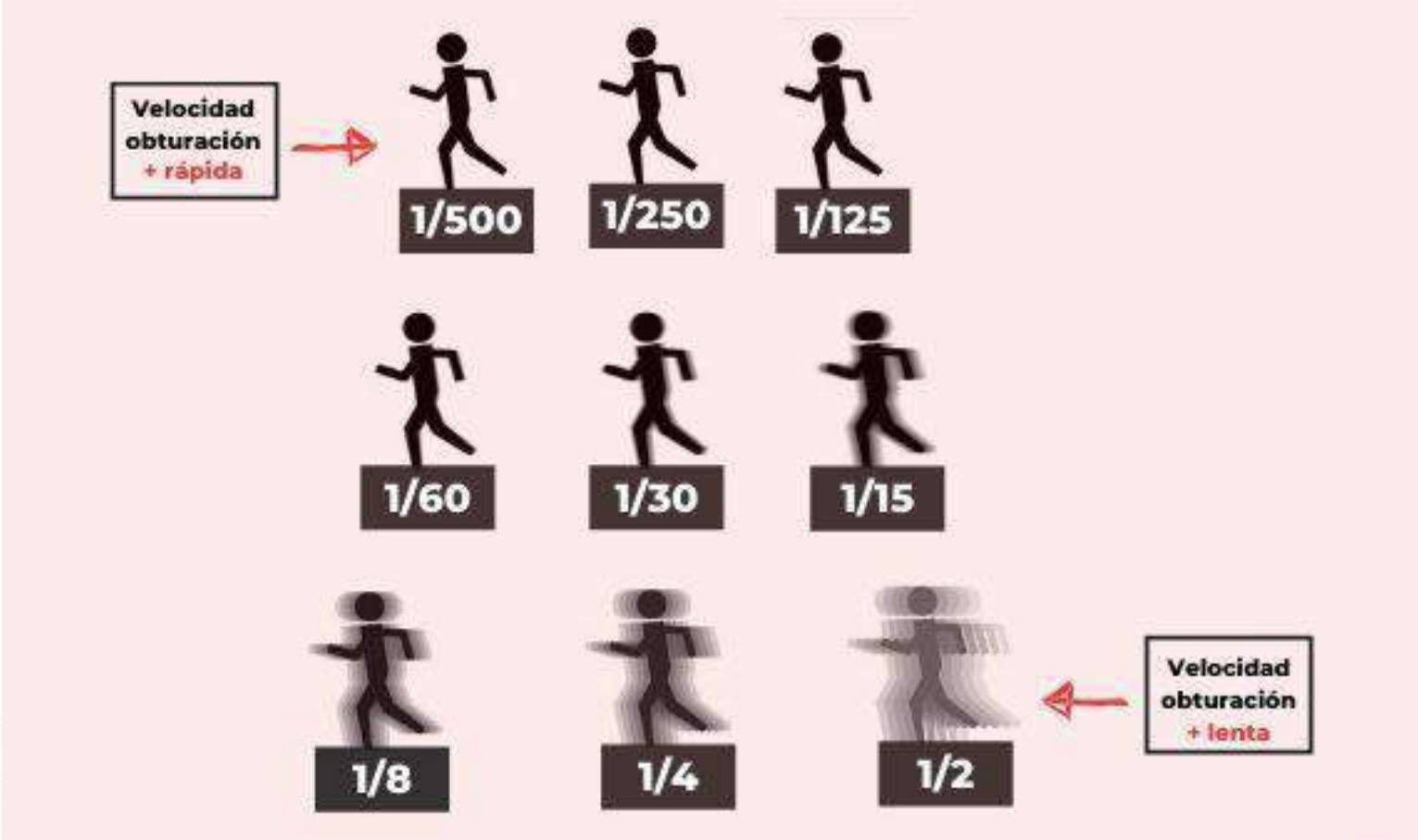
TRIANGULO DE EXPOSICIÓN

TRIÁNGULO DE EXPOSICIÓN



Velocidad de obturación

La velocidad de obturación es el tiempo que el obturador de la cámara está abierto, exponiendo la luz en el sensor de la cámara. Esencialmente, es el tiempo que la cámara pasa tomando una fotografía. Esto tiene algunos efectos importantes en la forma en que tus imágenes aparecerán.



