



## DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y POS GRADOS

### **Tema:**

IMPLEMENTACIÓN DE UN PERIÓDICO DIGITAL DE MODA COMO ESTRATEGIA DIDÁCTICA INTERACTIVA PARA LA ESCUELA DE DISEÑO INDUSTRIAL DE LA PUCESA EN EL PERIODO 2013

**Tesis de grado previo a la obtención del título de Magister en  
Tecnologías para la Gestión y Práctica Docente**

### **Línea de Investigación:**

Sistemas de Información y/o Nuevas Tecnologías de la  
Información y Comunicación y sus aplicaciones

**Autor:** Ayda Luz Helena Rico González

**Director:** Ing. Mg Robayo Jácome Darío Javier

Ambato – Ecuador

Noviembre 2014.

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO**

**HOJA DE APROBACIÓN**

**Tema:** "IMPLEMENTACIÓN DE UN PERIÓDICO DIGITAL DE MODA  
COMO ESTRATEGIA DIDÁCTICA INTERACTIVA PARA LA ESCUELA DE  
DISEÑO INDUSTRIAL DE LA PUCESA EN EL PERIODO 2013".

**Línea de Investigación:**

Sistemas de Información y/o Nuevas Tecnologías de la Información y  
Comunicación y sus aplicaciones.

**Autor:**

AYDA LUZ HELENA RICO GONZÁLEZ

Robayo Jácome Darío Javier. Ing. Mg. f. \_\_\_\_\_

**CALIFICADOR**

Acurio Maldonado Santiago Alejandro. Ing. MSc. f. \_\_\_\_\_

**CALIFICADOR**

Medina Chicaiza Ricardo Patricio, Ing. MSc. f. \_\_\_\_\_

**CALIFICADOR**

Juan Ricardo Mayorga Zambrano. Ing. PhD. f. \_\_\_\_\_

**DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE  
INVESTIGACIÓN Y POS GRADOS**

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr. f. \_\_\_\_\_

**SECRETARIO GENERAL PUCESA**

**Ambato - Ecuador**

**Noviembre - 2014**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD**

Yo, Ayda Luz Helena Rico González portador de la cédula de ciudadanía No. 1171525997-1 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de magister en tecnologías para la gestión y práctica docente son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Ayda Luz H. Rico G.

CC. 1715259972

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi familia por estar siempre a mi lado y permitirme un amplio desenvolvimiento en todo ámbito aplicando los conocimientos adquiridos. A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ambato por ser una institución que cultiva los valores y promueve la calidad de estudio el mejoramiento e innovación académica. A todos quienes día a día son parte de este proceso de actualización de conocimiento para bien del área de Diseño.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo investigativo a mis hijos Andrea y Gabriel, a mi esposo Stalin por su motivación, paciencia y apoyo incondicional.

A mis compañeros de trabajo por incentivar me a continuar la actualización científica- académica.

## RESUMEN

La Comunicación es un proceso fundamental en la vida del ser humano; y de la mano con la educación, siempre han formado un pilar importante en el desarrollo social. La presente investigación está desarrollada para entregar un recurso que se podrá utilizar estratégicamente en la aplicación de procesos cognitivos de los estudiantes a través de los medios de comunicación e interacción del internet con un periódico digital en donde se encontrará información de moda actualizada y de interés al lector. Se transita por un proceso inicial de diagnóstico con el fin de determinar las necesidades del grupo que fue enfocado, como son los estudiantes de la escuela de Diseño Industrial de la PUCESA, involucrados en el área de vestuario y moda. Después de un análisis en cuanto a las ofertas de las herramientas encontradas en la web 2.0, se determina realizar un periódico digital a través de un servicio de alquiler de hosting con un sistema Joomla. El periódico publicado además contendrá una sección académica que servirá como promoción de los mejores trabajos de los estudiantes, y a su vez cumplirá la función de ser parte de una estrategia didáctica llamada “positiva-negativa e innovación del periódico digital” como un recurso educativo que podrá utilizarse de forma única o combinada, en donde la interactividad esté presente al tiempo de su aplicación en el proceso cognoscitivo del aprendizaje y lograr afianzar el estilo del estudiante al momento de diseñar las nuevas propuestas requeridas para el entorno.

**Palabras claves:** Información, moda, estrategia, educación.

## ABSTRACT

*Communication is a fundamental process during our lives; as well as education, which have always been an important support during our social development. This investigation is established to provide a system that might be used strategically in the application of cognitive processes of the students by using media and internet interaction with a digital newspaper, including update trends and facts of what the reader is interested in. An initial process of diagnosis to determine the needs of the students of the Design school of PUCESA involved in fashion clothing is developed. Hence, after an analysis of the tools offered in web 2.0, a digital newspaper rented a hosting service using a Joomla system is determined. The newspaper to be published, will include an academic section that will be used to promote the best assignments of the students and at the same time, in terms of being part of a didactic strategy called “positive – negative and innovation of digital newspaper”, it will be used individually or combined as an educational source. Interactivity will be applied at the time of the cognitive process of learning and engage the student when they are designing the new proposals required by the sector.*

**Keywords:** *Information, fashion, strategy, education.*

## TABLA DE CONTENIDOS

### PRELIMINARES

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD.....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
TABLA DE CONTENIDOS.....	viii
TABLA DE GRÁFICOS.....	xii

### CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
1. REVISIÓN LITERARIA .....	3
1.1 Problema .....	3
1.1.1 Definición del problema:.....	3
1.1.2 Delimitación del problema .....	3
1.2 Preguntas básicas .....	4
1.3 Formulación de la hipótesis .....	4
1.4 Variables.....	4
1.4.1 Independiente .....	4
1.4.2 Dependiente.....	4

1.5	Objetivos.....	5
1.5.1	General: .....	5
1.5.2	Específicos:.....	5
1.6	Justificación. ....	6
1.7	Antecedentes investigativos. ....	6
1.8	Fundamentación Filosófica. ....	9
1.9	Fundamentación Legal. ....	10
1.10	Medios de comunicación. ....	11
1.10.1	Categorías de la información .....	12
1.10.2	Información de moda.....	13
1.11	Historia de los periódicos.....	15
1.12	Periódico digital .....	16
1.13	La interactividad.....	16
1.14	Métodos interactivos de información en la web. ....	17
1.15	Didáctica. ....	18
1.16	Estrategias del Aprendizaje .....	21
1.16.1	Tipos de estrategias .....	22
1.17	Estrategia didácticas interactivas.....	23
1.18	Estrategia y método de enseñanza para diseño.....	23
1.18.1	Proyectual .....	23
1.18.2	El Taller. ....	25

1.18.3	El aprendizaje basado en problemas. ....	26
2.	METODOLOGIA .....	28
2.1	Enfoque. ....	28
2.2	Modalidad básica de la investigación. ....	28
2.3	Nivel o tipo de investigación .....	28
2.3.1	Exploratoria. ....	29
2.3.2	Descriptiva. ....	29
2.4	Fuentes de información .....	29
2.4.1	Población y Muestreo.....	29
2.4.2	Métodos .....	30
2.5	Técnicas e Instrumentos.....	30
2.5.1	Modelo de Encuestas.....	31
2.5.2	Tamaño de la muestra .....	31
2.6	Tabulación de las Encuestas:.....	31
2.6.1	Resultados de la encuesta de diagnóstico .....	32
2.7	Proceso para el desarrollo de propuesta. ....	39
2.7.1	Periódico digital. ....	39
2.8	Estrategia didáctica .....	65
	Retroalimentación .....	76
3.	ANALISIS Y VALIDACIÓN DE RESULTADOS.....	77
3.1.1	Resultados de la encuesta de comprobación.....	77

