

UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
FACULTAD DE INGENIERÍA DE PROCESOS INDUSTRIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA TEXTIL Y DE CONFECCIONES



INFORME

**CAPACITACIÓN EN TEJIDO PLANO, FICHAS TÉCNICAS Y MARKETING
DIGITAL AL GRUPO PAQU WILLMA DE LA PROVINCIA DE LAMPA - 2022**

Estudiantes

Barreda Álvarez Renato
Chambi Roca Julissa Verónica
Chira Salazar Katherine Deysi
Chocano Vilavila Betsy Ruth
Condori Quispe Lucero Erika
Luque Larico José Luis
Mamani Montoya Danny Maribel
Mansilla Quispe Jhennifer
Valeriano Mamani Liliana Danitza

Asesores

Mtra. Roxana Tacuri Robles
Mg. Jesús Arias Escobar

Juliaca - Perú, 2023

Universidad Nacional de Juliaca



Facultad de Ingeniería de Procesos Industriales

Escuela Profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

INFORME:

Capacitación en tejido plano, fichas técnicas y marketing digital al Grupo Paqu Willma de la Provincia de Lampa – 2022

Grupo de artesanas Paqu Willma de la Provincia de Lampa

Modalidad : Monovalente

Nombre del equipo : Orión

N°	Integrantes	Código	Semestre	Escuela profesional
01	Barreda Álvarez Renato	9172880231	VIII	Ingeniería Textil y de Confecciones
02	Chambi Roca Julissa Verónica	9175671022	VIII	Ingeniería Textil y de Confecciones
03	Chira Salazar Katherine Deysi	9176126590	VIII	Ingeniería Textil y de Confecciones
04	Chocano Vilavila Betsy Ruth	9173590939	VIII	Ingeniería Textil y de Confecciones
05	Condori Quispe Lucero Erika	9175280036	VIII	Ingeniería Textil y de Confecciones
06	Luque Larico José Luis	9143067068	VIII	Ingeniería Textil y de Confecciones
07	Mamani Montoya Danny Maribel	9170127744	VIII	Ingeniería Textil y de Confecciones
08	Mansilla Quispe Jhennifer	9173026736	VIII	Ingeniería Textil y de Confecciones
09	Valeriano Mamani Liliana Danitza	9176850490	VIII	Ingeniería Textil y de Confecciones

Asesores:

Roxana Tacuri Robles

Jesús Arias Escobar

Fecha de inicio : 22/07/2022

Fecha de finalización : 08/12/2022

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar. Por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestra mente y por habernos otorgado una familia maravillosa, quienes han creído en nosotros siempre, enseñándonos a valorar todo lo que tenemos y el sacrificio que hacemos.

A nuestros docentes de la Escuela Profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones, quienes nos orientaban, aconsejaban, dándonos ánimos para seguir y mejorar nuestro proyecto, gracias a ellos amamos más nuestra carrera profesional, y lograr ser unos ingenieros textiles reconocidos.

A los artesanos del "Grupo Paqu Willma", los cuales realizan un trabajo increíble, desde procesar la fibra hasta obtener un producto y todo esto realizado a mano, de esto aprendimos y compartimos conocimientos prácticos como teóricos.

AGRADECIMIENTO

Se agradece a la Escuela Profesional de Ingeniería textil y de Confecciones por formar profesionales capaces de destacar en los distintos campos del sector textil y de confecciones.

También agradecemos a nuestros asesores el Mg. Jesús Arias Escobar y la Mtra. Roxana Tacuri Robles de la Escuela Profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones, por brindarnos conocimiento, por su paciencia y enseñanza, por su apoyo y orientación en la ejecución de este proyecto. Asimismo, agradecemos mucho a los artesanos del "Grupo Paqu Willma" de la provincia de Lampa, por apoyarnos y habernos aceptado como un miembro más de su grupo.

Y finalmente, agradecemos todo el esfuerzo brindado por cada uno de los compañeros del "Grupo Orión", ya que sin ellos no hubiera sido posible la culminación del proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
ÍNDICE DE ANEXOS	9
RESUMEN	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I	13
ANTECEDENTES	13
1.1. ANTECEDENTE LOCAL	13
1.2. ANTECEDENTE NACIONAL	13
1.3. ANTECEDENTE INTERNACIONAL	14
CAPÍTULO II	16
MARCO TEÓRICO	16
2.1. CAPACITACIÓN	16
2.2. MARKETING DIGITAL	16
2.3. TEJIDO PLANO	16
2.4. EL TELAR	17
2.5. FICHAS TÉCNICAS	17
CAPÍTULO III	18
OBJETIVOS LOGRADOS	18
3.1. LÍNEAS DE INTERVENCIÓN DE EXTENSIÓN CULTURAL	18
3.1.1. DE ACUERDO AL OBJETIVO GENERAL	18
3.1.2. DE ACUERDO A LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
3.2. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES CRONOLÓGICAMENTE	19
3.2.1. ACTIVIDAD 1 revisión y estudio de la página web	19
3.2.2. ACTIVIDAD 2 apertura y capacitación en marketing digital	19
3.2.3. ACTIVIDAD 3 diseño y construcción del telar artesanal	26
3.2.4. ACTIVIDAD 4 sesión de fotos	27
3.2.5. ACTIVIDAD 5 III Festival Ecomoda Turístico Lampa 2022	28
3.2.6. ACTIVIDAD 6 actualización de la galería de la página web	29
3.2.7. ACTIVIDAD 7 primera capacitación en tejido plano	30
3.2.8. ACTIVIDAD 8 desarrollo de catálogo de prendas	31
3.2.9. ACTIVIDAD 9 segunda capacitación en tejido plano	32

3.2.10.	ACTIVIDAD 10 capacitación en fichas técnicas	34
3.2.11.	ACTIVIDAD 11 clausura del proyecto	35
3.3.	DIAGNÓSTICO DE IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES	35
3.4.	NÚMERO DE BENEFICIARIOS	36
3.5.	RESULTADO DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN	38
CAPITULO IV		41
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y COSTOS		41
4.1.	CRONOGRAMA	41
4.2.	INFORME ECONÓMICO	42
CONCLUSIONES		45
RECOMENDACIONES		46
BIBLIOGRAFÍA		47
ANEXOS		48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cronograma de actividades

41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Encuesta de saberes previos, pregunta 1	20
Figura 2	Encuesta de saberes previos, pregunta 2	21
Figura 3	Encuesta de saberes previos, pregunta 3	21
Figura 4	Encuesta de saberes previos, pregunta 4	22
Figura 5	Encuesta de saberes previos, pregunta 5	22
Figura 6	Encuesta de saberes previos, pregunta 6	23
Figura 7	Encuesta de saberes adquiridos, pregunta 1	23
Figura 8	Encuesta de saberes adquiridos, pregunta 2	24
Figura 9	Encuesta de saberes adquiridos, pregunta 3	24
Figura 10	Encuesta de saberes adquiridos, pregunta 4	25
Figura 11	Encuesta de saberes adquiridos, pregunta 5	25
Figura 12	Encuesta de saberes adquiridos, pregunta 6	26
Figura 13	Primera pregunta de la encuesta de satisfacción	38
Figura 14	Segunda pregunta de la encuesta de satisfacción	39
Figura 15	Tercera pregunta de la encuesta de satisfacción	39
Figura 16	Cuarta pregunta de la encuesta de satisfacción	40

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Constancias de conformidad de asesores.....	48
Anexo 2	Constancia de conformidad del Grupo Paqu Willma	51
Anexo 3	Comprobantes de pago, por actividad.....	53
Anexo 4	Conformidad del Grupo Paqu Willma, encuestas de satisfacción	67
Anexo 5	Conformidad de autoridades, Diplomas	77
Anexo 6	Encuestas de la primera capacitación, marketing digital	87
Anexo 7	Imagen de actividad 1. Revisión de página web, Accesorios	103
Anexo 8	Imagen de actividad 1. Revisión de página web, temporadas.....	103
Anexo 9	Fotografía de actividad 2. Apertura del proyecto.....	104
Anexo 10	Fotografía de actividad 2. Foto grupal post capacitación	104
Anexo 11	Imagen de actividad 3. Diseño del telar artesanal	105
Anexo 12	Fotografía de actividad 3. Construcción del telar artesanal.....	105
Anexo 13	Fotografía de actividad 4. Sesión de fotos en Lampa.....	106
Anexo 14	Fotografía de actividad 4. Sesión de fotos	106
Anexo 15	Fotografía de actividad 5. Extendido de alfombra roja	107
Anexo 16	Fotografía de actividad 5. Foto grupal luego de la actividad	107
Anexo 17	Imagen de actividad 6. Actualización de la página web	108
Anexo 18	Imagen de actividad 6. Página web, sección sesión de fotos.....	108
Anexo 19	Fotografía de actividad 7. Practica de tejido plano en papel	109
Anexo 20	Fotografía de actividad 7. Práctica con hilo	109
Anexo 21	Imagen de actividad 8. Desarrollo de catálogo de prendas.....	110
Anexo 22	Imagen de actividad 8. Catálogo de prendas	110
Anexo 23	Fotografía de actividad 9. Capacitación con el telar	111
Anexo 24	Fotografía de actividad 9. Explicación del repase de hilos	111
Anexo 25	Fotografía de actividad 10. Capacitación en fichas técnicas	112
Anexo 26	Fotografía de actividad 10. Artesanas durante la capacitación	112
Anexo 27	Fotografía de actividad 11. Clausura del proyecto	113
Anexo 28	Fotografía de actividad 11. Entrega de reconocimientos.....	113

RESUMEN

En el presente informe, se explora el trabajo del grupo “Orión” denominado “Capacitación en tejido plano, fichas técnicas y marketing digital al Grupo Paqu Willma de la Provincia de Lampa - 2022”, ha sido desarrollado con el objetivo de transmitir conocimientos en temas relacionados a la producción, promoción y comercialización de sus productos. Se realizó un diagnóstico preliminar en el que se pudieron ver las debilidades de las artesanas del “Grupo Paqu Willma”, presentaban dificultades en el tema marketing digital, ya que no sabían cómo promocionar sus productos en las redes sociales, y en otros medios digitales, así como también tenían problemas para elaborar la documentación adecuada de sus productos que faciliten su comercialización. Se realizó capacitaciones en marketing digital y fichas técnicas, además de incluir una capacitación en tejido plano, debido a que la mayoría de las artesanas no tienen conocimientos en la elaboración de prendas en tejido plano, por esa razón sus prendas están elaboradas mayormente en tejido a punto, ahora en adelante ya no solo podrán elaborar prendas en tejido punto haciendo uso del telar podrán elaborar prendas en tejido plano como chalinas y pequeños chales, esto con el telar artesanal de palancas que se construyó y se donó a las artesanas.

En conclusión, mediante la capacitación en marketing digital las artesanas aprendieron nuevas formas de promocionar los productos que elaboran. Como tal, es imprescindible que las artesanas sepan manejar redes sociales, páginas web entre otros sitios y medios digitales que les ayuden a tener un contacto más amplio con sus clientes. Con la capacitación de fichas técnicas las artesanas aprendieron a elaborar fichas técnicas de sus productos, lo que les permite tener ventaja sobre sus competidores, esto no solo les servirá para la comercialización más adecuada de sus productos, sino también para su proyección hacia la exportación donde es requisito la documentación del producto. Finalmente, por medio de la capacitación en tejido plano las artesanas pudieron conocer y poner en práctica el manejo de un telar artesanal con el cual se espera ampliar la variedad de productos que comercializan. Y de esta manera el proyecto se centra en la necesidad de dotar a los artesanos de nuevos conocimientos con el fin de mejorar sus habilidades y competencias en la comercialización de productos y procesos productivos.

INTRODUCCIÓN

El presente informe de proyección social realizado por el “grupo Orión” denominado “Capacitación en tejido plano, fichas técnicas y marketing digital al Grupo Paqu Willma de la Provincia de Lampa - 2022”, ha sido realizado con el propósito de transmitir conocimientos en temas relacionados a la producción, promoción y comercialización de sus productos.

En un diagnóstico preliminar realizado encontramos que las artesanas del “Grupo Paqu Willma”, presentaban dificultades en el tema marketing digital, ya que no sabían cómo promocionar sus productos en las redes sociales, y en otros medios digitales, también tenían problemas para elaborar la documentación adecuada de sus productos que faciliten su comercialización. Con todo lo identificado decidimos ayudar al “Grupo Paqu Willma”, realizando capacitaciones en marketing digital y fichas técnicas, además de incluir una capacitación en tejido plano, porque la mayoría de las artesanas no sabe realizar prendas en tejido plano, por esa razón sus prendas están elaboradas mayormente en tejido a punto.

Mediante la capacitación en marketing digital las artesanas aprendieron nuevas formas de promocionar los productos que elaboran, debido a que nos encontramos en la era digital, por lo que las ventas y promociones ya no se realizan mucho en las tiendas físicas. Como tal, es imprescindible que las artesanas sepan manejar redes sociales, páginas web entre otros sitios y medios digitales que les ayuden a tener un contacto más amplio con sus clientes. Con la capacitación de fichas técnicas las artesanas aprendieron a elaborar fichas técnicas de sus productos, lo que les permite tener ventaja sobre sus competidores, esto no solo les servirá para la comercialización más adecuada de sus productos, sino también para su proyección hacia la exportación donde es requisito la documentación del producto. Finalmente, por medio de la capacitación en tejido plano las artesanas pudieron conocer y poner en práctica el manejo de un telar artesanal con el cual se espera ampliar la variedad de productos que comercializan, ya no solo podrán elaborar prendas en tejido punto si no también con la utilización del telar podrán elaborar prendas en tejido plano como chalinas y pequeños chales, esto con el telar artesanal de palancas que se construyó y se donó a las artesanas.

La importancia de la proyección social radica en la difusión y promoción del voluntariado social que contribuye al desarrollo de la nación a través de proyectos que pretenden dar respuesta a las carencias y necesidades de nuestra sociedad, desarrollando una mentalidad emprendedora a través de un acercamiento a la sociedad que incorpore la relación entre teoría y práctica para generar impacto positivo. Como tal, representa una educación integrada que vincula el compromiso de los estudiantes, la aplicación del conocimiento y la capacidad de brindar soluciones en beneficio de la sociedad. Por ello, el proyecto se centra en la necesidad de dotar a los artesanos de nuevos conocimientos con el fin de mejorar sus habilidades y competencias en la comercialización de productos y procesos productivos.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.1. ANTECEDENTE LOCAL

Mamani (2019) “Propuesta de prototipo con plataforma Oscommerce para promoción de productos de Artesanía Textil de las Microempresas de Artesanías de Tejido del Distrito de Juliaca – 2019.” Tiene como objetivo principal determinar que el prototipo de propuesta de prototipo con plataforma Oscommerce permita mejorar la promoción de productos de artesanía textil de microempresa del distrito de Juliaca – 2018. La metodología naturaleza según indica cuantitativa, nivel descriptivo. Conformado con una muestra constituida por microempresas que estén encargadas productos de artesanía textil y se encuentre ubicada en el distrito de Juliaca.

1.2. ANTECEDENTE NACIONAL

Según Yóplac Valqui (2019) en su tesis denominada “Propuesta del marketing digital para mejorar la comercialización de la asociación Yachay Ñaupa.” Realizado en Quelucas – distrito Jalca Grande, Chachapoyas región Amazonas. La asociación Yachay Ñaupa produce excelentes tejidos a base de lana de ovino (carnero) y algodón; pero lamentablemente tiene poca o nula promoción de sus tejidos, no cuenta con una plataforma de marketing, tampoco sus directivos conocen las herramientas del marketing digital, el objetivo principal es: proponer el marketing digital como herramienta para mejorar la comercialización en la asociación. La metodología que se utilizó es tipo cuantitativo, diseño no experimental – transversal, descriptivo – propositivo, conformado por una población que son los clientes y con la población de los 26 socios, teniendo como muestra de 97 clientes entre la edad de 18 – 41 años a más. Para medir la confiabilidad y validez del instrumento se usó el estadístico alfa de Cronbach y para la recolección de datos se utilizó la encuesta con 22 ítems; Los resultados encontrados demostraron que se debe dar importancia al manejo de las herramientas del marketing digital, dentro de la asociación. Concluyendo con las recomendaciones: Aplicación de las estrategias de marketing digital, realizar la propuesta de crear una página web, que permitirán mejorar el reconocimiento y

al mismo tiempo mejorar la comercialización en el mercado nacional e internacional.