Efecto en la imagen en función de la velocidad de obturación



Cuando se utiliza una velocidad de obturación larga, se termina exponiendo el sensor durante un período de tiempo significativo. El primer gran impacto de esto es el desenfoque del movimiento. Si la velocidad de obturación es larga, los sujetos de la foto en movimiento aparecerán borrosos en la dirección a la que se movían. Este efecto se utiliza con bastante frecuencia en los anuncios de coches y motos, en los que se comunica al espectador una sensación de velocidad y movimiento mediante el desenfoque intencionado de las ruedas en circulación.



VELOCIDAD DE OBTURACIÓN

2" 1" 1/2 1/4 1/8 1/15 1/30 1/60 1/125 1/250 1/500 1/1000

EXPOSICIÓN

Velocidad de obturación y Exposición

LENTA

RÁPIDA

Más Luz

Menos Luz

2" 1" 1/2 1/4 1/8 1/15 1/30 1/60 1/125 1/250 1/500 1/2000

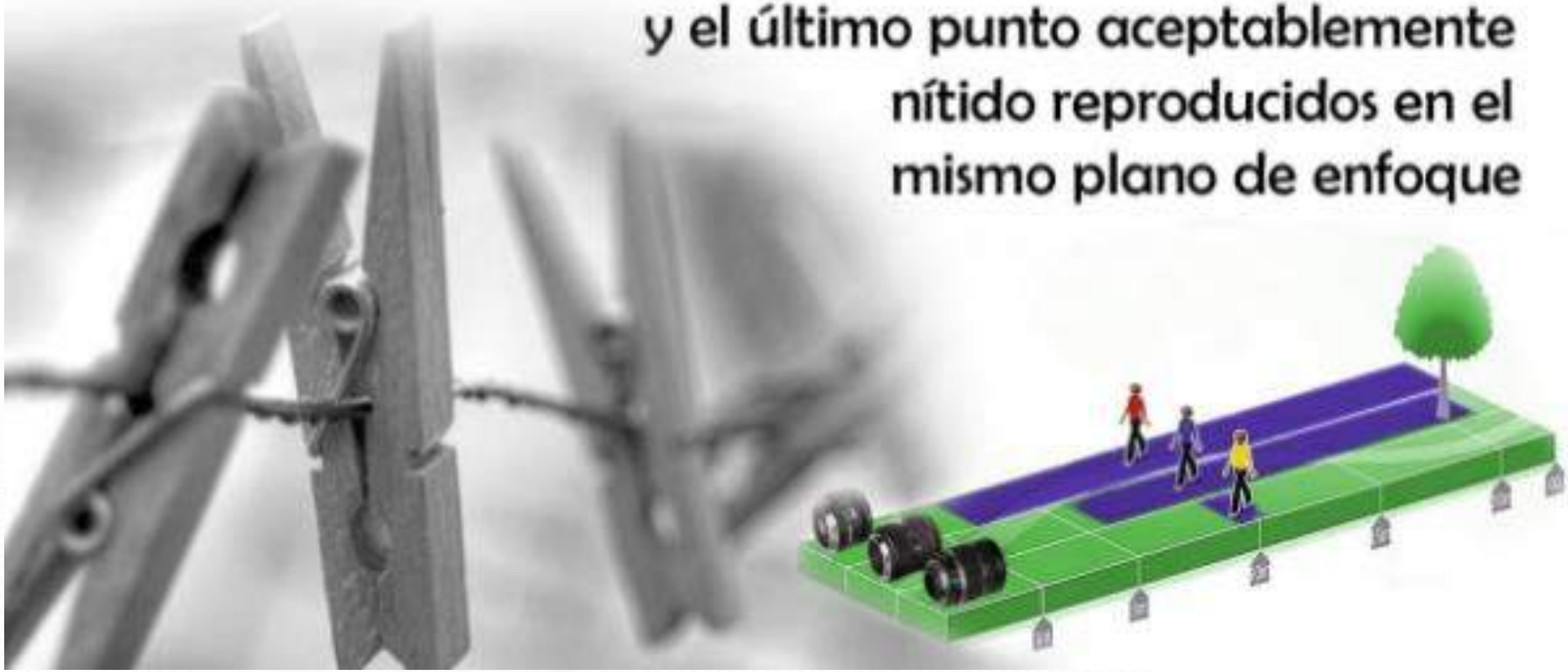




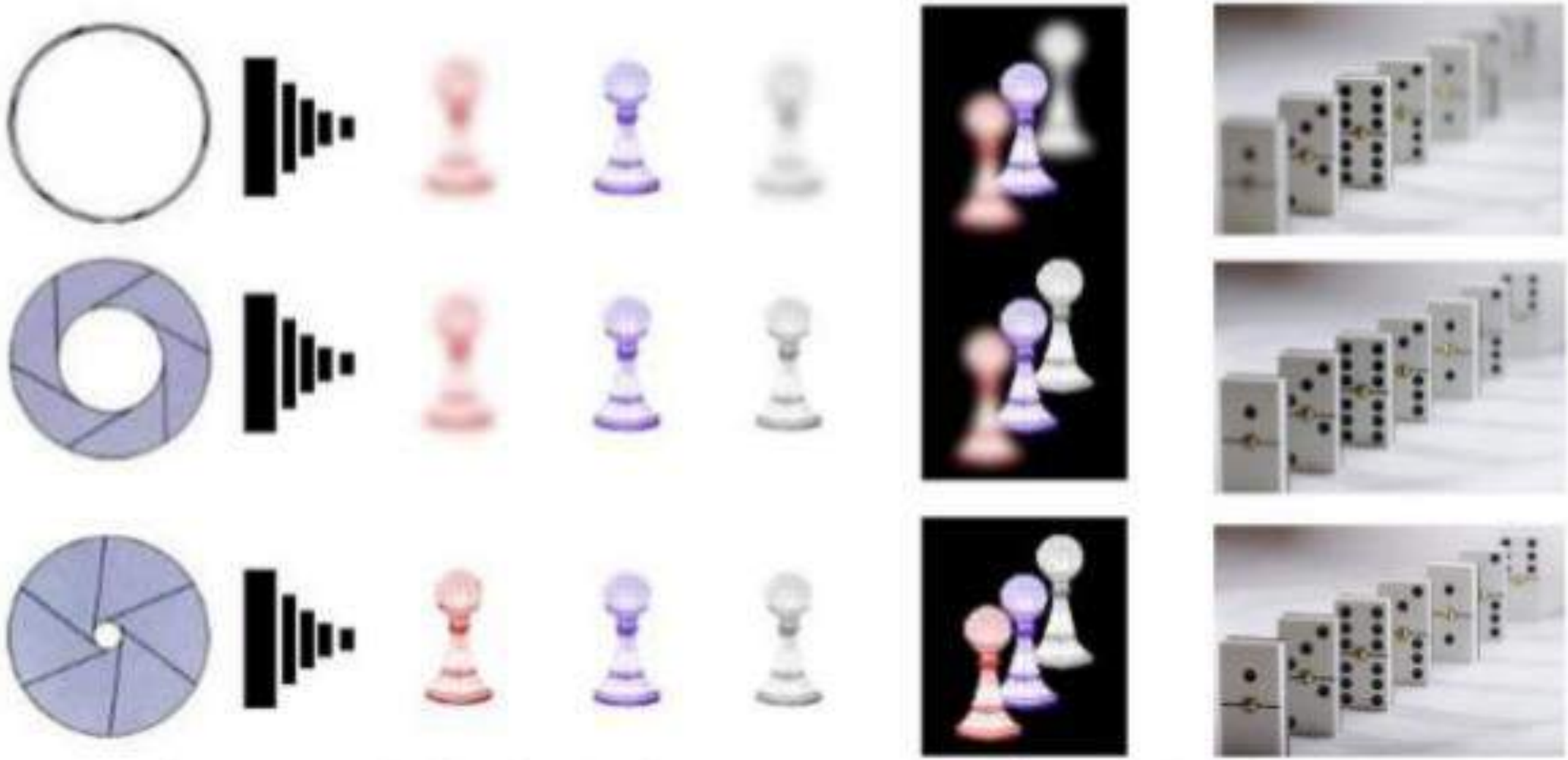


PROFUNDIDAD DE CAMPO
Apertura de diafragma

La profundidad de campo es el espacio por delante y por detrás del plano enfocado, comprendido entre el primer y el último punto aceptablemente nítido reproducidos en el mismo plano de enfoque



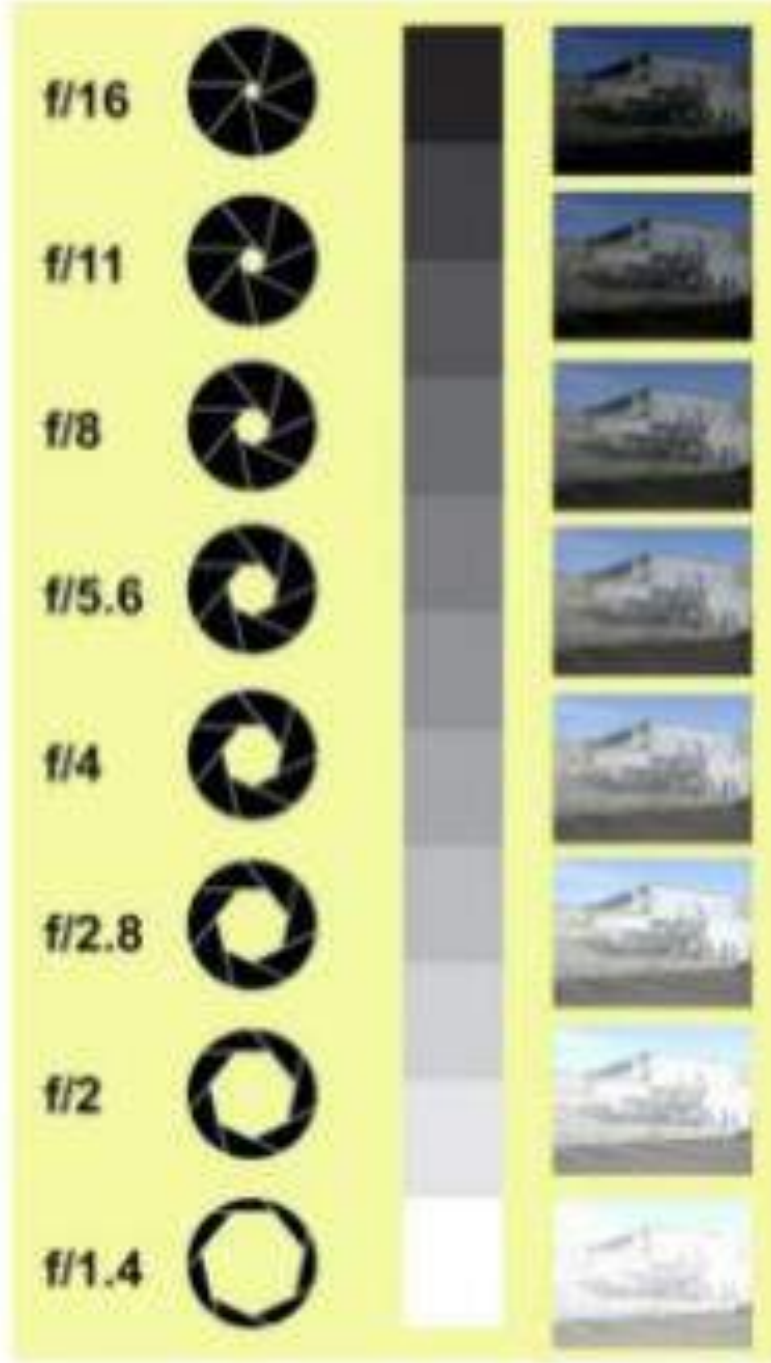
- Diafragma (Nº F bajo) → - Profundidad de Campo