4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	81
4.1	Conclusiones .....	81
4.2	Recomendaciones .....	83
5.	BIBLIOGRAFÍA .....	84
6.	ANEXOS .....	87

## TABLA DE GRÁFICOS

### Gráficos

Gráfico 1.1 clasificación de la información .....	12
Gráfico 2.1: Encuesta docentes/alumnos #1 .....	32
Gráfico 2.2 encuesta docente/alumno # 2 .....	33
Gráfico 2.3: Encuesta docente/alumno # 3 .....	34
Gráfico 2.4: Encuesta docente/alumno # 4 .....	35
Gráfico 2.5: Encuesta docente/alumno # 5 .....	36
Gráfico 2.6: Encuesta docente/alumno # 6 .....	37
Gráfico 2.7: Encuesta docente/alumno # 7 .....	38
Gráfico 2.8: Metodología de desarrollo para periódico .....	39
Gráfico: 2.9: Periódico digital paper.li .....	40
Gráfico 2.10: Empresa de contenidos en la web.....	41
Gráfico 2.11: Pagina web periodico gratuito .....	41
Gráfico 2.12: Pagina web que oferta servicios.....	42
Gráfico 2.13: Pagina web que oferta servicios para publicaciones. ....	43
Gráfico 2.14: Pagina web que oferta servicios para publicaciones. ....	43
Gráfico 2.15: Servicio de hosting para publicaciones .....	45
Gráfico 2.16: Promoción de webempresa sobre el pack noticias.....	45
Gráfico 2.17: Pantalla de instalación del dominio .....	46
Gráfico 2.18: Elección de plantilla.....	47
Gráfico 2.19: Pantalla de instalación.....	47
Gráfico 2.20: Proceso de subir plantilla al dominio. ....	48
Gráfico 2.21: Confirmación de instalación. ....	48

Gráfico 2.22: Instalación de pack noticias.....	49
Gráfico 2.23: Instalación exitosa.....	50
Gráfico 2.24: Diseño de logo.....	51
Gráfico 2.25: Plantilla de color definido.....	52
Gráfico 2.26: Panel de administrador de plantilla.....	53
Gráfico 2.27: Panel de control de plantilla .....	53
Gráfico 2.28: Control para añadir artículos .....	54
Gráfico 2.29: Panel de control para nueva opción .....	54
Gráfico 2.30: Panel de control para categorías.....	55
Gráfico 2.31: Tablero de control para menús.....	56
Gráfico 2.32: Panel de control edición de plantilla .....	57
Gráfico 2.33: Panel de control de los módulos .....	58
Gráfico 2.34: panel de control manejo de usuarios.....	58
Gráfico 2.35: panel de control.....	59
Gráfico 2.36: panel de control para componentes .....	59
Gráfico 2.37: Plantilla de periódico publicado .....	60
Gráfico 2.38: Periódico publicado .....	61
Gráfico 2.39: Periódico publicado Zona A.....	62
Gráfico 2.40: Periódico publicado comentario.....	63
Gráfico 2.41: Publicación enlace el Facebook .....	63
Gráfico 2.42: Plataforma EVAE profesor del área publicación del link.....	64
Gráfico 2.43: Plataforma EVAE publicación del link.....	64
Gráfico 2.44: desarrollo de estrategia didáctica. ....	65
Gráfico 2.45: Syllabus docente de taller .....	66
Gráfico 3.1: encuesta de comprobación .....	78

Gráfico 3.2: Encuesta de comprobación#2 .....	78
Gráfico 3.3: Encuesta de comprobación #3 .....	79

## **Tablas**

Tabla 1-1 descripción de variables .....	4
Tabla 1-2 Categorías de la información .....	12
Tabla 1-3: la web 2.0 en el contexto educativo.....	18
Tabla 1-4: Tipos de estrategias.....	22
Tabla 2-1: Encuesta docentes/alumnos #1 .....	32
Tabla 2-2: encuesta docente/alumno # 2 .....	33
Tabla 2-3: Encuesta docente/alumno # 3 .....	34
Tabla 2-4: Encuesta docente/alumno # 4 .....	35
Tabla 2-5: Encuesta docente/alumno # 5 .....	36
Tabla 2-6: Encuesta docente/alumno # 6 .....	37
Tabla 2-7: Encuesta docente/alumno # 7 .....	38
Tabla 2-8: Cuadro Comparativo de sitios web .....	44
Tabla 2-9 estrategia didáctica .....	67
Tabla 2-10 programación de clase.....	72
Tabla 2-11 programación de clase.....	74
Tabla 3-1: Encuesta de comprobación # 1 .....	77
Tabla 3-2: encuesta de comprobación #2.....	78
Tabla 3-3: Encuesta de comprobación #3 .....	79

## INTRODUCCIÓN

Es primordial saber de qué manera los medios de comunicación se incorporan a esta reciente tendencial mundial. Esto nos permite conocer cuan preparados nos encontramos y cuál es el grado de responsabilidad con la que se ejecuta el trabajo de comunicación en línea y simplifica el paso de la información a la sociedad ecuatoriana. En nuestros días las actividades más cotidianas para la humanidad se centran en la revolución de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), las cuales dan prioridad a el flujo de a comunicación y acrecientan las posibilidades de comunicación humana. En este, la presencia de los medios en Internet debe cumplir con ciertos requisitos básicos que permitan al visitante una interacción exitosa La Web 2.0 es la transformación que se ha dado en aplicaciones habituales en funciones de un usuario final que actualmente este último tiene mayor poder para que la web dirija sus aplicaciones a las necesidades del usuario. A partir de la aparición de nuevas tecnologías que han propiciado un cambio radical en las rutinas y en la actitud de los usuarios a la hora de sumergirse en Internet. Debido a esto la educación, que tendría que establecerse como un apoyo en la construcción de la Sociedad del Conocimiento, es uno de los ámbitos que muestra más oportunidades y a la vez más barreras institucionales para aprovechar a las tecnologías de la información. Sería lógico pensar que fuera el empuje desde la propia base del sistema, avalado por la capacidad de innovación de los usuarios, el que posee más eficacia al momento de obtener transformaciones en los modelos pedagógicos,

organizativos por esto que crear espacios como en el área de modas como es característico que es una influencia cultural y social durante un periodo específico. Así que la Moda, es la actividad del ser humano en diferentes actitudes como un fenómeno que manifiesta cambios de acuerdo a parámetros sociales del entorno en un cambio determinado por los hábitos de los usuarios.

# 1. REVISIÓN LITERARIA

## 1.1 Problema

### 1.1.1 Definición del problema:

El inadecuado manejo de la información existente en el internet en la Escuela de Diseño Industrial especialmente en el área de modas provoca un incompleto desarrollo de profesionales acordes a los requerimientos del medio.

### 1.1.2 Delimitación del problema

Periodo: 2012- 2013.

Espacio: PUCESA.

Área: Lenguaje y comunicación.

Unidad experimental: Escuela de Diseño Industrial.

Metodología: Implementación de un periódico digital interactivo de moda

Conceptual: Desarrollo de información para la interacción de moda.

La comunicación en el área de modas de la Escuela de Diseño Industrial.

Como obtener la información de moda los estudiantes de la Escuela de Diseño Industrial de la PUCESA para innovar la metodología de información en el vestir, aplicando las tendencias actuales.

## 1.2 Preguntas básicas

¿Qué tipo de información de moda se recopilara?