Leon Santa cruz (2021) en su tesis “Marketing digital para incrementar la comercialización de productos artesanales de la asociación de artesanos Llampayec, Lambayeque – 2021.” La investigación realizada desea Proponer el Marketing Digital para incrementar la comercialización de productos artesanales de la Asociación de Artesanas LLampayec – Lambayeque, con un diseño descriptivo-propositivo con la finalidad de poder proponer un plan de mejora y según su enfoque es mixto debido a la recolección de información, mediante entrevista a la asociación de artesanas y se aplicó encuesta a los compradores, para posterior realizar un análisis estadístico, y según diseño no experimental donde se observó y analizó las variables dependiente y la independiente. Se concluye que el marketing digital según lo investigado ayudaría a que los productos artesanales se puedan promocionar y comercializar a través de Instagram y Facebook que son redes sociales utilizadas en la actualidad por los compradores de artesanía. Las estrategias que se propone de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, se diseñaron lo siguiente: Plan de Marketing, Sitio de Web, Redes sociales, Posicionamiento web, Publicidad online y el Email Marketi.

1.3. ANTECEDENTE INTERNACIONAL

Según Araque Geney (2021) en su artículo científico denominado “Marketing digital como estrategia de posicionamiento para el comercio artesanal.” Realizado en Bogotá Colombia indican que las organizaciones deben innovar constantemente en su gestión administrativa para alcanzar un posicionamiento en el mercado, lo que hacen utilizando estrategias del marketing digital como herramienta integradora e innovadora. Dentro del sector artesanal colombiano, este estudio tiene como objetivo realizar una reflexión acerca de la actividad artesanal en Colombia destacando características y retos que enfrentan los artesanos frente a la falta de inclusión de herramientas tecnológicas en sus organizaciones, que, además, no les permite ser competitivos en los diferentes mercados. La construcción de este artículo se estableció bajo un enfoque cualitativo basado en una investigación documental centrada en el análisis, revisión e interpretación de los datos. Finalmente, en la conclusión de este

artículo se destaca la necesidad de fortalecer el sector artesanal para ser competitivo en el mercado con la implementación de nuevas tecnologías y planes de marketing digital, así como procurar la conservación y aprovechamiento de los conocimientos artesanales los cuales se convierten en una fuente de generación de empresas y empleo para muchas familias que se dedican a esta actividad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. CAPACITACIÓN

Según Chiavenato (2001) la capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos.

La capacitación entraña la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como desarrollo de habilidades y competencias

La capacitación del personal es un proceso que se relaciona con el mejoramiento y el crecimiento de las aptitudes de los individuos y de los grupos, dentro de la organización. Al educarse el individuo invierte en sí mismo, incrementa su capacidad (Valdivia, 2018).

2.2. MARKETING DIGITAL

Son acciones y estrategias publicitarias que se ejecutan en canales de internet, para potenciar tu negocio o marca de manera eficiente. Es la forma más útil para que los emprendimientos se comuniquen con el público de forma directa, personalizada y en el momento adecuado. Da a conocer productos y servicios nuevos a todos aquellos posibles clientes que los necesitan y demandan (Sosa et al., 2022).

2.3. TEJIDO PLANO

El tejido plano está conformado por dos tipos de hilado en su estructura: Hilado que va longitudinalmente a la tela que se denomina hilado de urdimbre, el otro hilado es el que va transversalmente a la longitud, o sea a lo ancho de la tela, denominándose hilado de trama (Nuñez, 2023).

Características del tejido plano

El orillo siempre corre a lo largo de la tela (urdimbre) es ese borde que tiene para que no se vaya destejiendo en el rollo La mayoría de las telas se estiran menos en dirección de la urdimbre.

Los hilos de la tela en dirección de la urdimbre son más rectos presentando menos ondulaciones.

2.4. EL TELAR

El telar se usa desde tiempos inmemoriales. Cuenta con varios pedales y se utiliza para la confección de telas de estructuras más complejas. Si bien todos los telares aplican los mismos principios técnicos, éste cuenta con un cierto grado de mecanización que permite trabajar en telas de mayor tamaño y más rápidamente, sin perder su condición artesanal (Ramirez, 2010).

2.5. FICHAS TÉCNICAS

La ficha técnica es un documento en él se consolidan las especificaciones técnicas que se requieren para el seguimiento de la producción de la prenda, articulando los procesos con el fin de garantizar la comunicación entre las distintas dependencias involucradas en la transformación de la materia prima para obtener un producto que cumpla con las especificaciones de calidad satisfaciendo las necesidades de los clientes finales; siendo una herramienta esencial para la planeación y ejecución del proceso de producción (Dugotex, 2021).

CAPÍTULO III

OBJETIVOS LOGRADOS

3.1. LÍNEAS DE INTERVENCIÓN DE EXTENSIÓN CULTURAL

Fortalecimiento de capacidades de investigación de mercadeo, comercialización, marketing y modelos de negocios de productos textiles y de confecciones.

3.1.1. DE ACUERDO AL OBJETIVO GENERAL

En las veinte semanas de duración del proyecto se cumplió con el 100% de las actividades y capacitaciones programadas, logrando así completar satisfactoriamente la capacitación en tejido plano, fichas técnicas y marketing digital al Grupo Paqu Willma de la Provincia de Lampa 2022. También se cumplió con el apoyo en las actividades del “Grupo Paqu Willma” tales como: el III Festival Ecomoda Turístico Lampa 2022 donde participamos activamente.

3.1.2. DE ACUERDO A LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Se consiguió brindar una capacitación satisfactoria en marketing digital, redes sociales y fuentes de información al “Grupo Paqu Willma”, mediante la participación activa de las asociadas, con el propósito de adquirir conocimiento valioso y novedoso de nuevas fuentes tecnológicas de promoción de productos, dando como resultado un mejor entendimiento por parte de las artesanas sobre las ventajas de usar los medios digitales en la promoción de las prendas que elaboran, así mismo de conocer las redes sociales por las cuales pueden vender sus productos.

Por medio de la capacitación en la elaboración de fichas técnicas a los artesanos asociados al “Grupo Paqu Willma” conseguimos enseñarles a elaborar las fichas técnicas de sus productos, en la cual enfatizamos dos tipos de fichas técnicas relacionadas al ámbito comercial como son: la ficha técnica de exportación y la ficha técnica comercial, lo que les servirá de mucho para la venta de sus artesanías y por qué no, ampliar su visión de exportar sus productos.

Logramos elaborar un catálogo con la sesión de fotos que realizamos a las prendas que fueron elaboradas por el “Grupo Paqu Willma”, donde se muestran las descripciones, precios, y otras informaciones claves para la venta de las prendas.

En cuanto a la actualización de la página web tuvimos algunas limitaciones, como lo siguiente: que la representante del grupo “Grupo Paqu Willma” no facilitó a tiempo el acceso para poder realizar las actualizaciones pertinentes, también la selección de fotos que necesitaba de su visto bueno, además de que la estructura de la página web no permitía hacer cambios, por tal motivo solo se realizó pequeñas actualizaciones como: métodos de pago (yape), se agregó dos prendas a la tienda virtual (chullo y guantes) y se actualizó el blog de la página web (sesión de fotos).

3.2. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES CRONOLÓGICAMENTE

3.2.1. ACTIVIDAD 1 revisión y estudio de la página web

La revisión de la página web del “Grupo Paqu Willma” se realizó una vez obtenido la dirección URL: <https://www.paquwillma.com/>, a partir del 29 de julio al 18 de agosto, así mismo, pasamos a observar los detalles, espacios de la página identificando las secciones donde requiere de actualización: fotos, temporadas, tienda virtual, apartado de contactos, galería de prendas, entre otros (Ver anexos 7 y 8 Revisión de página web, accesorios, temporadas).

3.2.2. ACTIVIDAD 2 apertura y capacitación en marketing digital

Esta actividad se realizó el viernes 12 de agosto de 2022 a las 10:00 am en la ciudad de Lampa con la participación de todos los integrantes del grupo “Orión”. Llegamos alrededor de las 9:00 am y la actividad se llevó a cabo en la casa de la Sra. Guadalupe Machaca Huayta, quién es la presidenta del “Grupo Paqu Willma”, ubicada en el Jr. 2 de mayo N° 963, mientras llegaban las asociadas para ser capacitadas entramos a la casa para hacer algunos ajustes, instalamos el proyector y otros equipos en su lugar cuando llegaron todas las asociadas comenzamos a trabajar de acuerdo con el cronograma establecido alrededor de las 10:00 am, se dio inicio a la apertura de la proyección social, en presencia de nuestra asesora Mg. Roxana Tacuri Robles y todos los integrantes del grupo “Orión”. El presidente del grupo José Luis Luque Larico, anunció e informó a los artesanos el plan de trabajo y coordinó las fechas de las próximas actividades y capacitaciones. En este punto se dio un pequeño receso.

Después del receso, se realizó una primera encuesta a los artesanos sobre sus conocimientos previos en marketing digital, seguidamente a las 10:50 am se comenzó con la capacitación en marketing digital por parte de tres miembros del

grupo “Orión” que fueron seleccionados en una reunión realizada previamente, quienes participaron activamente como responsables de esta capacitación, Jhennifer Mansilla Quispe quien estuvo a cargo de la presentación teórica, Renato Barreda Álvarez y Danny Maribel Mamani Montoya estuvieron a cargo de mediar las diferentes redes sociales que existen para la promoción y venta de los productos que realizan el “Grupo Paqu Willma””. En esta capacitación, con la ayuda de diapositivas, se explicó el concepto de marketing digital y sus diferentes tipos, pros y contras con la participación activa de los artesanos, así también cómo publicitar y vender sus productos a través de las redes sociales. Finalizada la capacitación a las 13:00 horas, se realizó un cuestionario final para verificar los conocimientos adquiridos en esta capacitación (Ver anexos 9 y 10 Fotografías de actividad 2).

En esta actividad participaron:

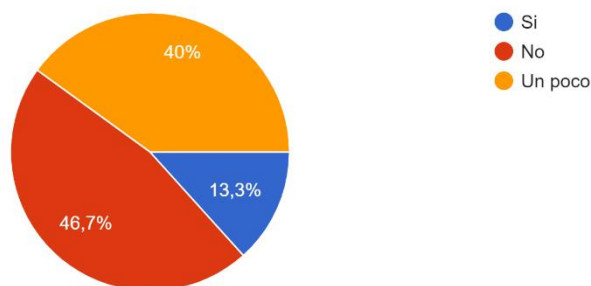
- 8 representantes de las asociaciones: “Paqu Willma”, “Maki Rurasqa”, “Awayo Doña Lucia”, “Alpaca Sur Andina”, “Pithay Pacocha”, “Arte Wawa Paqu”, “Suri Istalla Alpaca” y “Sumaq Ruway”.
 - 7 integrantes de las diferentes asociaciones.
 - 9 integrantes del grupo “Orión”.
- Respecto de las encuestas de saberes previos tomados antes de iniciar la capacitación, se muestran en las siguientes figuras.

Figura 1

Encuesta de saberes previos, pregunta 1

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?

15 respuestas



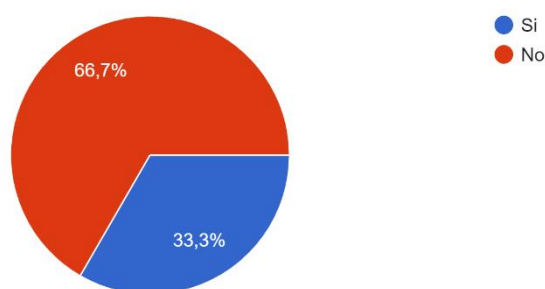
Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

Interpretación: del total de encuestados el 46.7 % no conoce el significado de marketing, el 40 % conoce un poco del significado de marketing, mientras que solo el 13.3 % si conoce el significado de marketing.

Figura 2

Encuesta de saberes previos, pregunta 2

2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
15 respuestas



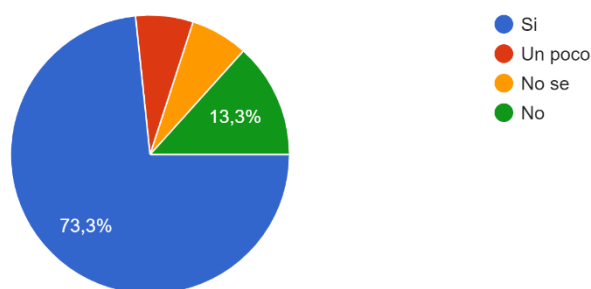
Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

Interpretación: del 100 % de encuestados, el 66.7 % no sabe acerca del marketing digital, mientras que el 33.3 % si sabe acerca del marketing digital.

Figura 3

Encuesta de saberes previos, pregunta 3

3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
15 respuestas



Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

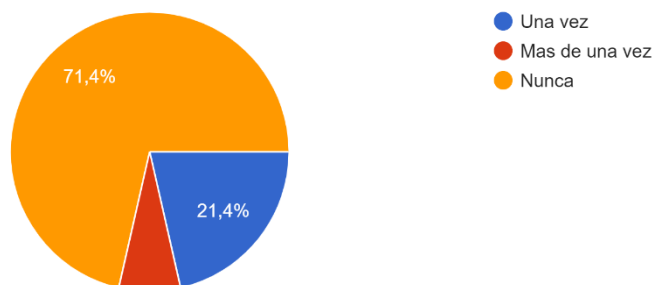
Interpretación: del total de encuestados, el 73.3 % si cree que el marketing digital puede ayudarle en su negocio mientras que el 13.3 % piensa que no le ayudara.

Figura 4

Encuesta de saberes previos, pregunta 4

4. ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?

14 respuestas



Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

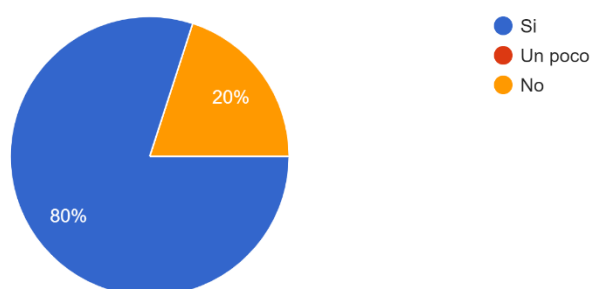
Interpretación: del 100 % de respuestas, el 71.4 % de los artesanos nunca a utilizado una red social o medio digital para vender un producto, mientras que el 21,4 % lo hizo una vez.

Figura 5

Encuesta de saberes previos, pregunta 5

5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?

15 respuestas



Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

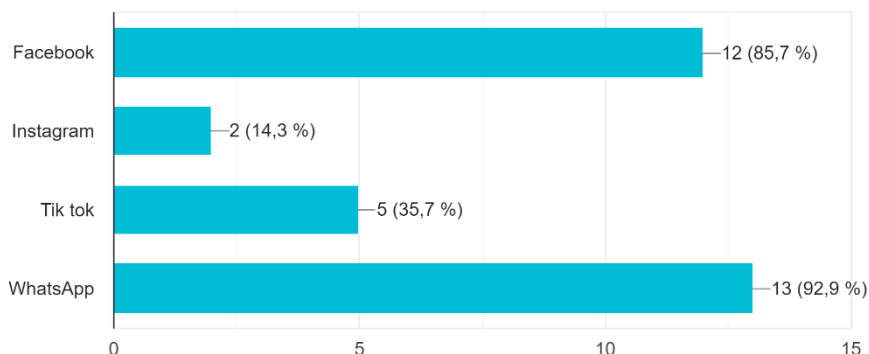
Interpretación: del total de encuestados, el 80 % piensa que las redes sociales si son una buena alternativa para promocionar sus productos, mientras que el 20 % piensa que no es una buena alternativa.

Figura 6

Encuesta de saberes previos, pregunta 6

6. Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)

14 respuestas



Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

Interpretación: del 100% de respuestas sobre si utiliza alguna red social, el 85.7 % utiliza Facebook, el 14.3 % Instagram, el 35.7 % TikTok y el 92.9 % utiliza WhatsApp, haciendo a esta red social la más utilizada entre los artesanos.