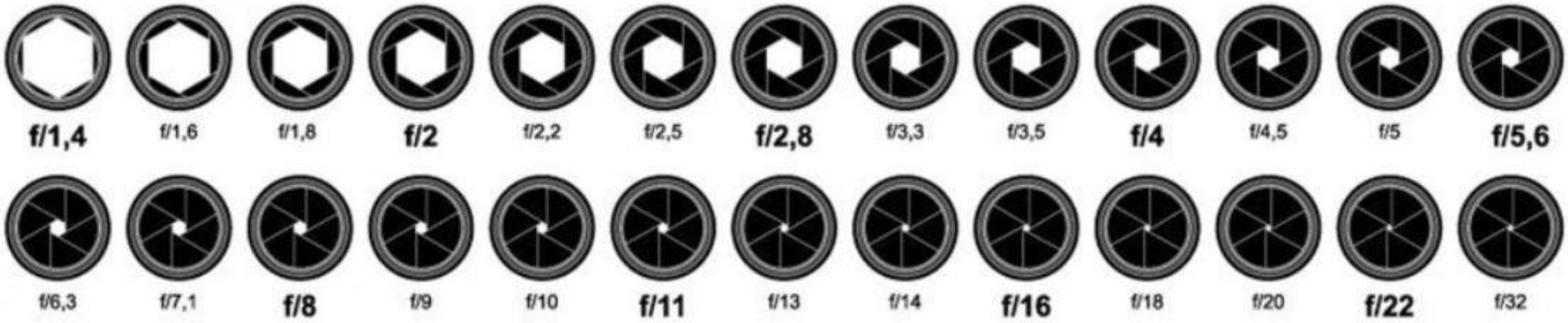
+ Diafragma (Nº F alto) → + Profundidad de Campo