¿Cómo podremos identificar la moda útil?

¿Cómo interactuaran los estudiantes de moda con el periódico digital?

¿Cómo será una herramienta adecuada para generar mayor conocimiento?

## 1.3 Formulación de la hipótesis

La implementación de un periódico digital de moda como recurso para estrategias didácticas interactivas, permitirá desarrollar información para el área de vestuario en la Escuela de Diseño Industrial de la PUCESA.

## 1.4 Variables

### 1.4.1 Independiente

Estrategia didáctica interactiva

### 1.4.2 Dependiente

Periódico digital

Tabla 1-1 descripción de variables

Hipótesis	v. independiente (causa)	v. dependiente(efecto)
La implementación de un periódico digital de moda como recurso para estrategias didácticas interactivas,	Estrategias didácticas interactivas	Periódico digital

permitirá desarrollar información para el área de vestuario en la Escuela de Diseño Industrial de la PUCESA.		
--	--	--

## **1.5 Objetivos.**

### **1.5.1 General:**

Implementar un periódico digital de moda como estrategia didáctica interactiva para la escuela de diseño industrial de la PUCESA en el periodo 2013.

### **1.5.2 Específicos:**

- Recopilar información pertinente y actualizada sobre periódicos digitales
- Seleccionar la información más idónea que sirva de apoyo pedagógico en el área de modas
- Establecer una estrategia didáctica interactiva y retroalimentación de la información.
- Establecer conclusiones y recomendaciones.

## **1.6 Justificación.**

La Comunicación es un proceso fundamental en la vida del ser humano, las falencias en el sistema comunicacional, compuesto básicamente por tres elementos: Emisor, Canal o Medio y Receptor, tienen consecuencias negativas, está problemática trasciende de la misma forma dentro del área de modas de la Escuela de Diseño. Este estudio es pertinente debido a la deficiencia de conocimiento de las actividades relacionadas al quehacer educativo con respecto al diseño , lo que trae como consecuencia desinformación, que es precisamente la problemática que ésta propuesta pretende solucionar.

La PUCESA, cuenta dentro de su infraestructura con tecnología de punta, acorde a los requerimientos de la sede, ya que cuenta con la carrera de Ingeniería en Sistemas de Computación, además de tener el centro de informática, es así que se considera la factibilidad en el uso de las TIC's como herramienta de difusión a través del internet. Con el apoyo de estas áreas, el hardware y el software requerido, la implementación de la propuesta del periódico digital es un proyecto alcanzable, además de poder ser canalizado a través de la Escuela de Diseño Industrial de la PUCESA.

## **1.7 Antecedentes investigativos.**

Luego de la investigación bibliográfica realizada en la Universidad Técnica de Ambato y de la Pontificia Universidad Católica de Quito presento a continuación los siguientes antecedentes investigativos , que brindaran al

estudio en proceso un desarrollo fundamental para su mejor entendimiento y comprensión, es por eso que la tesis de la UTA con Título: La influencia de las nuevas tecnologías en el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes del Séptimo año de Educación Básica del paralelo “A” y “B” de la escuela “Dr. Elías Toro Funes” de la parroquia de Quisapincha del cantón Ambato cuyo Autor es Guerra Guerrero, César Miguel con la Fecha: 2013-10-10 de publicación en la Ciudad: Editorial: AMBATO/UTA/2013 y en su Resumen es “La actual investigación pretende generar y establecer una nueva forma de conducir el proceso de enseñanza aprendizaje, a través de la utilización de una página web colgada en la red, orientada para el uso de los estudiantes de la Escuela “Dr. Elías Toro Funes”, de los séptimos años, escuela ubicada en la parroquia de Quisapincha.

Para el logro de éste propósito se analizan contenidos que hagan referencia al uso de una página web y a la enseñanza aprendizaje, quienes actúan en condiciones de variables que conducirán la propuesta. En este trabajo investigativo se adjunta un manual de usuario de la página web con los contenidos de la materia básica de la computación y la información científica que mediante la utilización de ésta aplicación se tornará más comprensible.

De ésta manera la forma de complementar el aprendizaje de los estudiantes se llevar a cabo mediante la utilización de la página web, obviamente esta página deberá estar en la internet y tener su propia dirección web y poder ser vista desde cualquier parte del país e incluso del mundo entero de manera mucho más rápida y efectiva, puesto que el uso de la página web no necesita de mobiliaria, ni amplios estantes, no existen horarios para consultas o retiros, pueden ser visitadas por los estudiantes, docentes y todo

aquel que desea realizar consulta sobre los temas aplicados para los estudiantes del séptimo año”.

Finalmente la tesis de la Pontificia Universidad Católica de Quito con el Título: Desarrollo de un producto editorial para la creación de un periódico infantil para los niños de la ciudad de Quito con los Autores: Calderón Flores, Silvia Antonieta, la Fecha de Publicación en el 2008, Editorial QUITO / PUCE / 2008 con el siguiente Resumen “El siguiente estudio trata de un periódico infantil que busca conocer su viabilidad en el mercado, para lo cual se han realizado diversos análisis. De acuerdo al entorno económico, político, social y cultural del Ecuador, esta tesis busca alinearse con la realidad nacional del país. Actualmente, debido a todos los cambios que se están presentando en el área de la educación, es oportuna la entrada de productos que innoven y capten la atención de los niños, preparándolos desde temprana edad a desarrollar sus capacidades y habilidades, y de esta manera formar ciudadanos responsables. Se ha realizado este estudio para cubrir las necesidades de información que permitan concluir la factibilidad del periódico infantil como un producto. Partiendo con una investigación del mercado, se han utilizado diferentes herramientas y métodos de indagación como: focus group, encuestas, entrevistas y análisis de la competencia y productos sustitutos. El objetivo de toda esta investigación es conocer el mercado a fondo para poder descubrir y entender las necesidades y debilidades del mismo y convertir estas debilidades y necesidades en fortalezas del producto”. Estas dos tesis tienen similitudes cada una de las

variables de mi tema sujeto de estudio, por lo que sustentarán de mejor manera estos antecedentes.

### **1.8 Fundamentación Filosófica.**

Este trabajo de investigación se ubica en el paradigma crítico- propositivo, porque analiza una realidad académica en el aprendizaje de los individuos y propositiva, porque busca plantear una alternativa de solución al problema que se investiga, crítico porque discute los esquemas de aprendizaje y es propositivo porque la investigación no se detiene solo en la observación de los hechos, sino plantea alternativas reales de solución dentro de un clima de socialización entre las partes.

Es de vital importancia realizar análisis profundos sobre el tema para proyectar soluciones factibles ya que estamos frente a un mundo cambiante y dinámico donde las instituciones educativas se enfrentan a nuevos retos tanto internos como externos, pues estas tienen la gran responsabilidad de dotar a los estudiantes de conocimientos significativos acorde a las necesidades del contexto.

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ambato en su carrera de Ingeniería en Diseño Industrial en donde la misión es: “formar líderes integrales, sociales y ecológicamente responsables con conocimiento, técnico-científico, capacidad creativa e investigativa y profundo compromiso cristiano para atender las demandas estético-culturales, funcionales y tecnológicas de la colectividad.”; es por esta razón la presente investigación

propone impartir una estrategia didáctica en donde se pone una forma de interactuar con el alumno-internet y docente para entregarle a la comunidad profesionales de calidad.