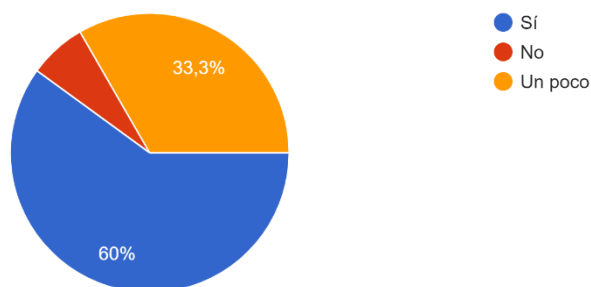
- Respecto de las encuestas de saberes adquiridos luego de participar en la capacitación, se muestran en las siguientes figuras.

Figura 7

Encuesta de saberes adquiridos, pregunta 1

1. ¿Conoce usted el significado de marketing? o

15 respuestas



Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

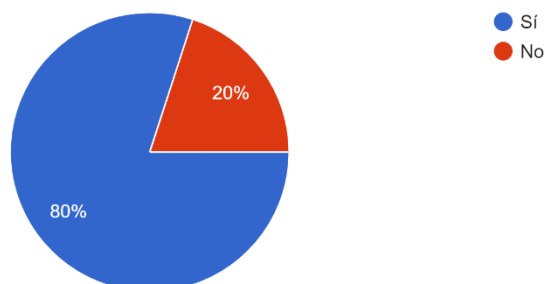
Interpretación: el 60 % de los encuestados manifiesta que si conoce el significado de marketing y el 33.3 % afirma que lo conoce un poco, lo cual muestra una mejora en su conocimiento sobre marketing en comparación al inicio de la capacitación con un 13.3 % que si conocía el significado de marketing.

Figura 8

Encuesta de saberes adquiridos, pregunta 2

2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?

15 respuestas



Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

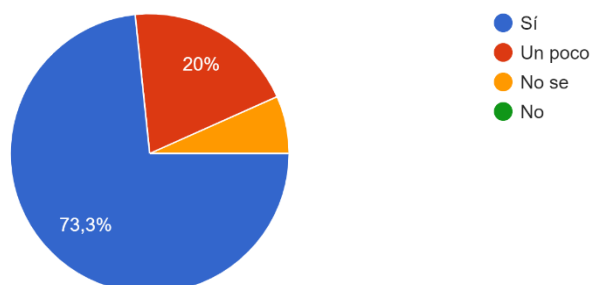
Interpretación: el 80 % de los artesanos sabe ahora acerca del marketing digital mientras que el 20 % manifiesta que no, haciendo así una mejora luego de la capacitación, puesto que al inicio solo afirmaba que si un 33.3 %.

Figura 9

Encuesta de saberes adquiridos, pregunta 3

3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?

15 respuestas



Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

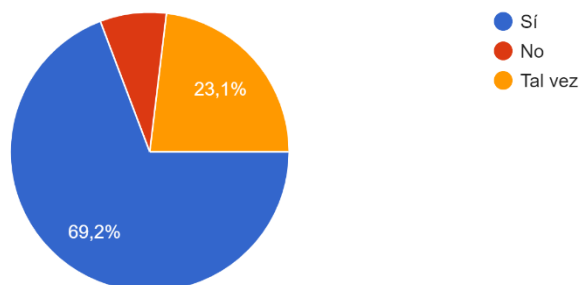
Interpretación: luego de la capacitación, el 73.3 % si cree que el marketing digital puede ayudar en su negocio, mientras que el 20 % piensa que puede ayudarle un poco, haciendo una mejora respecto de antes de la capacitación, no habiendo artesano que piense que no puede serle de ayuda.

Figura 10

Encuesta de saberes adquiridos, pregunta 4

4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?

13 respuestas



Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

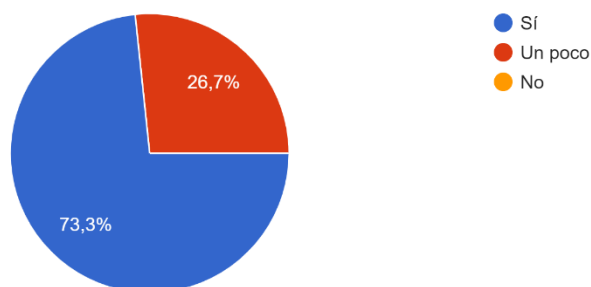
Interpretación: del total de respuestas procesadas, el 69.2 % manifiesta que si utilizaría una red social o medio digital para vender un producto, mientras que el 23.1% da una respuesta de tal vez lo usaría.

Figura 11

Encuesta de saberes adquiridos, pregunta 5

5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?

15 respuestas



Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

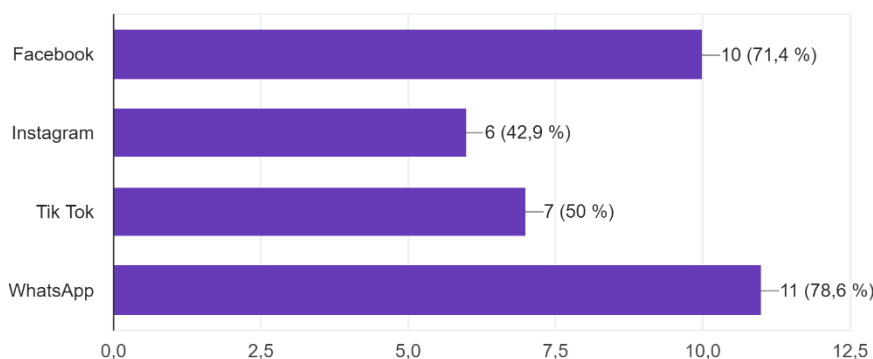
Interpretación: luego de la capacitación el 73.3 % opina que las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos, mientras que el 26.7 % opina que un poco, mostrando una mejoría pues ninguno respondió que no es una buena alternativa como al inicio.

Figura 12

Encuesta de saberes adquiridos, pregunta 6

6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)

14 respuestas



Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

Interpretación: del total de respuestas procesadas, el 71.4 % emplearía Facebook, el 42.9 % Instagram, un 50 % TikTok y un 78.6 % emplearía WhatsApp para promocionar sus productos.

3.2.3. ACTIVIDAD 3 diseño y construcción del telar artesanal

Durante la sexta semana del proyecto, desde el día 26 de agosto hasta el 16 de septiembre, se realizó el diseño del telar artesanal para utilizar en las capacitaciones de tejido plano, para ello se tomó referencias de telares contruidos encontrados en internet. Optando por un telar de mesa de 8 cuadros de lizos con palancas, con un ancho de peine de 40 cm y número 50, para los materiales se optó por hacer el telar en madera y algunos componentes de planchas de PVC, pernos y tornillos para sujetar las uniones. Se utilizó el programa SolidWorks para hacer el modelado y diseño de los componentes, y también el ensamblado de los mismos, como referencia del producto final que se obtendrá luego de la construcción (Ver anexo 11. Imagen de actividad 3).

Siguiendo las medidas del telar planteado en el diseño previamente realizado se procedió con el inicio de la construcción del telar artesanal, la construcción del telar inicio el 16 de septiembre, culminando el 3 de noviembre, antes del inicio de la construcción se encargó a un técnico mecánico la fabricación del peine que se colocaría en el telar, pues no se encuentra listo para adquirirlo, luego se compró una tabla de madera, debiendo secarla antes de procesarla, lo que llevo

un aproximado de dos semanas. Una vez seca la madera de acuerdo con el diseño se trazó y cortó la tabla usando una caladora eléctrica, y un cepillo para darle uniformidad a la madera, construyendo primero la estructura base del telar. Para los marcos de los cuadros del telar se utilizaron secciones de una plancha de PVC, cortando con la caladora la medida necesaria, luego puliendo los bordes con una lija, para posteriormente realizar las perforaciones necesarias para colocar las armellas y los soportes de los lizos. Se prepararon los materiales para ensamblar la caja de cuadros, realizando cortes, cepillado, perforaciones, empleando madera, tubos de aluminio de 8 mm, bloques de PVC, ejes de 8 mm.

Se realizó trabajo de torneado en placas cuadradas de PVC para la fabricación de los trinquetes de avance y retención de urdimbre y tela, así mismo para los plegadores de madera tanto de urdimbre como de tela (Ver anexo 12. Fotografía de actividad 3).

3.2.4. ACTIVIDAD 4 sesión de fotos

El día 3 de septiembre los integrantes del grupo “Orión” nos reunimos a las 10:00 a.m. en la plaza de toros de la ciudad de Lampa, luego nos dirigimos al domicilio de la Sra. Guadalupe Machaca Huayta, en donde en coordinación con los artesanos se planificó en ir a los lugares más turísticos y adecuados para las sesiones de fotos, el primer lugar fue el Malecón ecoturístico de la ciudad de Lampa y el segundo lugar fue a 5 kilómetros de la ciudad, en la carretera Lampa a Pucará. Entonces junto a los integrantes del “Grupo Paqu Willma” nos dirigimos al lugar indicado y luego buscamos espacios adecuados para tomar las fotografías.

Para la sesión de fotos, se contó con dos modelos profesionales, Alexandra Rubí Nieto - Miss Marina 2022 y Diane Mildred Alarcón Apaza - Top Model Continentes del Mundo 2021, las cuales fueron invitadas por el grupo “Paqu Willma”, modelaron prendas para personas adultas como chompas, vestidos, traje de baño, ponchos, chullos, guantes y diademas, asimismo participó una adolescente, Rosmeri Diana Chira Salazar (16 años) y Yaneth Luz Chira Salazar (10 años) quienes fueron invitados por el grupo “Orión”, también participó como modelo una niña de 5 años que fueron las encargadas de modelar prendas como casacas, chompas, diademas, chullos, suéteres, vestidos, guantes y gorros.

La primera parte de la actividad se desarrolló desde las 10:00 a.m. a 12:00 p.m. en el Malecón ecoturístico de la ciudad de Lampa, primero se tomó fotos de las prendas para niñas, adolescentes y adultos, a la par se realizó grabaciones del proceso de hilado y tejido por parte de las artesanas.

La segunda parte de la sesión de fotos se realizó a partir de 13:00 p.m. a 16:00 p.m. Donde nos trasladamos al costado de la carretera Lampa a Pucará en el km 5 de la ciudad, al llegar a dicho lugar almorzamos con las señoras artesanas. Para esta sesión de fotos se contó con la participación de Lucero Erika Condori Quispe, Renato Barreda Álvarez y José Luis Luque Larico integrantes del grupo “Orión” como modelos para las prendas de varones, señoritas, adolescentes, la temática fue sobre la naturaleza y fauna local.

En esta actividad, las artesanas del “Grupo Paqu Willma” presentaron una amplia gama de prendas, 100% artesanales, elaboradas con hilado de fibra de alpaca, la actividad se desarrolló con el objetivo de utilizar las fotografías para actualizar la página web del “Grupo Paqu Willma”, además de la creación de un catálogo. De todas las fotografías tomadas en esta actividad, se entregó una copia a la representante del “Grupo Paqu Willma” (ver anexos 13 y 14. Fotografías de actividad 4).

En esta actividad participaron:

- 8 representantes de las asociaciones: “Paqu Willma”, “Maki Rurasqa”, “Awayo Doña Lucia”, “Alpaca Sur Andina”, “Pithay Pacocha”, “Arte Wawa Paqu”, “Suri Istalla Alpaca” y “Sumaq Ruway”.
- 5 modelos.
- 9 integrantes del grupo “Orión”.

3.2.5. ACTIVIDAD 5 III Festival Ecomoda Turístico Lampa 2022

Por invitación de la presidenta del “Grupo Paqu Willma”, Guadalupe Machaca Huayta, participamos en el III FESTIVAL DE TURISMO ECOMODA LAMPA-2022, previsto para el 25 de septiembre en la ciudad de Lampa.

Esta actividad contó con el apoyo y patrocinio de la Municipalidad de la Provincia de Lampa, Agencia de Modelos Mildred Model, Cite Textil Camélidos, Grupo Lunad SAC, también se contó con la participación del grupo de Proyección Social

y de todas asociaciones de artesanos dirigidos por el Comité Provincial de Artesanías de Lampa.

Primeramente, se llevó a cabo la exposición y venta de prendas artesanales a base de fibra de alpaca de las distintas asociaciones y distritos de la provincia de Lampa, seguidamente por la tarde se dio inicio con el desfile de modas dónde se exhibieron las hermosas prendas elaboradas por las artesanas a base de fibra 100% alpaca. Así pues, en dicho evento participamos activamente ayudando en la decoración del Stand principal, en la elaboración de unos adornos con botellas recicladas de 2 litros con ornamentos rojos y una especie de paja de la zona que pusimos al borde de la alfombra roja para la pasarela, asimismo, nos encargamos de recoger las prendas de cada asociación y distrito invitado para participar en el concurso a mejor prenda artesanal que posteriormente entregamos a los jurados para su calificación correspondiente.

Durante el desfile de modas también participamos con un número presentado por nuestra compañera Lucero Erika Condori Quispe y pareja que deleitó al público con la danza "Pandilla puneña" para darle más alegría al evento y aprovechar para que las modelos puedan cambiarse de vestuario. El evento se desarrolló con gran éxito, y tuvo una gran concurrencia del público y asistencia de los diferentes medios locales de comunicación (Ver anexos 15 y 16. Fotografías de actividad 5).

En esta actividad participaron:

- 8 representantes de las asociaciones: "Paqu Wilma", "Maki Rurasqa", "Awayo Doña Lucia", "Alpaca Sur Andina", "Pithay Pacocha", "Arte Wawa Paqu", "Suri Istalla Alpaca" y "Sumaq Ruway".
- 9 integrantes del grupo "Orión".

3.2.6. ACTIVIDAD 6 actualización de la galería de la página web

Esta actividad se desarrolló desde el 11 de noviembre al 25 de noviembre, Para la actualización de la página web se solicitó el acceso a la Sra. Guadalupe Machaca Huayta representante del "Grupo Paqu Willma", lo cual fue una limitante en el desarrollo de la actividad puesto que la Sra. Guadalupe no pudo darnos el acceso al inicio del proyecto y luego los viajes que realizó por distintas actividades y participaciones en ferias de artesanía hizo que nos diera el acceso

a la página iniciando la segunda semana del mes de noviembre, una vez teniendo el acceso a la página web, se procedió con la selección de fotos, asimismo, utilizamos el programa Photoshop para la edición fotográfica, este programa trabaja con mapas de bits y cualquier formato de imagen, permitiendo hacer montajes, manipular, modificar, editar y retocar cuanto se desee gracias a todas sus herramientas, realizando diferentes pasos.

Luego se accede a Strapi que es un CMS, de código abierto, realizado en JavaScript, que permite crear, administrar y exponer experiencias en contenido a cualquier dispositivo digital. Se selecciona la imagen y se guarda. La estructura de la página web fue también una limitante puesto que tenía la forma de una plantilla sin dejarnos muchas opciones para hacer la actualización teniendo también un lenguaje de programación algo complicado (Ver anexos 17 y 18. Imágenes de actividad 6).

3.2.7. ACTIVIDAD 7 primera capacitación en tejido plano

La primera capacitación en tejido plano se realizó en la ciudad rosada de Lampa, el día domingo 13 de noviembre, en la vivienda de la representante del “Grupo Paqu Willma”, la Sra. Guadalupe Machaca Huayta, ubicado en el Jr. 2 de mayo N° 963 se dio inicio a las 9:00 am. hasta las 12:00 pm. con una hora de almuerzo y continuo a las 1:00 pm. hasta las 4:00 p.m.

La capacitación de la parte teórica dio inicio a las 9:30 a.m. hasta las 12:00 p.m. con la ponencia de: Katherine Deysi Chira Salazar, Lucero Erika Condori Quispe y José Luis Luque Larico.

El desarrollo de la capacitación se dividió en dos partes: parte teórica y parte práctica. La parte teórica de la primera capacitación en tejido plano se clasificó los siguientes temas:

1. Origen del tejido plano
2. Teoría del tejido plano
3. Clasificación del tejido plano
4. Tejido plano artesanal
5. Urdido artesanal
6. Tejido plano industrial

7. Urdido industrial

8. Diseño textil para el tejido plano

La parte práctica de la capacitación se dividió en dos partes, la primera con papel y la segunda con lana, iniciando a las 1:00 pm. con la participación de los integrantes del “Grupo Paqu Willma” y la guía del grupo “Orión”. para lo cual se proporcionó a cada miembro del grupo una bolsa con los materiales necesarios.