Con una Diafragma f/1.4 entra el doble de luz que con un Diafragma f/2

Con una Diafragma f/16 entra la mitad de luz que con un Diafragma f/11



Escala de Diafragmas y de Diafragmas intermedios

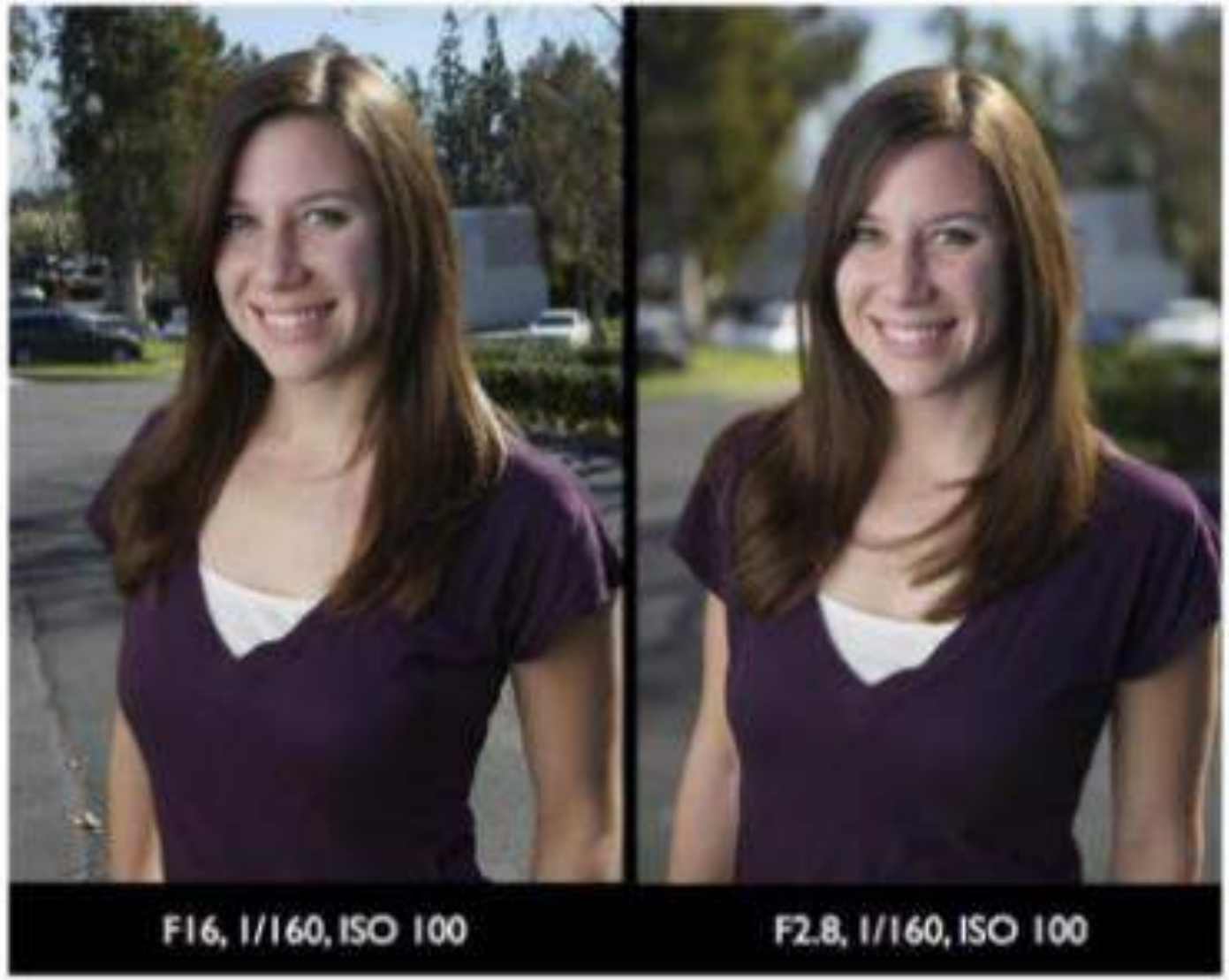


Efecto en la imagen en función de la apertura de diafragma



Utilización del diafragma en fotografía de retrato

Disparo con diafragma cerrado



Disparo con diafragma abierto

Utilización del diafragma en fotografía de paisaje

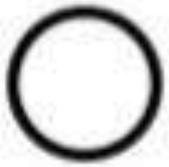
Disparo con diafragma abierto



Disparo con diafragma cerrado

APERTURA DE DIAFRAGMA

ABIERTO







CERRADO

	X	X/2	X/4	X/8	X/16	X/32	X/64	X/128	X/256
f/	1.4	2.0	2.8	4.0	5.6	8.0	11	16	22
	256X	128X	64X	32X	16X	8X	4X	2X	X







Aperturas de diafragma en pasos completos, cada salto implica que dejamos pasar el doble de luz (+ abierto) o la mitad (+ cerrado)

ISO

SENSIBILIDAD ISO

BAJA SENSIBILIDAD
SIN RUIDO

RUIDO MODERADO

ALTA SENSIBILIDAD
RUIDO MUY ALTO

	X	2X	4X	8X	16X	32X	64X	128X	
← ISO	50	100	200	400	800	1600	3200	6400	→
	X/128	X/64	X/32	X/16	X/8	X/4	X/2	X	

Multiplicar x2 o dividir /2 el valor del ISO supone ganar o perder un paso de diafragma completo. Capturemos el doble o la mitad de luz por cada salto. A mayor ISO mayor será el ruido digital.



EFECTOS SECUNDARIOS DEL TRIÁNGULO DE EXPOSICIÓN



https://www.youtube.com/watch?v=SvwhUedblbo

ISO, VELOCIDAD Y DIAFRAGMA

GRACIAS

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

Líneas de atención al ciudadano, empresarios y PQRS:
Bogotá: +(57) 601 736 60 60
Línea gratuita resto del país: 018000 91 02 70
Línea nacional: +(57) 601 546 15 00