### **1.9 Fundamentación Legal.**

El Artículo 343 de la Constitución de la República, “establece un sistema nacional de educación que tendrá como finalidad el desarrollo de capacidades y potencialidades individuales y colectivas de la población, que posibiliten el aprendizaje, y la generación y utilización de conocimientos, técnicas, saberes, artes y cultura. El sistema tendrá como centro al sujeto que aprende, y funcionará de manera flexible y dinámica, incluyente, eficaz y eficiente.” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 44)

Art. 3 de la Ley orgánica de comunicación. “Contenido comunicacional.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social”.

Art. 4 de la Ley orgánica de comunicación. “Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet”.

Art. 5 de la Ley orgánica de comunicación. “Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las

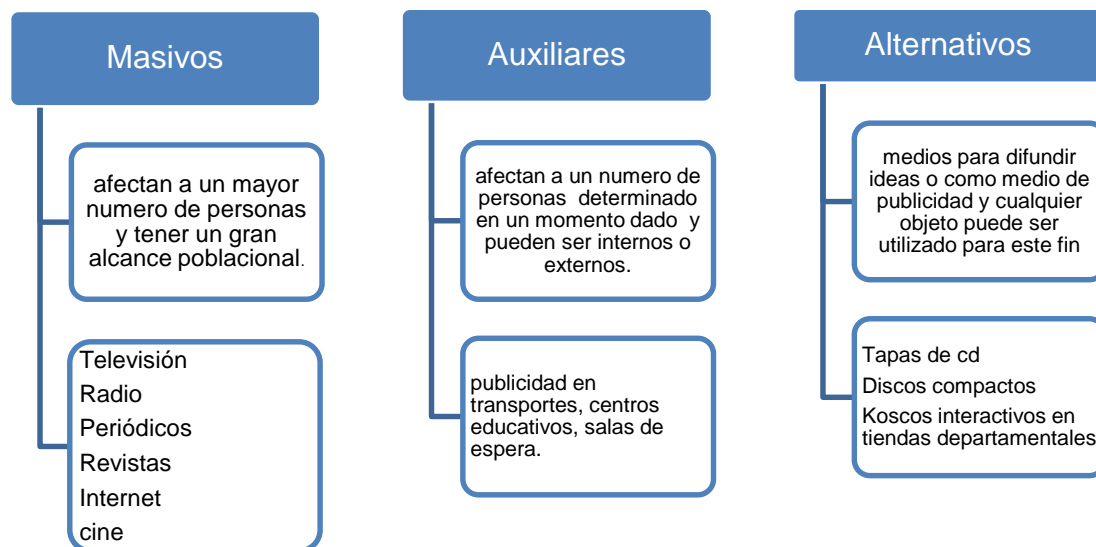
empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet”.

(Ley orgánica de comunicación aprobada junio del 2013)

### **1.10 Medios de comunicación.**

La comunicación nació con el hombre que quiso interrelacionarse en grupos por esto se utilizaron algunos medios y como definición se puede citar, según la investigación del gobierno Vasco “cumplen la función social relativa al intercambio de información, conocimientos y reflexiones sobre la vida y el acontecer humano más allá de su entorno próximo e inmediato” (Gobierno Vasco departamento de cultura e investigación, 2009). Es así que un medio de comunicación es donde se transmite un mensaje, por el cual los diferentes poderes de la sociedad pueden ser escuchados repercutiendo en un colectivo. Su principal propósito es comunicar según su tipo de ideología pueden especializarse en: informar, educar, transmitir, entretener, formar, opinar, enseñar, etc. Pueden estar clasificados en:

Gráfico 1.1 clasificación de la información



**Fuente:** el investigador

**Elaborado por:** Ayda Rico 2013

### 1.10.1 Categorías de la información

Tabla 1-2 Categorías de la información

CULTURAL	INFORMATIVO	ENTRETENIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es la información transmitida de todas las conquistas (lengua, técnicas, reglas de organización social) que mantienen la complejidad y la originalidad de las sociedades humanas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiene el objetivo de dar a conocer un hecho, circunstancia, o situación sucedida, de tal forma que sea real, veraz y objetiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Su objetivo es el de entregar información que cause placer o relajación en las personas que reciben dicha información</li> </ul>

**Fuente:** el investigador

**Elaborado por:** Ayda Rico 2013

### 1.10.2 Información de moda.

Para abordar el tema de información de moda primero conoceremos el concepto de lo que es moda, según varios autores podríamos citar a Linda Watson (pág. 7) “uno de los placeres del cuerpo humano es arroparlo. Lo que hace que la moda –su pariente más cercano- sea muy importante”. Pero históricamente hablar de moda siempre se identificaba con el vestir, a través de los tiempos han nacido otros conceptos que podríamos citar: la moda es una costumbre que se convierte en muy popular durante un tiempo determinado con un espacio definido y esta intrínsecamente relacionada con hábitos sociales, modos de actuar y comportamientos y es adoptada por un alto número de personas dentro de la sociedad. Según Coco Chanel “la moda no existe únicamente en las prendas de vestir. La moda está en el cielo, en la calle, la moda tiene que ver con ideas, con la forma en que vivimos, con lo que ocurre”. Es por esto que la moda en el vestir es la identificación del ser humano como el reflejo visual de su ser y la identidad con un grupo social hasta que llegue a ser un estilo popular desarrollado en un momento, es por estas razones que cuando abordamos la palabra moda es más visible es el vestuario ya que es más rápido de cambiar en donde los medios de comunicación tiene gran influencia.

Hay que remontarse históricamente en la información de moda en la época de Napoleón en Francia el único periódico que podía ser publicado era “*la mode*” ya que solo era permitido realizar referencias de prendas de vestir y reuniones importantes luego fue evolucionando y los escritores ya no solo publicaban en este medio sino empezaron a fundar sus propias revistas

para hablar de temas de moda en el vestir, luego fueron aumentando no solo en estos temas de vestuario sino en formas de vida.

En la actualidad de acuerdo a la comercialización y al márketing de los productos, van creando hábitos o formas de vida que los hacen repetitivos el cual identifican a un número de personas que se sientan bien dentro de contextos sociales es por esto que la moda no siempre se convierte en un estilo.

Las personas que se ha atribuido este trabajo de dictaminar parámetros de moda son los diseñadores, que cada temporada después de una investigación previa lanzan sus colecciones de acuerdo a las tendencias, las cuales nacen después de seguir algunos pasos como son:

- Los diseñadores a través de sus investigaciones encuentra ideas para plasmar en dibujos si su propuesta es un producto, pero si es proponer texturas, colores y formas realizan análisis de entornos para crear nuevas emociones y pensamientos en donde establecen gustos de culturas.
- Se reinventa el pasado siempre en la moda y para crear tendencia se observa el pasado y se reinterpreta.
- Los diseñadores ayudados de los medios de comunicación determinan que se va usar para cierta temporada.
- Realizan un posicionamiento de marca y de producto acompañado de texturas y color para que el consumidor sea el innovador.
- Los cazadores de tendencias realizan las capturas de imágenes para ser analizadas en las mesas de los diseñadores.

Debido a todo esto las tendencias son un fenómeno social de adopción de conceptos en donde el gusto culturalmente provocado en la sociedad por los creativos cuyos diseños son llamativos, rápidamente con la ayuda de los medios de comunicación los productos depende del usuario, llevando que el éxito de la tendencia puedan convertirse en moda, como puede ser efímera.

Los medios de comunicación tienen mucha influencia sobre los temas de moda. Con el uso de la ropa se transmite una idea, una estética, una actitud que el comprador puede adquirir. En colaboración con las marcas de moda, forjan nuevos conceptos para comunicar una identidad determinada y son capaces de influir en toda una generación, cambiar comportamientos socioculturales, generar escenas memorables y crear nuevas tendencias, que debe usar cada individuo para sentirse en sociedad. Su vestuario es un reflejo de su personalidad y es una expresión individual de actitud y estilo.