Posterior al embolsado de los materiales, se hizo la entrega de una bolsa a cada integrante del “Grupo Paqu Willma”, paralelo a ello se le dio indicaciones para realizar la práctica de papel. Por otro lado, las señoras mostraron sus diferentes habilidades y destrezas al realizar el diseño y práctica en tejido plano con las manualidades ejecutadas. Una vez concluida, continuó con la segunda práctica de lana, para esto se trabajó de manera conjunta y guiada con la parte de las señoras y los alumnos (Ver anexos 19 y 20. Fotografías de actividad 7).

En esta actividad participaron:

- 8 representantes de las asociaciones: “Paqu Wilma”, “Maki Rurasqa”, “Awayo Doña Lucia”, “Alpaca Sur Andina”, “Pithay Pacocha”, “Arte Wawa Paqu”, “Suri Istalla Alpaca” y “Sumaq Ruway”.
- 7 integrantes de las diferentes asociaciones.
- 9 integrantes del grupo “Orión”.

3.2.8. ACTIVIDAD 8 desarrollo de catálogo de prendas

El desarrollo y elaboración del catálogo de prendas se realizó entre el 15 y 26 de noviembre. Después de la sesión de fotos que realizamos procedimos a seleccionar las fotos tanto para la actualización de la página web y el catálogo. Para la elaboración del catálogo primeramente pedimos los datos de las fotos seleccionadas como: nombre de la prenda, descripción, precio, tallas y colores disponibles a la representante del grupo “Grupo Paqu Willma”. Utilizamos el Word para diseñar y elaborar el catálogo, antes de iniciar con el diseño vimos un sinfín de modelos de catálogos para inspirarnos, así también descargamos muchas imágenes para los fondos de las páginas del catálogo. Inicialmente, realizamos un borrador y le mostramos a la representante del “Grupo Paqu Willma”, y según sus sugerencias mejoramos el catálogo y elegimos la portada y los colores más adecuados, finalmente logramos realizar un catálogo de

prendas dividido por dos temporadas donde se puede apreciar las hermosas prendas elaboradas por las artesanas del “Grupo Paqu Willma” (Ver anexos 21 y 22. Imágenes de actividad 8).

3.2.9. ACTIVIDAD 9 segunda capacitación en tejido plano

Lo primero que se realizó para desarrollar la actividad, fue coordinada mediante una reunión virtual con los encargados de esta capacitación los cuales son: Katherine Deysi Chira Salazar, José Luis Luque Larico y Lucero Erika Condori Quispe, el programa de la capacitación, consistiendo en: el diseño del tejido, el proceso de urdido artesanal, ubicación de la urdida en el telar, pasaje de hilos en el telar y proceso de tejido, además de los procedimientos básicos del manejo del telar para poder guiar a los artesanos de manera adecuada y práctica.

Nos reunimos el 20 de noviembre de 10:00 a.m. a 10:30 a.m. en la plaza de toros de la ciudad de Lampa, a las 10:40 am nos recibió la representante del “Grupo Paqu Willma” la Sra. Guadalupe Machaca Huayta, en su vivienda ubicada en el Jr. 2 de Mayo N° 963, una vez dentro del local nos acomodamos y nos organizamos en el ambiente que nos facilitaron, una vez reunidos todos los participantes, se procedió a dar inicio con la capacitación.

Lo primero fue la explicación del diseño que se aplicará en el tejido de una chalina, usando una ficha de tejido que contiene: el ligamento, esquema de repase de hilos, cantidades y colores de los hilos de urdimbre y trama, un boceto del tejido.

Lo segundo fue el proceso práctico del urdido artesanal, se les presentó el urdidor de metal explicándoles cómo se utiliza, la ruta que debe seguir el hilo de urdimbre y la formación de la cruz y su importancia, en esta parte contamos con la participación activa de todas las participantes por turnos, utilizando la urdidora de metal así mismo trabajando con dos colores blanco y celeste.

Tercero, una vez terminado el proceso de urdido, ubicamos la urdida en el telar con la ayuda de las artesanas por turnos, para que todas participen.

Cuarto, después de colocar la urdida en el telar se procedió a realizar el pasaje de hilos, contando con la participación de 2 artesanas por cada turno, una pasaba los hilos de urdimbre y otra con la ayuda de un ganchillo pasaba los hilos por los lizos de los cuadros del telar comenzando del cuadro 1 al cuadro 8 y así

sucesivamente según el esquema del pasaje de hilos, culminado el pasaje de los hilos por los lizos, se continuó con el pasaje de hilos por el peine, colocando un hilo por diente de peine, luego se amarró en grupos pequeños a la varilla del plegador de tejido.

El procedimiento del cuarto paso culminó al promediar el mediodía, entonces tomamos un descanso para almorzar, en esta ocasión las artesanas prepararon un fiambre el cual compartieron con nosotros, fue un momento muy agradable donde se compartió ideas, pensamientos y experiencias.

Quinto, después del almuerzo se continuó con la capacitación, siguiendo con el proceso de tejido, contando con la participación de cada artesana, explicándoles cómo seguir la guía y lectura del ligamento y así poder mover los cuadros del telar usando las palancas del mismo, para la formación de la calada, luego la forma de pasar el hilo de trama utilizando la lanceta, después el ajuste de la trama con el uso del peine. A cada artesana se le ayudó a tejer en el telar, se observó que en un inicio presentaban dificultades en el manejo del telar, por esa razón a cada artesana se le explico de una manera concisa y entendible los pasos para tejer el diseño, para que lo entiendan mejor cada artesana practicó 12 veces en el telar, al culminar la quinta práctica, las artesanas comentaron que fue una experiencia nueva y divertida el manejo de este equipo, también acotaron que les parece novedoso el telar de palancas que al ser pequeño no requiere de mucho espacio, siendo así más manejable.

Finalmente, a las 4:30 pm se culminó con la segunda capacitación en tejido plano dando como resultado un tejido de color celeste y blanco con un diseño de estrella, que se realizó conjuntamente con las artesanas, siendo nuestro primer producto con la ayuda del telar de palanca, al finalizar la capacitación se les hizo entrega del telar a las artesanas del “Grupo Paqu Willma”, las cuales nos agradecieron por la ayuda y comentaron que les será de mucha utilidad para poder realizar nuevos productos como, chalinas, telas y chales (Ver anexos 23 y 24. Fotografías de actividad 9).

En esta actividad participaron:

- 8 representantes de las asociaciones: “Paqu Wilma”, “Maki Rurasqa”, “Awayo Doña Lucia”, “Alpaca Sur Andina”, “Pithay Pacocha”, “Arte Wawa Paqu”, “Suri Istalla Alpaca” y “Sumaq Ruway”.

- 4 integrantes de las diferentes asociaciones.
- 9 integrantes del grupo “Orión”.

3.2.10. ACTIVIDAD 10 capacitación en fichas técnicas

Para la llevar a cabo esta actividad se realizaron un total de 3 reuniones virtuales con los miembros encargados de impartir la capacitación a los integrantes del “Grupo Paqu Willma”, siendo los encargados Liliana Danitza Valeriano Mamani, Julissa Verónica Chambi Roca y Betsy Ruth Chocano Vilavila. En las reuniones se acordaron los temas más relevantes a tratar durante la capacitación, así como la distribución de los temas a disertar.

El día 27 de noviembre del 2022 los miembros del grupo “Orión” nos reunimos en la ciudad de Lampa a las 9 de la mañana para dar inicio a las actividades programadas. Primero se procedió con el saludo y la bienvenida por parte del presidente del grupo “Orión” José Luis Luque Larico a los integrantes del “Grupo Paqu Willma”, que asistieron, luego se comenzó con la capacitación, exponiéndose como tema principal la importancia de la utilización de las fichas técnicas para la comercialización de productos siendo la encargada de exponer Betsy Ruth Chocano Vilavila, cediendo la palabra a Julissa Verónica Chambi Roca quien se encargó de dar a conocer detalladamente con ayuda de dos ejemplos los elementos que debe contener una ficha técnica y las diferencias entre una ficha técnica comercial y para exportación, seguidamente se procedió con la parte práctica de la capacitación presidido por Liliana Danitza Valeriano Mamani, que se encargó de explicar en detalle cómo se debe realizar el llenado de una ficha técnica comercial, por último con ayuda de los miembros del grupo “Orión” las artesanas pudieron llenar algunos ejemplos de ficha técnica observando las características materiales de las prendas mostradas en los ejemplos.

La importancia de realizar esta capacitación fue impartir conocimientos en la elaboración de fichas técnicas para que los artesanos puedan agregar este importante material en su proceso de comercialización de las prendas elaboradas por los integrantes del “Grupo Paqu Willma” (Ver anexos 25 y 26. Fotografías de actividad 10).

En esta actividad participaron:

- 8 representantes de las asociaciones: “Paqu Wilma”, “Maki Rurasqa”, “Awayo Doña Lucia”, “Alpaca Sur Andina”, “Pithay Pacocha”, “Arte Wawa Paqu”, “Suri Istalla Alpaca” y “Sumaq Ruway”.
- 10 integrantes de las diferentes asociaciones.
- 9 integrantes del grupo “Orión”.

3.2.11. ACTIVIDAD 11 clausura del proyecto

El día 27 de noviembre, culminado la capacitación en fichas técnicas, se realizó la clausura del proyecto de proyección social, compartiendo con las artesanas una chocolatada preparada por los integrantes del grupo “Orión”, seguidamente con las palabras de agradecimiento por parte de José Luis Luque Larico presidente del grupo “Orión”, continuando con las palabras de la representante del “Grupo Paqu Willma” la Sra. Guadalupe Machaca Huayta, quien nos agradeció por el apoyo y conocimientos compartidos, otorgándonos como gesto de agradecimiento un certificado de reconocimiento a cada uno de nosotros.

De esta manera se dio por concluido el proyecto de proyección denominado “Capacitación en tejido plano, fichas técnicas y marketing digital al Grupo Paqu Willma de la Provincia de Lampa 2022” (Ver anexos 27 y 28. Fotografías de actividad 11).

3.3. DIAGNÓSTICO DE IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES

Las artesanas que integran el “Grupo Paqu Willma” de la ciudad de Lampa, en su mayoría elaboran prendas en tejido a punto de forma manual y no tenían mucho conocimiento en otro tipo de tejido, por lo cual buscaban expandirse y emplear otros tipos de tejidos como el tejido plano, asimismo, presentaban deficiencias en la promoción de sus productos sobre todo en el ámbito digital debido a que no manejaban muy bien las redes sociales y otros medios digitales, provocando una limitación en la comercialización de sus productos.

El diagnóstico de impacto ejecutado a las artesanas que conforman el “Grupo Paqu Willma”, que tiene como objetivo conocer la situación actual relacionada con el desarrollo del proyecto denominado “Capacitación en tejido plano, fichas técnicas y marketing digital al Grupo Paqu Willma de la Provincia de Lampa 2022” cuyos resultados se describen a continuación:

Con el desarrollo de la capacitación en marketing digital, las artesanas lograron un mejor entendimiento en la utilización de las redes sociales en la promoción de sus productos, con la capacitación en tejido plano aprendieron cómo elaborar chalinas en tejido plano utilizando el telar de palancas y con la donación de este telar adquirieron una herramienta que les será de mucha utilidad en la producción de nuevos productos, con la capacitación en la elaboración de fichas técnicas las artesanas comprendieron la importancia de este documento que les servirá para presentar y comercializar sus productos con información adecuada y en cuanto a la actualización de la página web logramos mostrar los nuevos productos elaborados por las artesanas.

3.4. NÚMERO DE BENEFICIARIOS

Los beneficiarios del proyecto de proyección social fueron los artesanos integrantes de las asociaciones que conforman el “Grupo Paqu Willma”, así como los miembros de sus familias.

PAQU WILLMA	DNI	Miembros de familia
Guadalupe Machaca Huayta	42216328	4
María Condori Apaza	02147395	5
Santusa Lima Ramos	02158553	4
Luz Marina Surco Lima	71867813	3
Cecilia Surco Lima	71866814	3
MAKI RURASPA	DNI	Miembros de familia
Nelvia Simona Quisocala Ojeda	40645080	3
Nery F. Leon Tuero	02141018	4
Lusalía Francisca Zapana Surco	71837727	3
Martina Ojeda Quispe	02140648	5
Nancy Mamani Huayllahua	71861825	4
Micaela Mamani Quisocala	70136316	3
AWAYO DOÑA LUCIA	DNI	Miembros de familia
Lucía Almonte Zapana	02147225	7
Luz Delia Hañari Valero	77133485	2
Hermelinda Mamani Apaza	02140583	4
Rosa Condori Apaza	41992390	5
Alejandra Quisocala Ojeda	02141663	6
ALPACA SUR ANDINA	DNI	Miembros de familia
Yuli Surco Lima	70140016	4
Teodosia Coila de Apaza	02144238	6
Juana Apaza Coila	41498142	4
Lidia Taipe Quispe	02172234	6
PITHAY PACOCHA	DNI	Miembros de familia
Victoria Limache Almonte	44685081	4

Felipa Cruz Almonte	41796640	5
Basilia Condori Apaza	02146606	7
Madeleine Lima Condori	46217949	3
ARTE WAWA PAQU	DNI	Miembros de familia
Cirila Cabana Tola	02164910	5
Maria Saylana Quispe Huacani	70144555	4
Luzmila Mamani Huacani	76315160	3
Roxana Miriam Pari Ito	74058252	3
Maria Almonte Zupo	02142811	6
Luz Delia Perez Condori	76687900	3
SURI ISTALLA ALPACA	DNI	Miembros de familia
Fidela Alejandrina Huayta de Choque	02158400	6
Hilda Castillo Quispe	02167166	5
Maria Magdalena Huacani Ojeda	02140646	5
Alejandrina Apaza Huacani	02140268	6
Adelayda Lima Condori	73640508	3
Marleni Lima Condori	45287877	4
SUMA Q RUWAY	DNI	Miembros de familia
Virginia Martina Halanoca Vilca	02147241	5
Heysi Arleed Huanca Halanoca	70109110	4
Dalia Eliana Leon Mamani	74692189	3
Susan Leon Mamani	70477834	4
Deysi Antonia lima Ccari	73740412	3
	TOTAL	176

Durante las diferentes actividades realizadas, no se contó con la participación del total de las asociadas del, por distintos factores: distancia (muchas viven en zonas alejadas), actividades del hogar y actividades comerciales, entre otros, por ese motivo las 8 representantes de las asociaciones se comprometieron en hacer retroalimentación a sus asociadas de lo aprendido en las capacitaciones por el grupo “Orión”, de manera que los conocimientos aprendidos sean impartidos a todas las artesanas.

3.5. RESULTADO DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

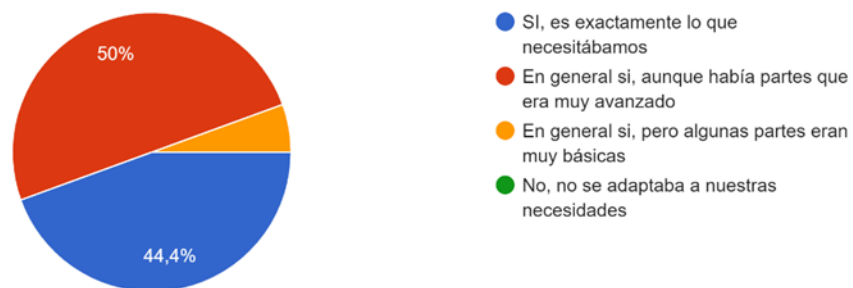
Durante la actividad de clausura del proyecto se realizó la encuesta de satisfacción a las artesanas presentes en esa actividad, los resultados fueron procesados y están representados en los siguientes gráficos.

Figura 13

Primera pregunta de la encuesta de satisfacción

¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?