### **1.11 Historia de los periódicos**

Los primeros cimientos del periodismo y la difusión de la información se desarrolló en Roma desde el momento en que se comenzaron a hacer comentarios anales históricos, que no solo contenían leyes sino noticias sobre la sociedad, sucesos y comentarios, se les conocía como cartas informativas y durante algún tiempo perduraron, luego contenían noticia, acontecimientos portuarios y comerciales llamándose “gacetas”, hasta el siglo XII en donde el papel desplazo el pergamino , por lo tanto era más popular escribir y los intelectuales podían publicar y democratizar la lectura.

Los primeros periódico de desarrollaron de forma quincenal o semanal en 1605 en Holanda y Alemania respondiendo a las demandas de noticias financieras y políticas, que eran relacionada con las empresas para entregar los informativos.

### **1.12 Periódico digital**

Como definición se puede decir que el periódico digital es un medio sin límites de tiempo ni de espacio que, haciendo uso de las redes informáticas actuales, organiza la información difundida en estructuras hipertextuales. Estos sitios informáticos de información son capaces de ofrecer a las personas lectoras una gama de contenidos actuales a un ritmo diferente de difusión, permite personalizar el contenido, contiene diferentes morfologías de información (texto, imagen y sonidos) las que, según Luis Codina, son las tres formas básicas de expresión humana o morfologías de información: “texto, imagen y sonido” (Codina, 2000), y dan a los lectores distintas maneras de selección del contenido deseado. Este reciente medio de comunicación permite al lector acceder el mismo desde cualquier medio informático que posea una conexión a internet el instante que desee, constituyéndose así como una ventaja.

### **1.13 La interactividad**

La interactividad, en el ámbito digital, se refiere al intercambio de cualquier tipo de información, ya sea visual o auditiva, en un enlace usuario-ordenador

por tanto la transmisión de información no tiene obstáculo espacio-tiempo alguno como ocurre con medios físicos. Esta interactividad de la que hablamos nos ha permitido descubrir un nuevo medio de comunicación con más ventajas que desventajas convirtiéndose así, en el posible medio de información más usado por la población a nivel mundial. Hay autores que han nombrado la interactividad en el ámbito educativo, al resultado de la actividad entre contextos del aula como podremos citar a Beatriz Fainholc “conjunto de acciones o intervenciones, recursos y materiales didácticos como conjunto articulado de componentes que intervienen en el hecho educativo, facilitando el proceso de enseñanza – aprendizaje” (FAINHOLC, Beatriz 1999: 50).

De esta manera la interactividad no es más que la participación del estudiante con el momento del aprendizaje a través de medios digitales en donde se descontextualizan los paradigmas educativos y comienza una nueva era cultural de la intervención de la informática en la educación.

#### **1.14 Métodos interactivos de información en la web.**

En una aplicación de estrategias didácticas se busca que existan actividades que logren persuadir al estudiante en ser protagonista de los procesos de aprendizaje a través de la información con un manejo crítico y responsable de búsquedas, análisis, selección y organización de la misma, toda información que le llegue al estudiante a través el internet tiene el fin de interactuar.

En el contexto educativo encontramos:

Tabla 1-3: la web 2.0 en el contexto educativo.

HERRAMIENTA	DEFINICIÓN
WEBQUES	Actividad orientada a la investigación dentro del aula
WIKI	Información editada por varios usuarios
BLOG	Permite publicaciones, artículos y reportajes de una misma temática
SINDICADORES DE CONTENIDO	Mantenerse informado a través de suscripciones
CHAT	Comunicación en tiempo real que se realiza entre varios usuarios están conectados a una red, generalmente Internet;
FOROS	Aplicación web que da soporte a discusiones u opiniones en línea

**Fuente:** el investigador

**Elaborado por:** Ayda Rico 2013

### 1.15 Didáctica.

Según los especialistas, la didáctica es la disciplina de naturaleza científica – pedagógica que se centra en cada uno del aprendizaje. Como definición podremos citar que es un brazo activo de la pedagogía la cual permite mejorar a los seres humanos mediante la comprensión y transformación permanente del proceso socio-comunicativos unido al desarrollo enseñanza-aprendizaje con un proceso de planteamiento, análisis, y diseño de esquemas y planes programados para plasmar los pilares iniciales de cada teoría pedagógica.

La didáctica afianza los principios de la educación y es utilizada por los docentes al momento de escoger y desarrollar contenidos los cuales tiene el propósito de organizar y respaldar, al mismo tiempo, los patrones de enseñanza y el plan de aprendizaje. Es llamado acto didáctico la particularidad de la enseñanza para la que se necesitan elementos como: el docente (la persona que enseña), el contexto de aprendizaje, y el discente (la persona que aprende).

La calificación de la didáctica posee varias definiciones, tales como: técnica, ciencia aplicada, una ciencia básica de la instrucción o solamente una teoría. Los patrones de enseñanza, en cambio, pueden tener como característica básica un perfil tecnológico (prescriptivo y normativo) o teórico, (explicativo, descriptivo o predictivo).

Podemos destacar que, a través de la historia, se ha visto un progreso en la educación y, dentro de esos avances, se han modernizado las referencias didácticas. Como ejemplo, se puede decir que, al principio hubo un modelo que hacía énfasis de igual manera en el tipo de contenido proporcionado por el estudiante (modelo proceso – producto) y en el profesorado, sin tomar en cuenta el marco de la enseñanza, el método elegido, ni al educado. Tomemos en cuenta según la página (<http://definicion.de/didactica/>)

“En sus comienzos, la educación se regía por un modelo didáctico que se centraba en enseñar sin importar demasiado cómo, no se estudiaban los métodos a fondo, ni los contextos en los que se intentaba impartir el conocimiento o la situación de cada individuo; actualmente a la hora de intentar enseñar es muy importante utilizar una didáctica que incluya un

análisis previo del contexto de los alumnos en general y de cada individuo, que busque acercarse a cada uno y desarrollar las capacidades de autoformación, imprescindibles para que los conocimientos alcanzados puedan ser aplicados en la vida cotidiana de los individuos”.

La didáctica no ha sido más que procesos a través del tiempo viene en un constante cambio y análisis para su aplicación.

Es por esta razón que Carrasco, 2004, pág. 18 dice “La didáctica se la considera como las actividades prácticas que ejecutamos o realizamos los maestros en cada una de las asignaturas educativas, sociales a fin de transmitir de mejor manera los conocimientos a nuestros educandos y así alcanzar aprendizaje de los estudiantes”.

Ni los mismos autores no se ponen de acuerdo para analizar si la “didáctica” es una técnica, una ciencia aplicada o una teoría que nos ayuda dentro del proceso de enseñanza –aprendizaje, es por esto que cada autor define la didáctica de acuerdo a su enfoque lo que podremos resumir en la forma que el profesor realice el proceso de enseñanza-aprendizaje que se dirige al estudiante para que desarrolle las competencias del conocimiento impartido.

La educación y la didáctica están siempre juntas pues la didáctica constituye una herramienta fundamental en el proceso de enseñanza –aprendizaje que fortalecerá los conocimientos de nuestros educandos.

“No existe un método único y universal, sino una serie de métodos, que se deben emplear según las circunstancias objetivas y psicopedagógicas de la

educación, dejando por lo tanto al educador en libertad de adoptar el más adecuado.

Se da el nombre de métodos didácticos aquellos métodos en que los que predomina el aspecto de la instrucción y la enseñanza, y se pueden reducir en tres: el expositivo, el interrogativo y el intuitivo.” (Schmieder, 1998).

### **1.16 Estrategias del Aprendizaje**

“Las estrategias de aprendizaje, son el conjunto de actividades, técnicas y medios que se planifican de acuerdo con las necesidades de la población a la cual van dirigidas, los objetivos que persiguen y la naturaleza de las áreas y cursos, todo esto con la finalidad de hacer más efectivo el proceso de aprendizaje.” (Barba M. L., 2002)

Las estrategias de aprendizaje son todas aquellas actividades que se planifican y la ponen en práctica dentro del aula durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, estas estrategias tienen una clasificación de acuerdo a la aplicación, tiempo, necesidades del estudiante y necesidades del contexto. Es un instrumento flexible para aprender significativamente y solucionar problemas y demandas académicas, son ejecutadas voluntaria e intencionalmente por un aprendiz siempre que se le demande solucionar problemas a través de aprender, recordar o solucionar problemas.

### 1.16.1 Tipos de estrategias

Tabla 1-4: Tipos de estrategias

<b>Estrategia</b>	<b>Definición</b>	<b>Aplicación</b>
De recirculación	Repaso de la información que se ha de aprender hasta que quede en la memoria a largo plazo.	Leer y repetir en voz alta, tomar apuntes, subrayar, recopiar.
De elaboración	Integrar y relacionar la nueva información que ha de aprender con los conocimientos previos pertinentes es decir unir lo nuevo con lo familiar,	Resumir, tomar notas libres, responder preguntas, describir la relación de la información.
De organización	Es una reorganización constructiva de la información por lo tanto es posible agrupar, organizar y clasificar para que esta sea más sencilla estudiarla y comprenderla.	Los textos se tratan de sintetizar elaborar esquemas, subrayado.
De comprensión	Están la planificación, la regulación y evaluación final.	Descomponer la tarea en pasos, seleccionar, subrayar y unir con los conocimientos previos, formular preguntas.
De apoyo	Se basa en mejorar la eficacia de las estrategias aplicadas para mejorar las condiciones de usos.	Repaso y refuerzo de conocimientos con análisis de contenidos.

**Fuente:** el investigador

**Elaborado por:** Ayda Rico 2013

## **1.17 Estrategia didácticas interactivas**

“Son todos los actos, actividades, procesos o procedimientos que el docente utiliza en forma flexible y reflexiva para promover e incentivar el logro del aprendizaje significativos en los estudiantes” (Boude,2009).

Las tecnologías de la información y la comunicación que se han convertido en cimientos para el proceso de aprendizaje ya que impulsan la adquisición de conocimiento de los alumnos transforman los ambientes de aprendizaje brindan soporte a partir de plataformas tecnológica, permiten la colaboración con otras personas como instituciones o países en todo momento, en todo lugar, más allá de las aulas e interacción que proporcionan servicios que generan ambientes para la conformación de redes de conocimiento.

## **1.18 Estrategia y método de enseñanza para diseño.**

### **1.18.1 Proyectual**

Es un método utilizado para desarrollar de mejor manera el diseño y su aplicación en los objetos, se desarrolla a través de etapas tales como:

- Definición del problema: determinar claramente cuál es el problema encontrado con todos los antecedentes determinados.
- Elementos del problema: descomponer el problema en subproblemas
- Recopilación de datos: se trata de la investigación realizada por el diseñador con el fin de recopilar datos en todos ámbitos, desde la parte antecedente, materiales, existencia de productos similares, los datos de cada subproblema en todas las áreas del mismo.

- **Análisis de datos:** con el análisis se proporcionara alternativas para poder orientar un proyecto con la innovación de materiales, costos y tecnologías
- **Creatividad:** La creatividad reemplazará a la idea intuitiva, vinculada todavía a la forma artística- romántica de resolver un problema.
- **Materiales – tecnologías:** después de la investigación y el análisis de los subproblemas se determinara los materiales más adecuados en el momento, para que el proyecto este con los requerimientos del usuario sin perder la innovación.
- **Experimentación:** El diseñador realizará un modelo maquetado como una experimentación de materiales y las técnicas de elaboración que se encuentran en el mercado para la hechura del producto.
- **Modelos:** es la forma de realizar muestras, probabilidades del proyecto con la experimentación de materiales y la construcción de maquetas demostrativas determinando el objeto a realizar comprobando su funcionalidad,
- **Verificación:** para este proceso se debe colocar en uso los prototipos del proyecto y colocarlos para que los usuarios emitan opiniones de acuerdo a su funcionalidad, con las observaciones del punto objetivo se puede empezar a elaborar el prototipo final con dibujos constructivos y usando ya los materiales finales así como el tamaño original.
- **Bocetos:** son dibujos en donde podremos ver la forma constructiva del objeto a realizar y esta la forma de expresará lo que el diseñador quiere elaborar como proyecto final.

### **1.18.2 El Taller.**

Es una forma de enseñar y sobre todo de aprender, mediante la realización de “algo” que se lleva a cabo conjuntamente. Es aprender haciendo en grupo. Para realizarlo tiene ciertas características y son propios que se apoyan en supuestos y principios desde el punto pedagógico existen ocho fundamentos que lo caracterizan los cuales son:

- Es un aprender haciendo: La inserción en un campo de actuación directa, los conocimientos se adquieren de una práctica concreta vinculando el futuro del quehacer profesional.
- Metodología participativa: se desarrollan conductas, actitudes y comportamientos participativos para ser competitivos y cooperativos.
- Pregunta contrapuesta a la respuesta: es desarrollar la actitud científica sustancial de saber preguntar y la actividad intelectual de investigar la respuesta.
- Entrenamiento interdisciplinario y al enfoque sistemático: adquirir conocimiento de un tema desde múltiples perspectivas, al mismo tiempo se establece relaciones con algunos aspectos de los conocimientos adquiridos y se van integrando nuevos conocimientos significativos.
- Relación docente/alumno en la realización de una tarea común: el educando/docente tiene la tarea de animación, estímulo, orientación, asesoría y asistencia técnica mientras que el educando/ alumno es sujeto de su propio aprendizaje, con el apoyo teórico y metodológico

de los docentes, bibliografía y documentación de consulta que las exigencias del taller vayan requiriendo

- Trabajo grupal y técnicas adecuadas: con un grupo social organizado para el aprendizaje obtendrá mayores beneficios si usan técnicas adecuadas, sin excluir actividades y tareas que realizan de forma individual.
- Permite integrar la docencia, investigación y práctica: se debe desarrollar un proyecto de trabajo se exige el conocimiento de la realidad sobre la cual se va a actuar, pero para adquirir un conocimiento hay que investigar y luego experimentar con la práctica.

### **1.18.3 El aprendizaje basado en problemas.**

Es un aprendizaje basado en la investigación reflexiva y actividades que desarrollen las habilidades para reconocer y comprender a partir de un enunciado la investigación que realizara el estudiante en donde debe crear soluciones a planteamientos. El docente tendrá la función de plantear problemas reales y guiar al alumno el camino investigativo para lograr una solución adecuada. Se debe tomar en cuenta los conocimientos previos del alumno y el contexto en que se va a desarrollar el aprendizaje. Esta metodología es adecuada para realizar en grupos de trabajo con el fin de solución.