18 respuestas



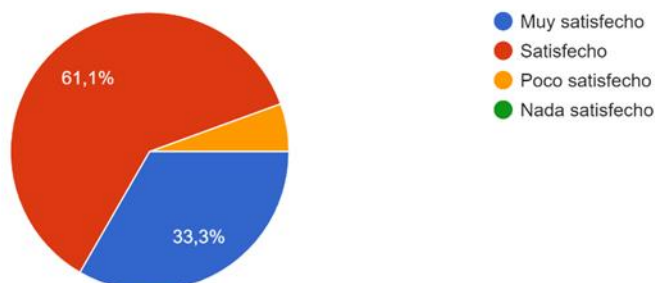
Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

Interpretación: En la figura se puede observar que de un 100% el 50% considera haber aprendido, aunque había partes muy avanzadas y el 44,4% de las artesanas indican que sí les ha servido la capacitación y que es exactamente lo que necesitaban

Figura 14

Segunda pregunta de la encuesta de satisfacción

¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
18 respuestas



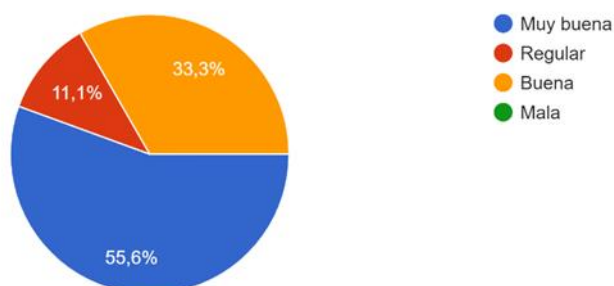
Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

Interpretación: En la figura se puede observar que el 61.1% del total de los artesanos que participaron en la encuesta afirman que se encuentran satisfechos con la primera capacitación en tejido plano, un 33.3% se encuentran muy satisfechos, mientras que la diferencia asegura estar poco satisfechos. Por lo cual podemos concluir que la primera capacitación tuvo una buena aceptación por parte de los artesanos.

Figura 15

Tercera pregunta de la encuesta de satisfacción

¿Cómo calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
18 respuestas



Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

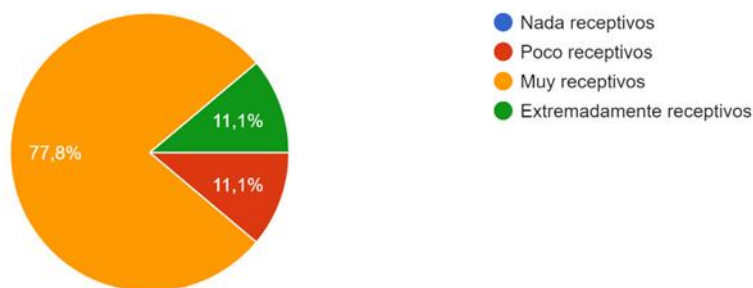
Interpretación: En la figura se puede apreciar que el 55,6% del total de los artesanos que participaron en la encuesta califican de muy buena la segunda capacitación en tejido plano, un 33.3% lo califican de buena, mientras que la diferencia califica la capacitación como regular. Por lo cual podemos concluir que la segunda capacitación en tejido plano tuvo una muy buena aceptación por parte de los artesanos.

Figura 16

Cuarta pregunta de la encuesta de satisfacción

¿Qué tan receptivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?

18 respuestas



Nota. Elaborado en base a datos obtenidos en la encuesta

Interpretación: La presente figura muestra que un 77.8% de los artesanos consideran que la capacitación en elaboración de fichas técnicas ha sido muy receptiva, mientras que el 11.1% aseguran que la capacitación fue extremadamente receptiva, por lo contrario, el 11.1% la encuentran poco receptiva. Por ende, se concluye que la capacitación impartida fue muy entendible para los participantes.

CAPITULO IV

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y COSTOS

4.1. CRONOGRAMA

Tabla 1

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO: CAPACITACIÓN EN TEJIDO PLANO, FICHAS TÉCNICAS Y MARKETING DIGITAL AL GRUPO PAQU WILLMA DE LA PROVINCIA DE LAMPA - 2022																						
N°	Actividad/Semana	Julio		Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre				Dic.	Responsable	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		20
1	Revisión y estudio de la página web																					Equipo
2	Apertura y capacitación en marketing digital																					Equipo
3	Diseño y construcción del telar artesanal																					Equipo
4	Sesión de fotos																					Equipo
5	III Festival Ecomoda Turístico Lampa 2022																					Equipo
6	Actualización de la galería de la página web																				Equipo	
7	Primera capacitación en tejido plano																					Equipo
8	Desarrollo de catálogo de prendas																					Equipo
9	Segunda capacitación en tejido plano																				Equipo	
10	Capacitación en la elaboración de fichas técnicas																				Equipo	
11	Clausura del proyecto																				Equipo	
12	Elaboración y presentación de informe final																					Equipo

4.2. INFORME ECONÓMICO

Equipo de proyección social : ORIÓN
 Título del proyecto : CAPACITACIÓN EN TEJIDO PLANO,
 FICHAS TÉCNICAS Y MARKETING
 DIGITAL AL GRUPO PAQU WILLMA
 DE LA PROVINCIA DE LAMPA – 2022
 Fecha de inicio : 22/07/2022
 Fecha de finalización : 08/12/2022

N°	FECHA	COMPROBANTE		DETALLE DEL GASTO	IMPORTE S/.
		C/P	N°		
1	10/08/2022	Boleta de venta	BV - 000313	Peineta	S/ 65.00
2	11/08/2022	Boleta de venta	BV - 0003380	Fotocheck Acrílico	S/ 18.00
3	11/08/2022	Boleta de venta	BV - 0003380	Colgador de fotocheck	S/ 18.00
4	12/08/2022	Declaración jurada	001	bolsas de caramelo	S/ 10.00
				paquetes de gaseosa	S/ 24.00
				bolsas de empanada	S/ 21.00
				Pasaje a la ciudad de Lampa	S/ 54.00
5	28/08/2022	Declaración jurada	002	Impresión	S/ 1.70
				Folder	S/ 1.00
				Portadiscos	S/ 0.50
				CD	S/ 1.00
6	2/09/2022	Boleta de venta	BA52 - 00080276	Jugos	S/ 16.00
7	3/09/2022	declaración jurada	003	Paquete vasos descartables	S/ 2.00
				caja de galletas mascotas	S/ 17.00
				pilas	S/ 16.00
				paquetes de bolsitas de plástico	S/ 3.50
				pasajes a la ciudad de Lampa	S/ 54.00
				Pasaje de modelos	S/ 12.00
8	10/09/2022	Declaración jurada	4	Madera	S/ 22.00
9	16/09/2022	Declaración jurada	005	Kilo de Alambre 4 mm	S/ 12.00
				Plancha PVC 32x45 cm	S/ 35.00
				Plancha PVC 9x40 cm	S/ 18.00
				Elásticos de hule	S/ 10.00
				caja de armellas	S/ 8.00

10	21/09/2022	Declaración jurada	006	Impresión	S/	2.00
				Folder	S/	1.00
				Portadiscos	S/	0.50
				CD	S/	1.00
				DVD	S/	1.00
11	25/09/2022	Declaración jurada	007	Bolsitas de bicarbonato	S/	2.00
				pegamento	S/	4.00
				rollos de cinta roja	S/	9.00
				cinta de embalaje color amarillo	S/	4.00
				cinta de embalaje	S/	4.00
				pasajes a la ciudad de Lampa	S/	54.00
				Pasaje, pareja de baile	S/	6.00
12	25/09/2022	Boleta de venta	BV - 0001616	Alquiler de traje de baile	S/	70.00
13	6/10/2022	Declaración jurada	008	Impresión	S/	5.00
				Folder	S/	1.00
				Portadiscos	S/	0.50
				CD	S/	1.00
				DVD	S/	1.00
14	8/10/2022	Declaración jurada	009	Pernos 1/4 x 3"	S/	12.00
				Aut. tornillos N5 x 60	S/	8.00
				Aut. tornillos N5 x 30	S/	1.80
				Aut. tornillos N5 x 40	S/	3.20
				Tornillos M5 x 30	S/	12.00
15	19/10/2022	Declaración jurada	010	Impresión	S/	2.00
				Folder	S/	1.00
				Portadiscos	S/	0.50
				CD	S/	1.00
				DVD	S/	1.00
16	24/10/2022	Declaración jurada	011	Cáñamo 100 g	S/	7.00
				Cinta 2 x 2 1.5 m	S/	10.00
				Torneado	S/	20.00
				Cordel 8m	S/	8.00
				Tubo de Aluminio 8 mm x 20 cm	S/	2.00
				Soporte Metálico	S/	10.00
17	2/11/2022	Declaración jurada	012	Pago mano de obra telar	S/	350.00
18	11/11/2022	Declaración jurada	013	Paquete de vasos	S/	2.50
				Paquete de dulces	S/	6.50
				papel de colores A4	S/	5.00
				cartoneta	S/	6.00
				caja de cartón	S/	1.50

				ovillos de lana	S/ 4.00
				paquete agujas punta roma	S/ 3.50
				cinta de embalaje	S/ 1.00
19	13/11/2022	Declaración jurada	014	Almuerzo	S/ 63.00
				Pasaje a la ciudad de Lampa	S/ 54.00
				Pasaje en micro	S/ 36.00
20	19/11/2022	Declaración jurada	015	ovillos de lana	S/ 20.00
				Agujas de galga 7	S/ 2.00
21	20/11/2022	Declaración jurada	016	Almuerzo	S/ 63.00
				Pasaje a la ciudad de Lampa	S/ 54.00
				Pasaje en micro	S/ 36.00
				refrigerio	S/ 36.00
22	26/11/2022	Declaración jurada	017	Paquete de vasos de Tecnopor	S/ 8.50
				Chocolate	S/ 4.50
				cartoneta	S/ 2.00
				Azúcar	S/ 4.00
				Canela	S/ 2.00
				Panetón	S/ 80.00
				Hojas de colores A4	S/ 1.00
23	27/11/2022	Declaración jurada	018	Chocolate	S/ 4.50
				Refrigerio	S/ 27.00
				tarros de leche	S/ 10.50
				Almuerzo	S/ 63.00
				Pasaje a la ciudad de Lampa	S/ 54.00
24	25/11/2022	declaración jurada	019	Actualización página web	S/ 200.00
TOTAL					S/ 1,911.20



 José Luis Luque Larico
Presidente



 Betsy Ruth Chocano Vilavila
Tesorera

Juliaca, 15 de diciembre del 2022

CONCLUSIONES

Se ha capacitado satisfactoriamente en marketing digital al “Grupo Paqu Willma”, con lo que logramos fortalecer sus capacidades en el manejo de los medios digitales para que puedan promocionar y vender los productos que elaboran.

Se ha construido un telar artesanal el cual es una herramienta clave para el mejor entendimiento de las artesanas acerca de las características y la formación del tejido plano. Por medio de esta capacitación se logró la elaboración de chalinas.

Las artesanas del “Grupo Paqu Willma” conocen los aspectos básicos sobre la elaboración de fichas técnicas de sus productos que corresponde a la realización de una ficha comercial, así también se les enseñó a elaborar una ficha de exportación que facilitará brindar la información necesaria del producto para la venta.

Finalmente, se actualizó la página web del “Grupo Paqu Willma”, con la sesión de fotos realizada de las nuevas prendas, con la sesión de fotos también se elaboró un catálogo de prendas.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que se pueda seguir dando capacitaciones en marketing digital a los artesanos del “Grupo Paqu Willma” con el fin de que puedan actualizarse constantemente a las nuevas tendencias y métodos de marketing digital.

Recomendamos al “Grupo Paqu Willma” poner en práctica todo lo aprendido durante la capacitación realizada por el grupo “Orión”, para afianzar los conocimientos adquiridos.

Se recomienda que otros grupos de proyección social de la Escuela Profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones de la Universidad Nacional de Juliaca trabajen con el “Grupo Paqu Willma” para así continuar con el trabajo conjunto entre artesanos y estudiantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Araque Geney, E. A. (2021). Marketing digital como estrategia de posicionamiento para el comercio artesanal. *Docentes*, 17, 37–46. <https://revistas.cun.edu.co/index.php/negonotas/article/view/764>
- Chiavenato, I. (2001). *Administración de recursos humanos*. https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf
- Dugotex. (2021). *Instructivo De Manejo Formato Poka Yoke Para Prefichas* (pp. 1–18).
- Leon Santa cruz, P. M. (2021). *Marketing digital para incrementar la comercialización de productos artesanales de la asociación de artesanos Llampayec, Lambayeque–2021*. [https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10023/Leon Santa Cruz%2C Pilar %26 Perez Vigo%2C Rut.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10023/Leon_Santa_Cruz%2C_Pilar_%26_Perez_Vigo%2C_Rut.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mamani Huacani, Z. L. (2019). *Propuesta de prototipo con plataforma Ocommerce para promoción de productos de Artesanía Textil de las Microempresas de Artesanías de Tejido del Distrito de Juliaca – 2019*. [http://repositorio.uancv.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UANCV/4104/PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uancv.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UANCV/4104/PROYECTO_DE_INVESTIGACIÓN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Núñez, F. (2023). *Tejido Plano*. Scribd. <https://es.scribd.com/presentation/139996435/Tejido-Plano#>
- Ramirez, P. (2010). *Tipos de telares*. Artesanias Blog Sobre Artesanias y Manualidades. <https://artesanias.name/tipos-de-telares/>
- Sosa, J., Caro, C., & Zúñiga, M. (2022). ¿ Qué Es El Marketing Digital Y Cuáles Son Las Tendencias Para El 2022 ? Boletín - 2021. *Escuela Profesional de Ingeniería Comercial*, 19. <https://www.ucsm.edu.pe/wp-content/uploads/2021/11/Qué-es-el-marketing-digital-y-cuáles-son-las-tendencias-para-el-2022.pdf>
- Valdivia, M. (2018). La capacitación en la gestión del talento humano. In *Upagu*. [http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/886/TRABAJO DE INVESTIGACIÓN - Valdivia.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/886/TRABAJO_DE_INVESTIGACIÓN_-_Valdivia.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Yóplac Valqui, I. (2019). Propuesta del marketing digital para mejorar la comercialización de la asociación Yachay Ñaupá. In *Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza - UNTRM*. <http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/2282>

ANEXOS

Anexo 1

Constancias de conformidad de asesores

Constancia de conformidad del asesor sobre informe final

Yo, Roxana Tacuri Robles; identificada con DNI N°40799794; adscrita a la Escuela Profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones; doy fe que el informe final presentado por el equipo de proyección social "Orión", es conforme, han cumplido al 100 % con lo programado en el proyecto denominado "Capacitación en tejido plano, fichas técnicas y marketing digital al grupo "Paqu Willma" de la Provincia de Lampa - 2022", y que los gastos realizados se ajustan a la verdad, por lo que firmó al reverso de cada comprobante de pago.

Atentamente.



Roxana Tacuri Robles

DNI N° 40799794

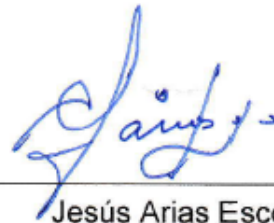


Juliaca, 16 de diciembre del 2022

Constancia de conformidad del asesor sobre informe final

Yo, Jesús Arias Escobar; identificado con DNI N° 02059383; adscrito a la Escuela Profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones; doy fe que el informe final presentado por el equipo de proyección social "Orión", es conforme, han cumplido al 100 % con lo programado en el proyecto denominado "Capacitación en tejido plano, fichas técnicas y marketing digital al grupo "Paqu Willma" de la Provincia de Lampa - 2022", y que los gastos realizados se ajustan a la verdad, por lo que firmó al reverso de cada comprobante de pago.

Atentamente.



Jesús Arias Escobar

DNI N° 02059383



Juliaca, 16 de diciembre del 2022

Anexo 2

Constancia de conformidad del Grupo Paqu Willma

CONSTANCIA DE CONFORMIDAD

La representante del GRUPO PAQU WILLMA, deja constancia que:

Que, el Grupo Orión de Proyección Social de la Universidad Nacional de Juliaca, ha cumplido satisfactoriamente con el proyecto denominado "CAPACITACIÓN EN TEJIDO PLANO, FICHAS TÉCNICAS Y MARKETING DIGITAL AL GRUPO PAQU WILLMA DE LA PROVINCIA DE LAMPA – 2022", que tuvo una duración de cuatro meses con 20 días donde nos impartieron sus conocimientos en tejido plano, fichas técnicas y marketing digital, no solo a nivel teórico sino también a nivel práctico.

Agradecemos a los estudiantes por compartir su aprendizaje profesional en servicio a nuestra comunidad.