Para la planificación del aprendizaje se debe tomar en cuenta ciertos parámetros como:

- Seleccionar: determinar claramente el objetivo que se quiere lograr con el alumno es esa actividad.
- Escoger: los contenidos debe ser amplios, complejos no imposibles y relevantes en su práctica de materia.
- Orientar: se debe establecer reglas y procedimientos de trabajo.
- Establecer tiempo: de acuerdo al problema planteado se debe determinar tiempos razonables en donde el alumno siempre este motivado.
- Organización: debe enfocar un sistema a desarrollar el problema dándole una solución mediante un número de pasos adecuados siempre con la guía del tutor.

Luego cuando ya se determina el problema las fases a seguir para el desarrollo del problema con el alumno son: determinar conceptos, definir problemas, lluvia de ideas, análisis con lo que se conoce y lo desconocido, formular resultados, definir el problema, obtener definición basado en resultados, presentar información nueva y el resultado elaborado.

## **2. METODOLOGIA**

### **2.1 Enfoque.**

Esta tendrá un enfoque cualitativo, debido a que se trabaja con un grupo social, lo que permitirá analizar la información e interpretar las necesidades de la carrera de diseño industrial de la PUCESA y sus alumnos, además se obtienen datos cuantificables para conocer información y aspectos relevantes dentro de éste marco siendo así, necesaria una investigación combinada con la aplicada.

### **2.2 Modalidad básica de la investigación.**

La presente se centra en una modalidad de proyecto de campo social, se trabajará con un público específico, y se medirá los resultados a través de la universidad. Adicionalmente se realizará una investigación bibliográfica, que permita sustentar el estudio y elaboración del marco teórico.

### **2.3 Nivel o tipo de investigación**

La investigación será de tipo descriptivo y bibliográfico pues estará enfocada a la solución de problemas los cuales serán analizados, a través de procesos, objetivos y descripción de actividades a realizarse.

### **2.3.1 Exploratoria.**

Se indagaron procesos que sean afines a estrategias interactivas en el área de modas para poderlos aplicar con los estudiantes, de manera que estas se adapten a los mismos y los mejore. Aquí se utilizarán las fuentes primarias de la información pues se tendrá que ir a las clases e investigar cada uno de los fenómenos que causan problemas por la falta de información adecuada para el área.

### **2.3.2 Descriptiva.**

Se manejó la observación directa de manera que esta ayude a redactar datos de importancia los que ayudarán a descubrir los fenómenos vigentes con cada una de sus elementos, para dar a conocer el estado actual de la enseñanza en modas y poder actualizar sus estrategias entregándole una herramienta útil a desarrollar.

## **2.4 Fuentes de información**

### **2.4.1 Población y Muestreo**

Se analizaron los datos proporcionados por los docentes pertenecientes al área de diseño en cuanto a necesidades, información actualizada, y estrategias interactivas de enseñanza, los cuales se realizaran en las mismas instalaciones de la universidad y será enfocado a docentes y alumnos que están inmersos con el ámbito del diseño de vestuario, y tendrá un valor estadística.

**Población:** Ambato (Alumnos de la Escuela de Diseño Industrial de la PUCESA)

**Delimitación:** alumnos de la Escuela de Diseño Industrial de la PUCESA en los niveles que los contenidos están direccionados al área de modas, los cuales comprenden 50 en total, y a los docentes diseñadores que son 10.

#### **2.4.2 Métodos**

**Analítico.-** Se revisó y analizó la información de moda encontrada en el medio para ser agrupada y poder utilizar como estrategia didáctica en el área de moda.

**Síntesis.-** Consiste en la reunión racional de varios elementos para la elaboración lógica, y secuencial de la correcta información de la comunidad de moda en la Escuela de Diseño Industrial.

#### **2.5 Técnicas e Instrumentos**

**Cuestionarios.-** Con un número de preguntas en forma ordenada y coherente de acuerdo a la planificación realizada en la parte de diagnóstico y en el uso de la herramienta como resultado estratégico metodológico.

### **2.5.1 Modelo de Encuestas**

El modelo de encuesta se realiza con los siguientes enfoques:

- Antecedentes informativos
- La moda y sus características
- Información de moda aplicada a la academia
- Factibilidad para creación del medio. (Anexo 3).

### **2.5.2 Tamaño de la muestra**

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestas que se realizaron, se tomó en cuenta la siguiente información:

El mercado objetivo, el cual estuvo conformado por estudiantes de la Escuela de Diseño Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador sede Ambato en el periodo 2013 con un número de 50 alumnos que están en el área de modas y 10 profesores de la especialidad.

## **2.6 Tabulación de las Encuestas:**

Después de realizado la encuesta de diagnóstico para analizar cómo se manejaba la información de moda para la enseñanza de esta materia podremos enterarnos de mejor manera que tan relevante será nuestro propósito de entregar una nueva herramienta para el área de modas.

## 2.6.1 Resultados de la encuesta de diagnóstico

### 1. ¿Cómo se entera usted de la información de moda?

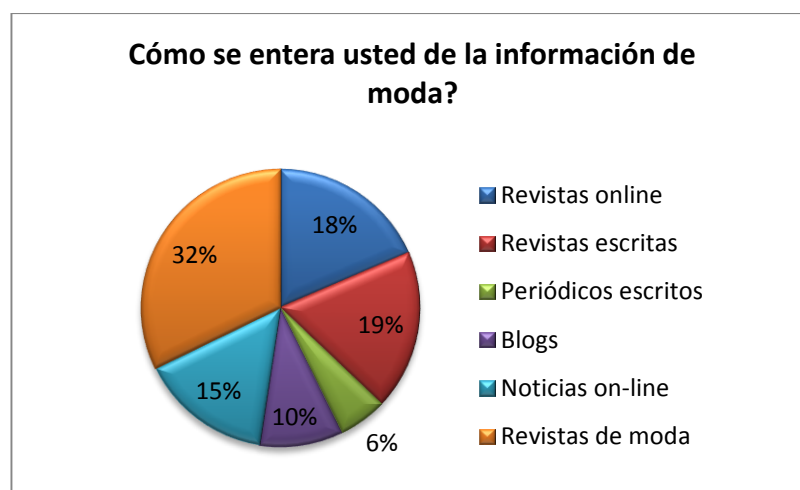
Tabla 2-1: Encuesta docentes/alumnos #1

VARIABLE	FA	%
Revistas online	23	18,548
Revistas escritas	23	18,548
Periódicos escritos	7	5,645
Blogs	12	9,677
Noticias on-line	19	15,323
Revistas de moda	40	32,258
TOTAL	124	100

Fuente: el investigador

Elaborado por: Ayda Rico 2013

Gráfico 2.1: Encuesta docentes/alumnos #1



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ayda Rico 2013

### Interpretación

Las revistas de moda constituyen, hoy en día, el medio en donde las personas encontrarán información actualizada en este ámbito en lo que en cuestión de medios de comunicación de preferencia se refiere.