Lampa, 02 de diciembre de 2022




Guadalupe Machaca Huayta
REPRESENTANTE DE GRUPO
PAQU WILLMA

Anexo 3

Comprobantes de pago, por actividad

Elaboración del telar artesanal

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo José Luis Luyque Larico, con DNI: 93067068
 desempeñando el cargo de Presidente, declaro **BAJO JURAMENTO**
 haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y
 otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 08 - 10 - 2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
6	Pernos 3/4 x 3"	2.00	12.00
16	Aut. Tornillos N5 x 60	0.50	8.00
6	Aut. Tornillos N5 x 30	0.30	1.80
8	Aut. Tornillos N5 x 40	0.40	3.20
30	Tornillos M5 x 30	0.40	12.00
TOTAL SI:			37.00

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la
 presente Declaración Jurada por el importe total de \$: 37.00

[Firma Asesor] Asesor V.B. 40749794
[Firma Presidente] Presidente DNI: 93067068

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo José Luis Luyque Larico, con DNI: 93067068
 desempeñando el cargo de Presidente, declaro **BAJO JURAMENTO**
 haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y
 otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 16 - 09 - 2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Kilo de alambre 4mm	12.00	12.00
1	Plancha PVC 32 x 45cm	35.00	35.00
1	Plancha PVC 9 x 40cm	18.00	18.00
1	Elasticoes de hule	2.50	10.00
1	Caja de arandelas	8.00	8.00
TOTAL SI:			83.00

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la
 presente Declaración Jurada por el importe total de \$: 83.00

[Firma Asesor] Asesor V.B. 40749794
[Firma Presidente] Presidente DNI: 93067068

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, Betsy Ruth Chocano Vilguba, con DNI: 32990939,
 desempeñando el cargo de Tesorera, declaro **BAJO JURAMENTO**
 haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y
 otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 03-09-2022.

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Paquete vasos desechables	2.00	2.00
1	Caja de Galletas Mascoritas	37.00	37.00
1	Pilas	16.00	16.00
1	Bolitas de plastico	3.50	3.50
9	Pasajes	6.00	54.00
2	Pasaje de modelos	6.00	12.00
TOTAL S/.			104.50

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de S/ 104.50.

 Asesor V.B. 40999794
 Presidente DNI: 43067068

Sesión de fotos

PLAZA VEA - COMPANIA FOOD RETAIL S.A.C.
 RUC: 2080200393 - Morillo 101 PUNTO
 Lima - San Borja
 BOLETA DE VENTA ELECTRÓNICA
 B452-00080276

CALERO : ZOB
 7750162007263 FINAS N. BLOI 5.39
 7750162007429 FRU PUNCH 3L 5.99
 6024474075660 FRUTA CITRUS 3.99
 SUBTOTAL S/ 15.97
 DEDUCCIONES

I.G.V. 15.97
 IMPORTE TOTAL S/ 2.43
 TOTAL A PAGAR S/ 15.97
 MONEDA: Y. 97/100 DOL. 15.97
 MONEDA: S. 032/100000000 159.70
 MONEDA: S. 032/100000000 159.70
 MONEDA: S. 032/100000000 159.70

Autorizado mediante Resolución N.º 018065000761/SUNAT Representación impresa de la boleta de venta electrónica consulte su documento en www.plazavea.com.pe
 DNI: 70127744
 CLIENTE: CLIENTE

8014 0147/04.088 02/09/22 17:10 MC-00
 80140147040880209221710MC00

III Festival Ecomoda Turístico - Lampa 2022

PALACIO DE TRAJES "QUELLA"
 De Quito Zapana Anaco
 OFRECE A SU DISTINGUIDA CUENTELA ALQUILER Y VENTA DE TRAJES AUTÓCTONOS Y MESTIZOS DE LAS 3 REGIONES DEL PERÚ TAMBIÉN DISFRACES DE ANIMALITOS, CHARROS, MARINERAS, FRUITAS, CANTANTES ETC.
 JR. GONZALES PRADA N.º 545, CARRIO TURPA, TAYANAN, AS. SINDICATISTAS JULIACA - SAN ROMÁN - PUNO

RUC. 10024372813
BOLETA DE VENTA
 001 - N° 0001616

Seniores: grupo Orión
 Dirección: DM
 FECHA: DIA 24 MES 09 AÑO 22

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
6	pollera linda		
1	Blusa bl.		
1	centro		
7	Sambora Juan y Juan		
1	par botines		
2	mantones		

Son: Seiscientos noventa y cinco Soles TOTAL S/ 70.00

Agradecemos su Preferencia
 CANCELADO

USUARIO

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, Betsy Ruth Chusano Vilavila, con DNI: 73590939, desempeñando el cargo de Tesora, declaro **BAJO JURAMENTO** haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 15-09-2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Pasaje a la Ciudad de Lampa	6.00	54.00
2	Botellitas de Bicarbonato	1.00	2.00
4	Pegamento	1.00	4.00
3	Rollos de Cinta Roja	3.00	9.00
1	Cinta de embalaje de color amarillo	4.00	4.00
1	Cinta de embalaje	4.00	4.00
1	Pasaje pareja de baile	6.00	6.00
	TOTAL S/		83.00

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de S/ 83.00

[Firma] Asesor V.B. 40199794

[Firma] Asesor V.B. 40199794

[Firma] Presidente DNI: 43067068

Primera capacitación en tejido plano

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, Luz Lucy Lopez Lopez, con DNI: 43067068
 desempeñando el cargo de Presidente, declaro **BAJO JURAMENTO**
 haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y
 otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 11-11-2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Paquete de vasos	2.50	2.50
1	Paquete de dulces	6.50	6.50
50	Papel de colores A4	0.10	5.00
4	Cartoneta	1.50	6.00
1	Caja de cartón	1.50	1.50
4	Ovillos de lana	1.00	4.00
1	Paquete de agujas punta roma	3.50	3.50
TOTAL S/:			29.00

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de S/ 29.00.

 Asesor
 Presidente
 V.B. V.B.
 DNI: 43067068 DNI: 43067068

40799794

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, Betsy Ruth Chocano Vilavila, con DNI: 73590939
 desempeñando el cargo de Tesorera, declaro **BAJO JURAMENTO**
 haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y
 otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 13-11-2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Cinta de embalaje	1.00	1.00
9	Almuerzo	7.00	63.00
9	Pasaje a la ciudad de Tarma	6.00	54.00
9	Pasaje en micro	4.00	36.00
TOTAL S/:			154.00

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de S/ 154.00.

 Asesor
 Presidente
 V.B. V.B.
 DNI: 43067068 DNI: 43067068

40799794

Segunda capacitación en tejido plano

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, Betsy Ruth Chocano Utaula, con DNI: 73590939, desempeñando el cargo de Tejedor, declaro BAJO JURAMENTO haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 20-11-2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
9	Almuerzo	7.00	63.00
9	Pasaje a la ciudad de Lampa	6.00	54.00
9	Pasaje en micro	4.00	36.00
9	Refrigerio	4.00	36.00
TOTAL SI.			189.00

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de S/ 189.00.

 Asesor V.B. 40799794
 Presidente DNI: 93067068



DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, José Luis Luque Larico, con DNI: 93067068, desempeñando el cargo de Presidente, declaro BAJO JURAMENTO haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 19-11-2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
4	Ovillos de lana	5.00	20.00
2	Agujas goba 7	1.00	2.00
TOTAL SI.			22.00

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de S/ 22.00.

 Asesor V.B. 40799794
 Presidente DNI: 93067068

Capacitación en fichas técnicas y clausura

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, José Luis López Larico, con DNI: 73067068 desempeñando el cargo de Presidente, declaro BAJO JURAMENTO haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 26 - 11 - 2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Paquete de vasos de teapour	8.50	8.50
1	Chocolate	4.50	4.50
1	Carbonata	2.00	2.00
1	Kilo de Azúcar	4.00	4.00
2	Canela	1.00	2.00
4	Paneton	20.00	80.00
10	Hojes de colores A4	0.10	1.00
TOTAL S/.			102.00

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de S/ 102.00.

 Asesor V.B.
 Presidente DNI: 73067068

40199994

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, Betsy Ruth Chocano Vilavila, con DNI: 73590994 desempeñando el cargo de Tesorera, declaro BAJO JURAMENTO haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 27 - 11 - 2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Chocolate	4.50	4.50
9	Refrigerio	3.00	27.00
3	Tarros de leche	3.50	10.50
9	Almuerzo	7.00	63.00
9	Pasaje a la ciudad de Lampa	6.00	54.00
TOTAL S/.			159.00

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de S/ 159.00.

 Asesor V.B.
 Presidente DNI: 73067068

40199994

Presentación de informes

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, Jose Luis Lopez Larico con DNI: 43067068
 desempeñando el cargo de Presidente, declaro BAJO JURAMENTO
 haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y
 otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 20-06-2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Impresión - Levantamiento de observaciones	5.00	5.00
1	Folder	1.00	1.00
1	Portadicos	0.50	0.50
1	CD	1.00	1.00
TOTAL \$:			7.50

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de \$ 7.50

 Asesor V.B. 40799794
 Presidente DNI: 43067068

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, Jose Luis Lopez Larico con DNI: 43067068
 desempeñando el cargo de Presidente, declaro BAJO JURAMENTO
 haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y
 otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 13-05-2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Impresión - inscripción de proyecto	3.50	3.50
1	Folder	1.00	1.00
1	Porta dicar	0.50	0.50
1	CD	1.00	1.00
TOTAL \$:			6.00

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de \$ 6.00

 Asesor V.B. 40799794
 Presidente DNI: 43067068

Presentación de informes

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, Jose Luis Luque Lario con DNI: 43067068 desempeñando el cargo de Presidente, declaro BAJO JURAMENTO haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 28-08-2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Impresión - informe de avance 20%	1.70	1.70
1	Folder	1.00	1.00
1	Portadiscos	0.50	0.50
1	CD	1.00	1.00
TOTAL SI.			4.20

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de \$ 4.20.

 Asesor V.B. 4079794

 Presidente DNI: 43067068

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, Jose Luis Luque Lario con DNI: 43067068 desempeñando el cargo de Presidente, declaro BAJO JURAMENTO haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 21-09-2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Impresión - Informe de avance 35%	2.00	2.00
1	Folder	1.00	1.00
1	Portadiscos	0.50	0.50
1	CD	1.00	1.00
1	DVD	1.00	1.00
TOTAL SI.			5.50

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de \$ 5.50.

 Asesor V.B. 4079794

 Presidente DNI: 43067068

Presentación de informes

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, José Luis Luque Lario, con DNI: 43067068, desempeñando el cargo de presidente, declaro BAJO JURAMENTO haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 6-10-2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Impresión - Informe de 50%	5.00	5.00
1	Folder	1.00	1.00
1	Portadiscos	0.50	0.50
1	CD	1.00	1.00
1	DVD	1.00	1.00
		TOTAL \$:	8.50

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de \$: 8.50


Asesor
V.B.


Asesor
V.B.


Presidente
DNI: 43067068

4079794

DECLARACIÓN JURADA DE GASTOS SIN COMPROBANTE

Yo, José Luis Luque Lario, con DNI: 43067068, desempeñando el cargo de presidente, declaro BAJO JURAMENTO haber utilizado el importe asignado para efectuar gastos de movilidad local, servicios y otros, de acuerdo al detalle siguiente:

FECHA: 19-10-2022

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	Impresión - Informe de avance de 55%	2.00	2.00
1	Folder	1.00	1.00
1	Portadiscos	0.50	0.50
1	CD	1.00	1.00
1	DVD	1.00	1.00
		TOTAL \$:	5.50

Al no haber obtenido comprobante de pago que sustente este egreso, se expide la presente Declaración Jurada por el importe total de \$: 5.50


Asesor
V.B.


Asesor
V.B.


Presidente
DNI: 43067068

4079794

Anexo 4

Conformidad del Grupo Paqu Willma, encuestas de satisfacción

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Fidelis Huayta*.....

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
 - a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
 - b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
 - c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
 - d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
 - a) Muy satisfecho
 - b) Satisfecho
 - c) Poco satisfecho
 - d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
 - a) Muy buena
 - b) Regular
 - c) Buena
 - d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
 - a) Nada receptivos
 - b) Poco receptivos
 - c) Muy receptivos
 - d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Cristóbal ype Yachaca Huayta*.....

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
 - a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
 - b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
 - c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
 - d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
 - a) Muy satisfecho
 - b) Satisfecho
 - c) Poco satisfecho
 - d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
 - a) Muy buena
 - b) Regular
 - c) Buena
 - d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
 - a) Nada receptivos
 - b) Poco receptivos
 - c) Muy receptivos
 - d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Nelora Sisona Quisocola Geda*.....

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
a) Muy satisfecho
b) Satisfecho
c) Poco satisfecho
d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
a) Muy buena
b) Regular
c) Buena
d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
a) Nada receptivos
b) Poco receptivos
c) Muy receptivos
d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Lucia Almonte Zapana*.....

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
a) Muy satisfecho
b) Satisfecho
c) Poco satisfecho
d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
a) Muy buena
b) Regular
c) Buena
d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
a) Nada receptivos
b) Poco receptivos
c) Muy receptivos
d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: Yuki Surco Lima.....

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
a) Muy satisfecho
b) Satisfecho
c) Poco satisfecho
d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
a) Muy buena
b) Regular
c) Buena
d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
a) Nada receptivos
b) Poco receptivos
c) Muy receptivos
d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: Sirita Córdova Tola.....

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
a) Muy satisfecho
b) Satisfecho
c) Poco satisfecho
d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
a) Muy buena
b) Regular
c) Buena
d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
a) Nada receptivos
b) Poco receptivos
c) Muy receptivos
d) Extremadamente receptivos

Handwritten signature

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Santuzza Lima Ramos*

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?

- a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
- b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
- c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
- d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades

2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Poco satisfecho
- d) Nada satisfecho

3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?

- a) Muy buena
- b) Regular
- c) Buena
- d) Mala

4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?

- a) Nada receptivos
- b) Poco receptivos
- c) Muy receptivos
- d) Extremadamente receptivos

Handwritten signature

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Victoria Linares Almonte*

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?

- a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
- b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
- c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
- d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades

2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Poco satisfecho
- d) Nada satisfecho

3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?

- a) Muy buena
- b) Regular
- c) Buena
- d) Mala

4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?

- a) Nada receptivos
- b) Poco receptivos
- c) Muy receptivos
- d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Maria Condori Apaza*

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
 b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
a) Muy satisfecho
b) Satisfecho
 c) Poco satisfecho
d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
a) Muy buena
b) Regular
 c) Buena
d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
a) Nada receptivos
b) Poco receptivos
c) Muy receptivos
 d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Hilda Casillo Quispe*

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
 a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
 a) Muy satisfecho
b) Satisfecho
c) Poco satisfecho
d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
a) Muy buena
b) Regular
 c) Buena
d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
a) Nada receptivos
b) Poco receptivos
 c) Muy receptivos
d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Nery Leon Turo*.....

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
 - a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
 - b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
 - c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
 - d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
 - a) Muy satisfecho
 - b) Satisfecho
 - c) Poco satisfecho
 - d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
 - a) Muy buena
 - b) Regular
 - c) Buena
 - d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
 - a) Nada receptivos
 - b) Poco receptivos
 - c) Muy receptivos
 - d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Hermelinda Mamani Apaza*.....

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
 - a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
 - b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
 - c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
 - d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
 - a) Muy satisfecho
 - b) Satisfecho
 - c) Poco satisfecho
 - d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
 - a) Muy buena
 - b) Regular
 - c) Buena
 - d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
 - a) Nada receptivos
 - b) Poco receptivos
 - c) Muy receptivos
 - d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Virginia M. Habanoca Vilca*

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
 SI, es exactamente lo que necesitábamos
b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
 Muy satisfecho
b) Satisfecho
c) Poco satisfecho
d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
 Muy buena
b) Regular
c) Buena
d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
a) Nada receptivos
b) Poco receptivos
 Muy receptivos
d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Zorodora Ceila*

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
 SI, es exactamente lo que necesitábamos
b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
a) Muy satisfecho
 Satisfecho
c) Poco satisfecho
d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
 Muy buena
b) Regular
c) Buena
d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
a) Nada receptivos
b) Poco receptivos
 Muy receptivos
d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Lily Delia Hamari Valero*

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
 - a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
 - b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
 - c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
 - d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
 - a) Muy satisfecho
 - b) Satisfecho
 - c) Poco satisfecho
 - d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
 - a) Muy buena
 - b) Regular
 - c) Buena
 - d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
 - a) Nada receptivos
 - b) Poco receptivos
 - c) Muy receptivos
 - d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Fátima Cruz Almonte*

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
 - a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
 - b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado
 - c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
 - d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
 - a) Muy satisfecho
 - b) Satisfecho
 - c) Poco satisfecho
 - d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
 - a) Muy buena
 - b) Regular
 - c) Buena
 - d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
 - a) Nada receptivos
 - b) Poco receptivos
 - c) Muy receptivos
 - d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Hania Saxton*.....*De: SPC*.....*Mocon*.....

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
 - a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
 - b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado**
 - c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
 - d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
 - a) Muy satisfecho
 - b) Satisfecho**
 - c) Poco satisfecho
 - d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
 - a) Muy buena
 - b) Regular**
 - c) Buena
 - d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
 - a) Nada receptivos
 - b) Poco receptivos
 - c) Muy receptivos**
 - d) Extremadamente receptivos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

NOMBRE: *Haysi Arbed*.....*Huancu*.....*Holanuca*.....

1. ¿Consideras que la capacitación en marketing digital y redes sociales les ha servido de algo en su conocimiento?
 - a) SI, es exactamente lo que necesitábamos
 - b) En general si, aunque había partes que era muy avanzado**
 - c) En general si, pero algunas partes eran muy básicas
 - d) No, no se adaptaba a nuestras necesidades
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la primera capacitación en tejido plano?
 - a) Muy satisfecho
 - b) Satisfecho**
 - c) Poco satisfecho
 - d) Nada satisfecho
3. ¿Como calificaría la segunda capacitación en tejido plano?
 - a) Muy buena
 - b) Regular
 - c) Buena**
 - d) Mala
4. ¿Qué tan respectivo ha sido la capacitación en la elaboración de fichas técnicas?
 - a) Nada receptivos
 - b) Poco receptivos
 - c) Muy receptivos
 - d) Extremadamente receptivos**

Anexo 5

Conformidad de autoridades, Diplomas

CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO

Se concede a:

RENATO BARREDA ALVAREZ

Por su valiosa colaboración, responsabilidad y profesionalismo demostrado en el desempeño de sus funciones.

Su ardua y excelente labor ha contribuido a las metas y objetivos alcanzados en nuestro grupo Paqu Willma, por el periodo del 01 agosto hasta 27 noviembre del 2022



Asociación Agraria del
Departamento de Lambayeque
Dpto. Lambayeque
DNI: 10149014
PRESIDENTE

Paqu Willma
Gerente General
REPRESENTANTE DE GRUPO
PAQU WILLMA

Asociación Agraria del
Departamento de Lambayeque
Dpto. Lambayeque
DNI: 02172020
PRESIDENTE
Diego Machuca Huayta

Asociación Agraria del
Departamento de Lambayeque
Dpto. Lambayeque
DNI: 02172020
PRESIDENTE
Diego Machuca Huayta

CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO

Se concede a:

JULISSA VERONICA CHAMBI ROCA

Por su valiosa colaboración, responsabilidad y profesionalismo demostrado en el desempeño de sus funciones.

Su ardua y excelente labor ha contribuido a las metas y objetivos alcanzados en nuestro grupo Paqu Willma, por el periodo del 01 agosto hasta 27 noviembre del 2022



[Signature]
MÉTRA S. QUISPELA OYOLA
DNI. 46999090
PRESIDENTA



[Signature]
Yuli Surco Lima
DNI. 70140014
PRESIDENTA

[Signature]
Paqu Willma
Gardelupé Mechaca Huayta
REPRESENTANTE DE GRUPO
PAQU WILLMA

[Signature]
Asociación Agrícola y Agropecuaria
CAMELIDOS ANDINOS
ALTOURUBURUMAY LAMPA
Diego Machaca Huayta
DNI. 02172020
PRESIDENTE

CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO

Se concede a:

KATHERINE DEYSI CHIRA SALAZAR

*Por su valiosa colaboración, responsabilidad y profesionalismo demostrado en el desempeño de sus funciones.
Su ardua y excelente labor ha contribuido a las metas y objetivos alcanzados en nuestro grupo Paqu Willma, por el periodo del 01 agosto hasta 27 noviembre del 2022*



[Signature]
Dña. **Chiracela Ojeda**
DNI. 40993900
PRESIDENTE



[Signature]
Dña. **Suzco Lima**
DNI. 70140015
PRESIDENTA



[Signature]
Guadalupe Machuca Baeza
REPRESENTANTE DE GRUPO
PAQU WILLMA



ASOCIACIÓN DE CONTADORES
DE LA REGIÓN CALLAO
ALTO TAMAYUNA LARREA
[Signature]
Diego Machuca Huayta
DNI. 02172020
PRESIDENTE

[Signature]

CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO

Se concede a:

BETSY RUTH CHOCANO VILA VILA

Por su valiosa colaboración, responsabilidad y profesionalismo demostrado en el desempeño de sus funciones.

Su ardua y excelente labor ha contribuido a las metas y objetivos alcanzados en nuestro grupo Paqu Willma, por el periodo del 01 agosto hasta 27 noviembre del 2022

ASOCIACION AGROPECUARIO
CAMBELLON ANANIAS
ALTOSORAMUNALAHUA

Diego Machaca Huamani
DNI: 023 220230
PERU 1976 2017

Paqu Willma
Baudilio Machaca Huamani
REPRESENTANTE DE GRUPO
PAQU WILLMA

Dr. Surco Lima
DNI: 70140014
PERU 2014



Walter S. Chacacón Ordoñez
DNI: 84000000
PRESIDENTE



CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO

Se concede a:

LUCERO ERIKA CONDORI QUISPE

Por su valiosa colaboración, responsabilidad y profesionalismo demostrado en el desempeño de sus funciones.

Su ardua y excelente labor ha contribuido a las metas y objetivos alcanzados en nuestro grupo Paqu Willma, por el periodo del 01 agosto hasta 27 noviembre del 2022



GRUPO AGRARIO
PAQU WILLMA
CALLE 1001-4001A
PUEBLO
PAQU WILLMA



GRUPO AGRARIO
PAQU WILLMA
CALLE 1001-4001A
PUEBLO
PAQU WILLMA

GRUPO AGRARIO
PAQU WILLMA
CALLE 1001-4001A
PUEBLO
PAQU WILLMA

GRUPO AGRARIO
PAQU WILLMA
CALLE 1001-4001A
PUEBLO
PAQU WILLMA

GRUPO AGRARIO
PAQU WILLMA
CALLE 1001-4001A
PUEBLO
PAQU WILLMA

GRUPO AGRARIO
PAQU WILLMA
CALLE 1001-4001A
PUEBLO
PAQU WILLMA

GRUPO AGRARIO
PAQU WILLMA
CALLE 1001-4001A
PUEBLO
PAQU WILLMA

GRUPO AGRARIO
PAQU WILLMA
CALLE 1001-4001A
PUEBLO
PAQU WILLMA

GRUPO AGRARIO
PAQU WILLMA
CALLE 1001-4001A
PUEBLO
PAQU WILLMA

GRUPO AGRARIO
PAQU WILLMA
CALLE 1001-4001A
PUEBLO
PAQU WILLMA

GRUPO AGRARIO
PAQU WILLMA
CALLE 1001-4001A
PUEBLO
PAQU WILLMA

CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO

Se concede a:

JOSE LUIS LUQUE LARICO

Por su valiosa colaboración, responsabilidad y profesionalismo demostrado en el desempeño de sus funciones.

Su ardua y excelente labor ha contribuido a las metas y objetivos alcanzados en nuestro grupo Paqu Willma, por el periodo del 01 agosto hasta 27 noviembre del 2022



Manuel Quispe Oyola
DNI: 70140014
PRESIDENTE



Luis P.
Dyula Suroco Lima
DNI: 70140014
PRESIDENTE

Paqu Willma
Instituto Agrario
REPRESENTANTE DE GRUPO
PAQU WILLMA



ASOCIACION AGROPECUARIA
DEL DISTRITO DE PAQU WILLMA
Dyula Suroco Lima
DNI: 02172020
PRESIDENTE

CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO

Se concede a:

DANNY MARIBEL MAMANI MONTOYA

Por su valiosa colaboración, responsabilidad y profesionalismo demostrado en el desempeño de sus funciones.

Su ardua y excelente labor ha contribuido a las metas y objetivos alcanzados en nuestro grupo Paqu Willma, por el periodo del 01 agosto hasta 27 noviembre del 2022



Diego Machaca Huayta
DNI. 02122020
PRESIDENTE



Paqu Willma
Sindicato Agrario Huayta
REPRESENTANTE DE GRUPO
PAQU WILLMA

Paqu Willma
Sindicato Agrario Huayta
REPRESENTANTE DE GRUPO
PAQU WILLMA

ASOCIACIÓN AGRARIA
CAMPELLENSE ANONIMO
ALTOURABUENA LAMPA
Diego Machaca Huayta
DNI. 02122020
PRESIDENTE

CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO

Se concede a:

JHENNIFER MANSILLA QUISPE

Por su valiosa colaboración, responsabilidad y profesionalismo demostrado en el desempeño de sus funciones.
Su ardua y excelente labor ha contribuido a las metas y objetivos alcanzados en nuestro grupo Paqu Willma, por el periodo del 01 agosto hasta 27 noviembre del 2022

Paqu Willma

Gisela Lopez Machaca Hoyos
REPRESENTANTE DE GRUPO
PAQU WILLMA

ASOCIACIÓN AGRICULTORA
CAMELLOS ANDINO
ACTORUMAYUWA LAMA
Diego Machaca Huaylla
DNI: 02172020

Diego Machaca
Diego Machaca Huaylla
DNI: 02172020
PRESIDENTE

Diego Machaca
Diego Machaca Huaylla
DNI: 02172020
PRESIDENTE

Diego Machaca
Diego Machaca Huaylla
DNI: 02172020
PRESIDENTE

CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO

Se concede a:

LILIANA DANITZA VALERIANO MAMANI

Por su valiosa colaboración, responsabilidad y profesionalismo demostrado en el desempeño de sus funciones.

Su ardua y excelente labor ha contribuido a las metas y objetivos alcanzados en nuestro grupo Paqu Willma, por el periodo del 01 agosto hasta 27 noviembre del 2022



Paqu Willma
Gustavo Machaca Huayta
REPRESENTANTE DE GRUPO
PAQU WILLMA

ASOCIACION AGROPECUARIO
AUTOTOMARUBA LARPA
Diego Macias Huayta
DNI: 02172020
PRESIDENTE



Anexo 6

Encuestas de la primera capacitación, marketing digital



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Yuli surco Lima

- ¿Conoce usted el significado de marketing?
 a. Si
 b. No
 c. Un poco
- ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
 a. Si
 b. No
 c. Un poco
- ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 a. Si
 b. Un poco
 c. No se
 d. No
- ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
 a. Una vez
 b. Más de una vez
 c. Nunca
- ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 a. Si
 b. Un poco
 c. No
- ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Rene Julio Otazu Rojas

- ¿Conoce usted el significado de marketing?
 a. Si
 b. No
 c. Un poco
- ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
 a. Si
 b. No
- ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 a. Si
 b. Un poco
 c. No se
 d. No
- ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
 a. Una vez
 b. Más de una vez
 c. Nunca
- ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 a. Si
 b. Un poco
 c. No
- ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1

MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Deysi Antonia Lima Ceari

- ¿Conoce usted el significado de marketing?
 - Si
 - No
 - Un poco
- ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
 - Si
 - No
 - Un poco
 - No se
 - No
- ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 - Si
 - Un poco
 - No se
 - No
- ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
 - Una vez
 - Mas de una vez
 - Nunca
- ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 - Si
 - Un poco
 - No
- ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 - Facebook
 - Instagram
 - Tik tok
 - WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1

MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Guadalupe Muchaca Huayta

- ¿Conoce usted el significado de marketing?
 - Si
 - No
 - Un poco
- ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
 - Si
 - No
- ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 - Si
 - Un poco
 - No se
 - No
- ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
 - Una vez
 - Mas de una vez
 - Nunca
- ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 - Si
 - Un poco
 - No
- ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 - Facebook
 - Instagram
 - Tik tok
 - WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Dina Coyle Nina

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
a. Una vez
b. Mas de una vez
c. Nunca
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Victoria Limachi Almonte

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
a. Una vez
b. Mas de una vez
c. Nunca
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1

MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: *Lucia Almonte España*

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
a. Una vez
b. Más de una vez
c. Nunca
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1

MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: *Lizbeth*

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
a. Una vez
b. Más de una vez
c. Nunca
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Norma Salazar Taipei

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
a. Una vez
b. Más de una vez
c. Nunca
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Nelvia Jimena Quisocola Geda

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
a. Una vez
b. Más de una vez
c. Nunca
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



ENCUESTA 1
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: *Virgínia M. Hahnoca Vilca*

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
a. Una vez
b. Mas de una vez
c. Nunca
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



ENCUESTA 1
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: *Zorodora Coifa*

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. No
4. ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
a. Una vez
b. Mas de una vez
c. Nunca
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Roxana Mirian Pari Ito

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
a. Una vez
b. Mas de una vez
c. Nunca
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Luz Marina Surco Lima

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
a. Una vez
b. Mas de una vez
c. Nunca
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 1
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: ROSALIA ZAPANA SURCO

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Ha utilizado las redes sociales o algún medio digital para vender algo?
a. Una vez
b. Más de una vez
c. Nunca
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Utiliza alguna red social? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: ROSALIA ZAPANA SURCO

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
 Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
 Si
b. No
c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Luz Marina Surco Lima

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
a. Si
b. No
c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Roxana Mirian Pari Ito

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
a. Si
b. No
c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Rene Julio OTAZU ROJAS

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
 a. Si
 b. No
 c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
 a. Si
 b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 a. Si
 b. Un poco
 c. No se
 d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
 a. Si
 b. No
 c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 a. Si
 b. Un poco
 c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Yuli Sorco Lima

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
 a. Si
 b. No
 c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
 a. Si
 b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 a. Si
 b. Un poco
 c. No se
 d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
 a. Si
 b. No
 c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 a. Si
 b. Un poco
 c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2

MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Lizbeth

1. ¿Conoce usted al significado de marketing?
 a. Si
 b. No
 c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
 a. Si
 b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 a. Si
 b. Un poco
 c. No se
 d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
 a. Si
 b. No
 c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 a. Si
 b. Un poco
 c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik Tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2

MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Lucia Almonte Zegana

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
 a. Si
 b. No
 c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
 a. Si
 b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 a. Si
 b. Un poco
 c. No se
 d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
 a. Si
 b. No
 c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 a. Si
 b. Un poco
 c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik Tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Victoria Limachi Almonte

1. ¿Conoció usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
a. Si
b. No
c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Dina Coyta Nina

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
a. Si
b. No
c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: *Isidoro Corilo*

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
 a. Si
b. No
c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: *Virginia M. Halaroca Vilca*

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
 a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
 a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
 a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
 a. Si
b. No
c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
 a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: *Nebria Simona Quisocola Geda*

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
a. Si
b. No
c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: *Norma Salazar Taipei*

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Si
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Si
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Si
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
a. Si
b. No
c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Si
b. Un poco
c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Guadalupe Machaca Huayta

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Sí
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Sí
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Sí
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
a. Sí
b. No
c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Sí
b. Un poco
c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
Escuela profesional de Ingeniería Textil y de Confecciones

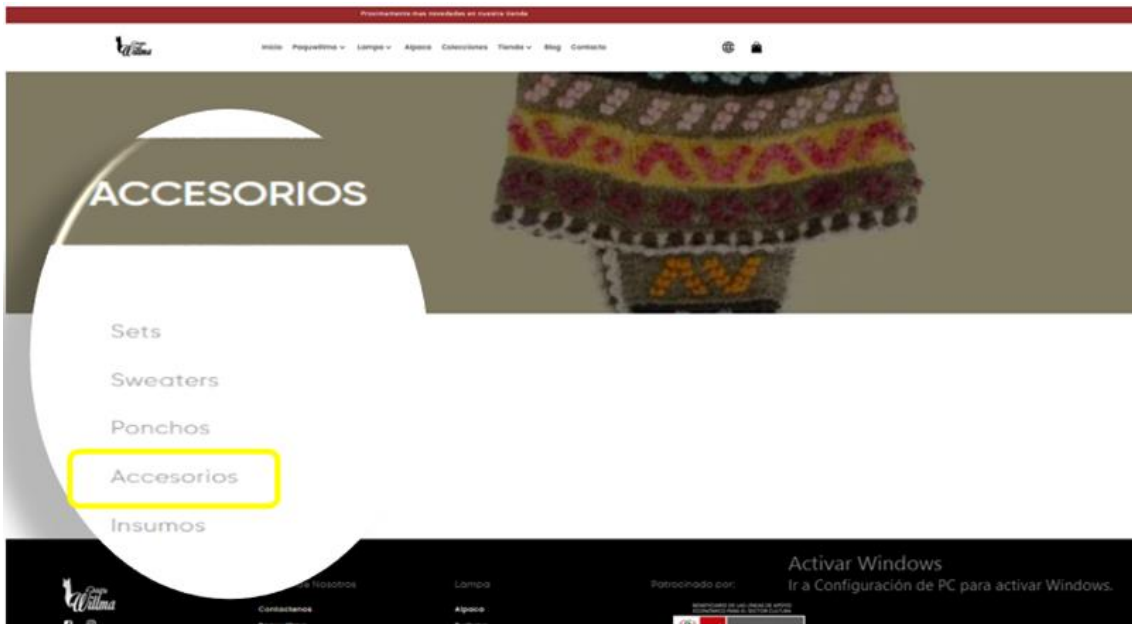
ENCUESTA 2
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Nombres: Dexsi Antonia Lima Ccari

1. ¿Conoce usted el significado de marketing?
a. Sí
b. No
c. Un poco
2. ¿Sabe usted acerca del marketing digital?
a. Sí
b. No
3. ¿Cree usted que el marketing digital realmente puede ayudar en su negocio?
a. Sí
b. Un poco
c. No se
d. No
4. ¿Utilizaría las redes sociales o algún medio digital para vender un producto?
a. Sí
b. No
c. Tal vez
5. ¿Según su opinión, las redes sociales son una buena alternativa para promocionar sus productos?
a. Sí
b. Un poco
c. No
6. ¿Qué red social emplearía para promocionar sus productos? (puede marcar más de una opción)
 Facebook
 Instagram
 Tik tok
 WhatsApp

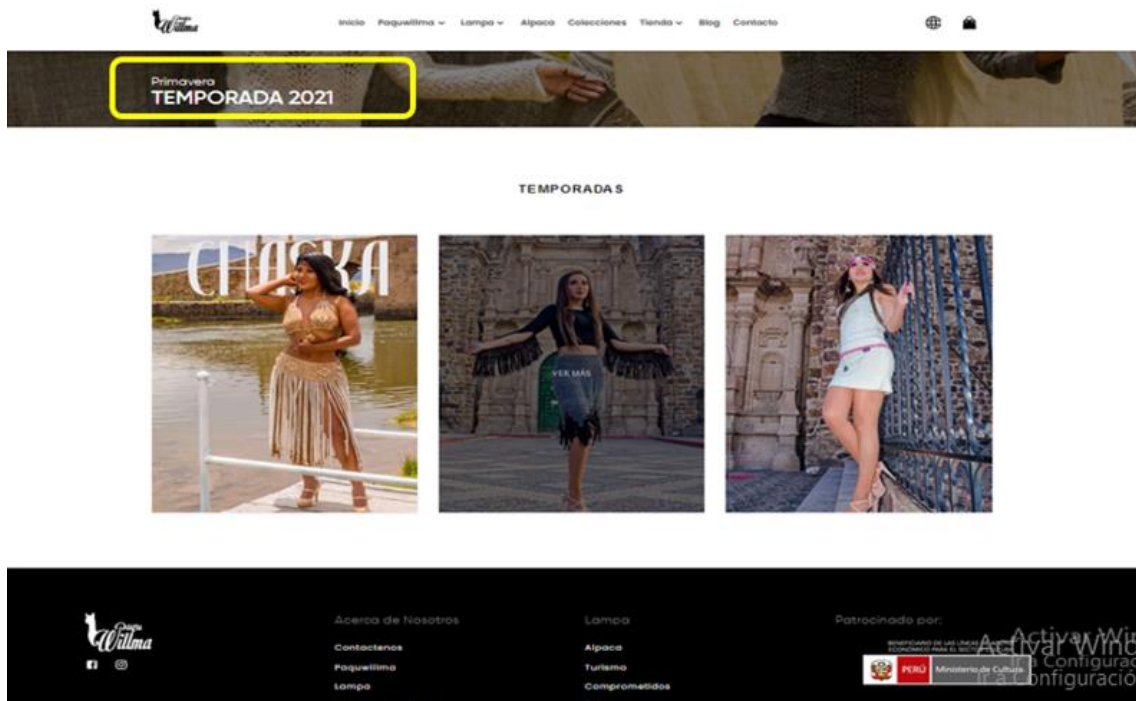
Anexo 7

Imagen de actividad 1. Revisión de página web, Accesorios



Anexo 8

Imagen de actividad 1. Revisión de página web, temporadas



Anexo 9

Fotografía de actividad 2. Apertura del proyecto



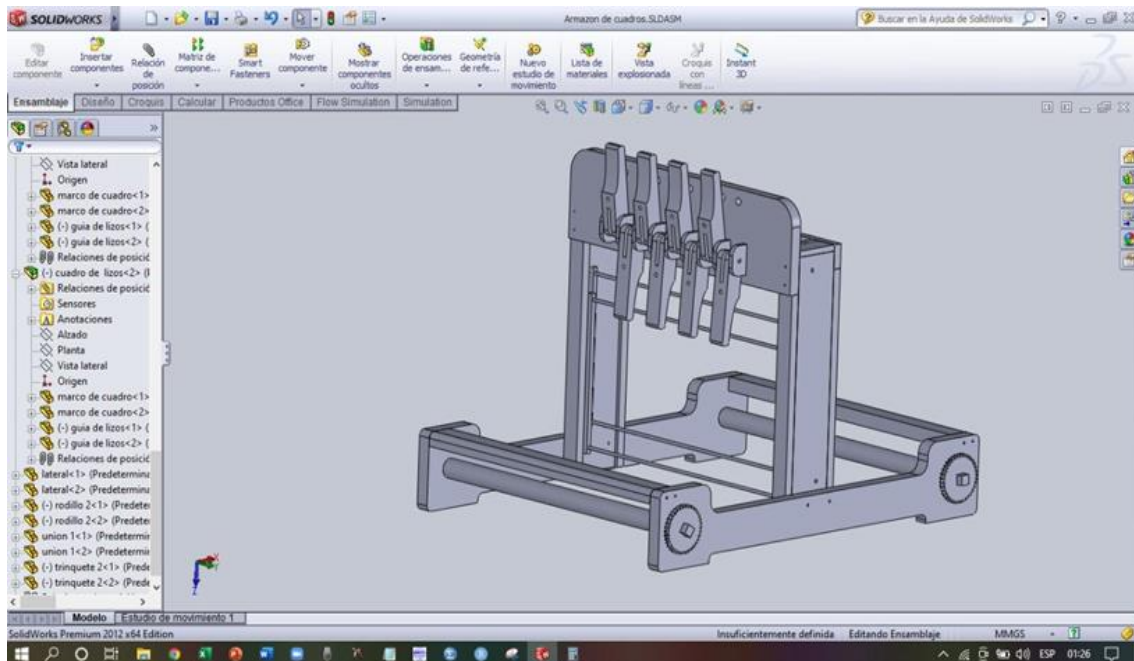
Anexo 10

Fotografía de actividad 2. Foto grupal post capacitación



Anexo 11

Imagen de actividad 3. Diseño del telar artesanal



Anexo 12

Fotografía de actividad 3. Construcción del telar artesanal



Anexo 13

Fotografía de actividad 4. Sesión de fotos en Lampa



Anexo 14

Fotografía de actividad 4. Sesión de fotos



Anexo 15

Fotografía de actividad 5. Extendido de alfombra roja



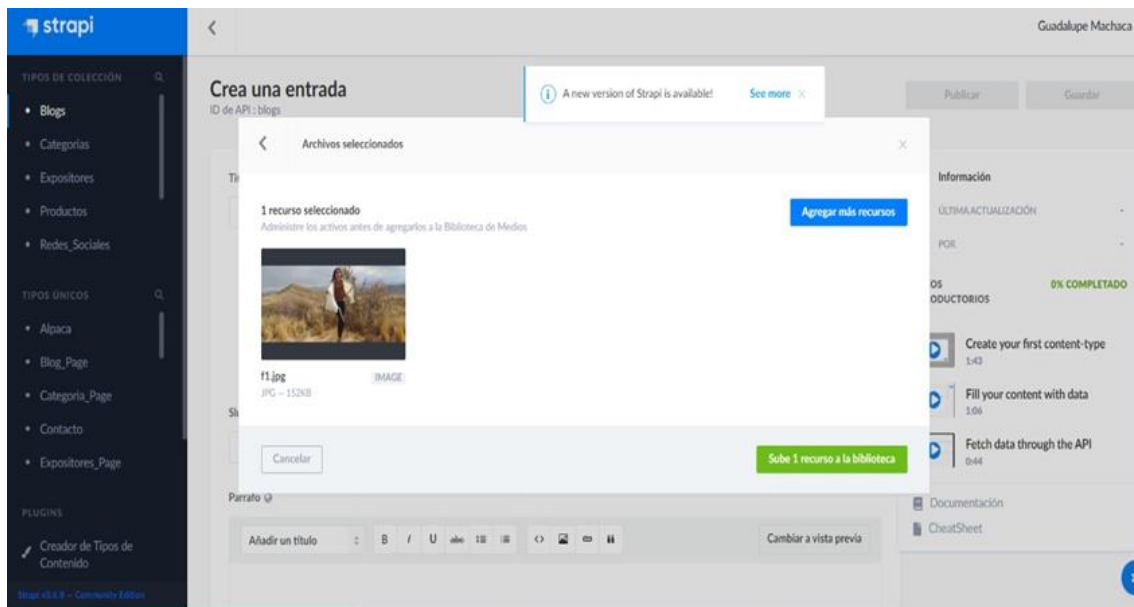
Anexo 16

Fotografía de actividad 5. Foto grupal luego de la actividad



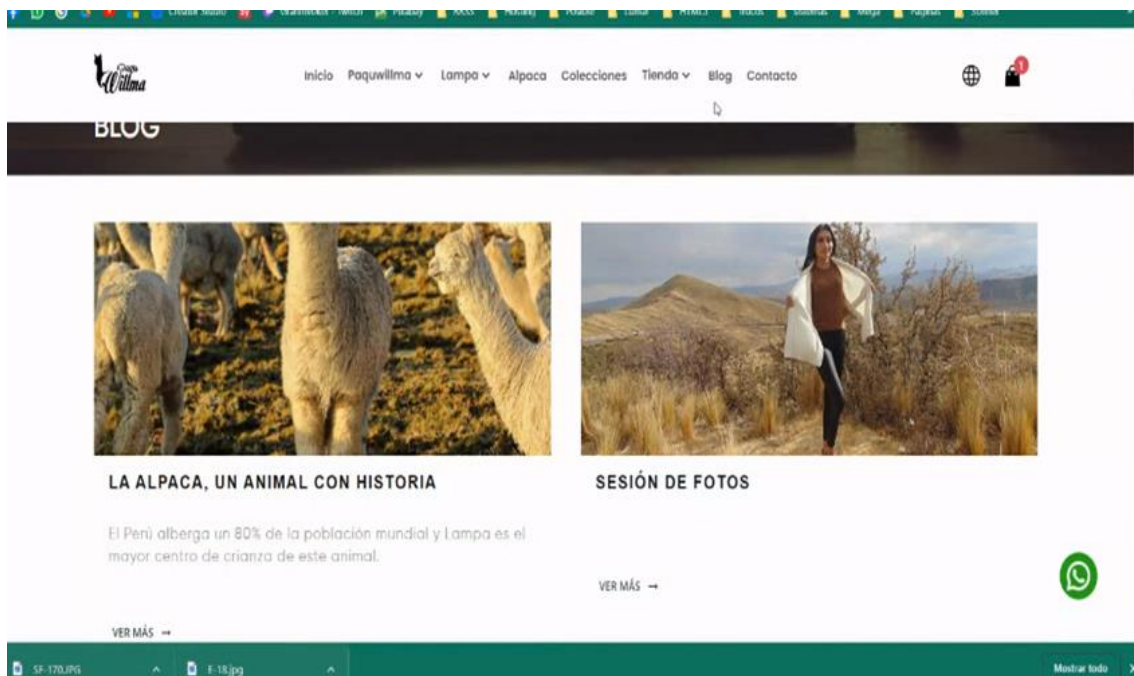
Anexo 17

Imagen de actividad 6. Actualización de la página web



Anexo 18

Imagen de actividad 6. Página web, sección sesión de fotos



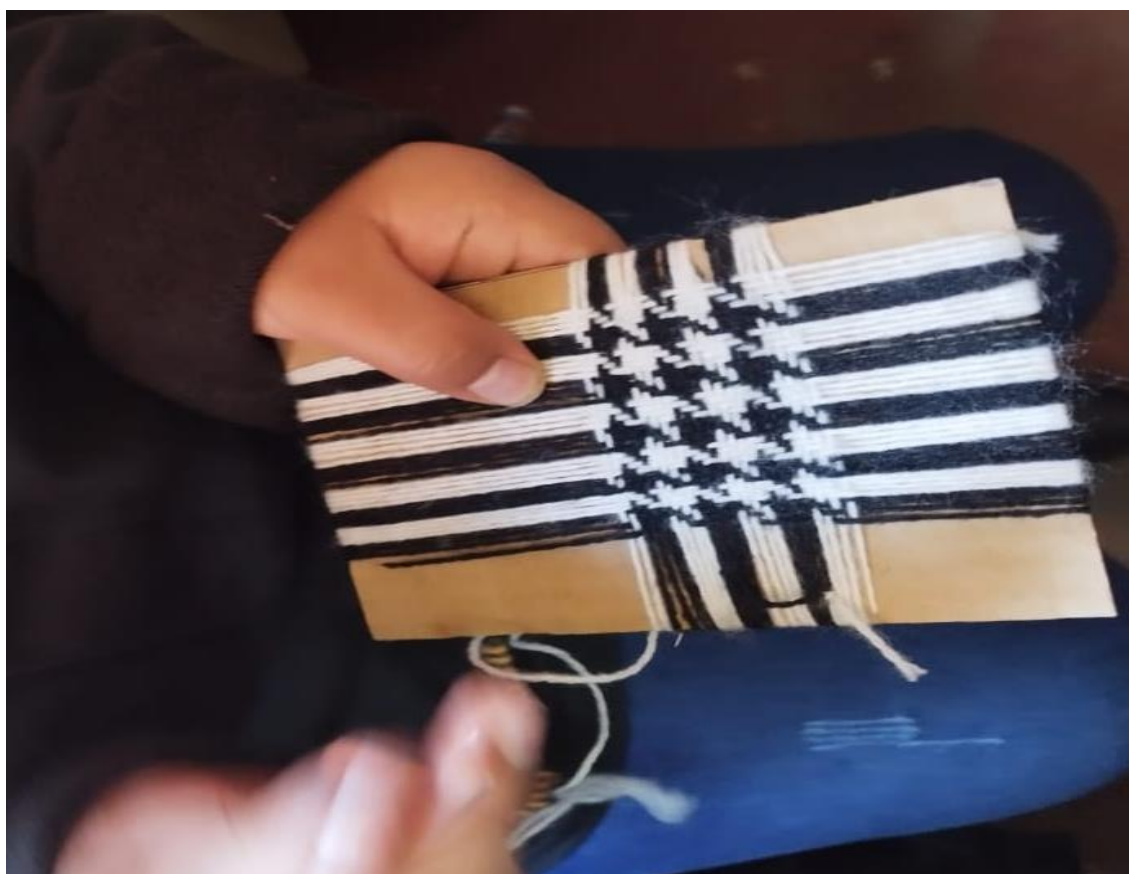
Anexo 19

Fotografía de actividad 7. Practica de tejido plano en papel



Anexo 20

Fotografía de actividad 7. Práctica con hilo



Anexo 21

Imagen de actividad 8. Desarrollo de catálogo de prendas



Anexo 22

Imagen de actividad 8. Catálogo de prendas



Anexo 23

Fotografía de actividad 9. Capacitación con el telar



Anexo 24

Fotografía de actividad 9. Explicación del repase de hilos



Anexo 25

Fotografía de actividad 10. Capacitación en fichas técnicas



Anexo 26

Fotografía de actividad 10. Artesanas durante la capacitación



Anexo 27

Fotografía de actividad 11. Clausura del proyecto



Anexo 28

Fotografía de actividad 11. Entrega de reconocimientos



Para visualizar mas evidencias visite el siguiente link:

https://drive.google.com/drive/folders/1s4QwTYtrfCQJQg1K6dtKFMecAYQwxk3k?usp=share_link