## 2. ¿Considera usted que la moda está dirigido a?

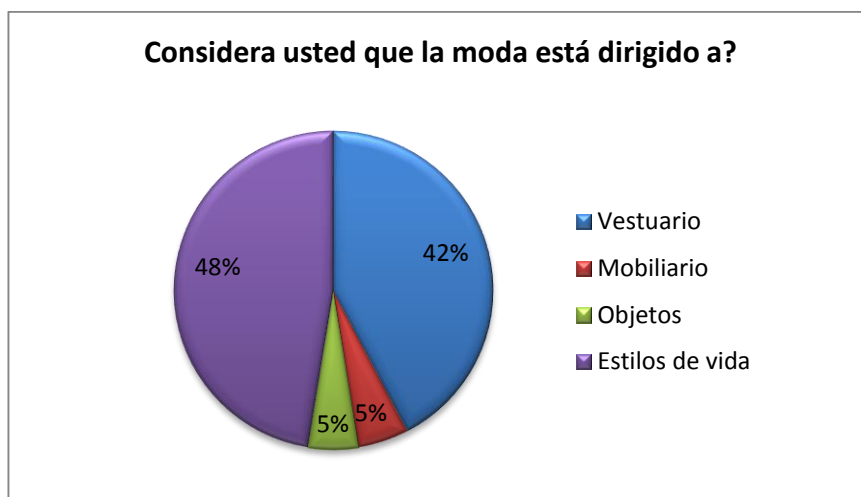
Tabla 2-2: encuesta docente/alumno # 2

VARIABLE	FA	%
Vestuario	33	42,31
Mobiliario	4	5,13
Objetos	4	5,13
Estilos de vida	37	47,44
TOTAL	78	100

Fuente: encuesta docente/alumno # 2

Elaborado por: Ayda Rico 2013

Gráfico 2.2 encuesta docente/alumno # 2



Fuente: Encuesta docente/alumno # 2

Elaborado por: Ayda Rico 2013

### Interpretación

Se puede apreciar, que en opinión general, la moda ha sido canalizada hacia el vestuario y los estilos de vida, dejando atrás otros factores que también se cree que pueden ser objetos de aplicación de moda, el entorno no solo se fija en la moda en el vestir si no que es discriminativa en estilos de vida y se van convirtiendo en los estatus de clasificación de las clases sociales se podría deducir que los siguen la moda serán de mejor estatus que los que no.

### 3. ¿Cómo cree usted que se encuentra la difusión de la moda a nivel local (Ambato)?

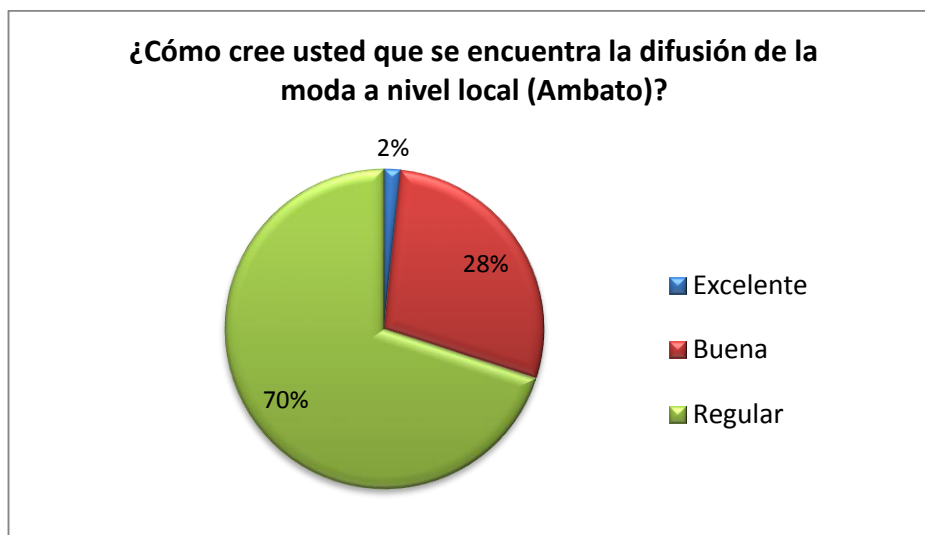
Tabla 2-3: Encuesta docente/alumno # 3

VARIABLE	FA	%
Excelente	1	1,67
Buena	17	28,33
Regular	42	70,00
TOTAL	60	100

Fuente: encuesta docente/alumno # 3

Elaborado por: Ayda Rico 2013

Gráfico 2.3: Encuesta docente/alumno # 3



Fuente: encuesta docente/alumno # 3

Elaborado por: Ayda Rico 2013

#### Interpretación

En la ciudad de Ambato la divulgación de la moda no ha sido satisfactoria, considerándose en un grado regular por lo que la información en este tipo de categoría como es el impacto de la moda no es tan relevante siendo que solo se innova a través de otras fuentes para mercadear.

#### 4. ¿Cómo se entera usted de las tendencias de la moda?

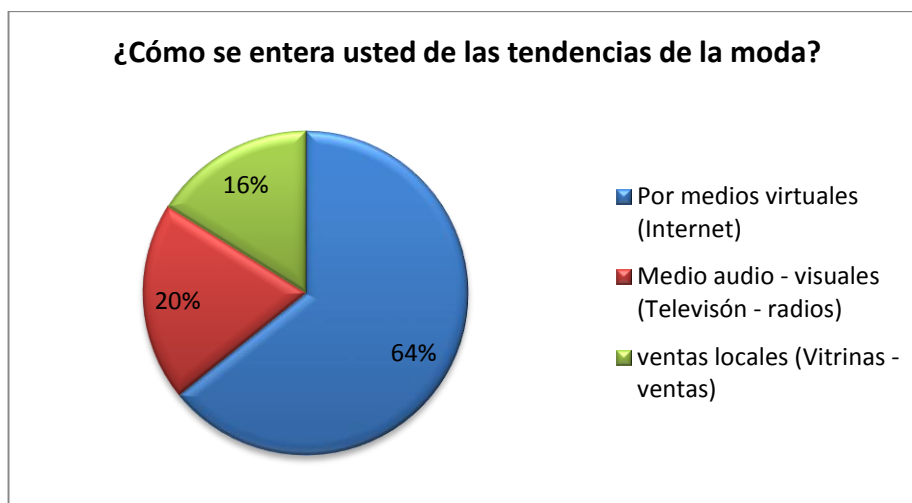
Tabla 2-4: Encuesta docente/alumno # 4

VARIABLE	FA	%
Por medios virtuales (Internet)	52	64,20
Medio audio - visuales (Televisión - radios)	16	19,75
ventas locales (Vitrinas - ventas)	13	16,05
TOTAL	81	100

Fuente: encuesta docente/alumno # 4

Elaborado por: Ayda Rico 2013

Gráfico 2.4: Encuesta docente/alumno # 4



Fuente: encuesta docente/alumno # 4

Elaborado por: Ayda Rico 2013

#### Interpretación

El internet representa el mayor medio de información sobre las tendencias de moda actuales por un ser un medio de acceso público. Es por esta razón que la web es un buen recurso para trabajar en los niveles educativos e interactuar con esta información de las tendencias para convertirlas en moda. Siendo el internet considerado como el mejor medio de difusión del conocimiento a nivel mundial podremos utilizar este recurso en la parte académica para ir al par de los avances a nivel mundial.

## 5. ¿Aplica en sus trabajos las tendencias de moda?

Tabla 2-5: Encuesta docente/alumno # 5

VARIABLE	FA	%
Si	38	63,33
No	22	36,67
TOTAL	60	100

Fuente: encuesta docente/alumno # 5

Elaborado por: Ayda Rico 2013

Gráfico 2.5: Encuesta docente/alumno # 5



Fuente: encuesta docente/alumno # 5

Elaborado por: Ayda Rico 2013

### Interpretación

La moda ha llegado a ser parte primordial al momento de realizar el trabajo diario y las tendencias las personas van entendiendo, ya que son relevantes al momento de desarrollar diseños, esto se puede palpar al momento en que los diseñadores desean captar mercados.

## 6. ¿Ha leído periódicos digitales sobre moda?

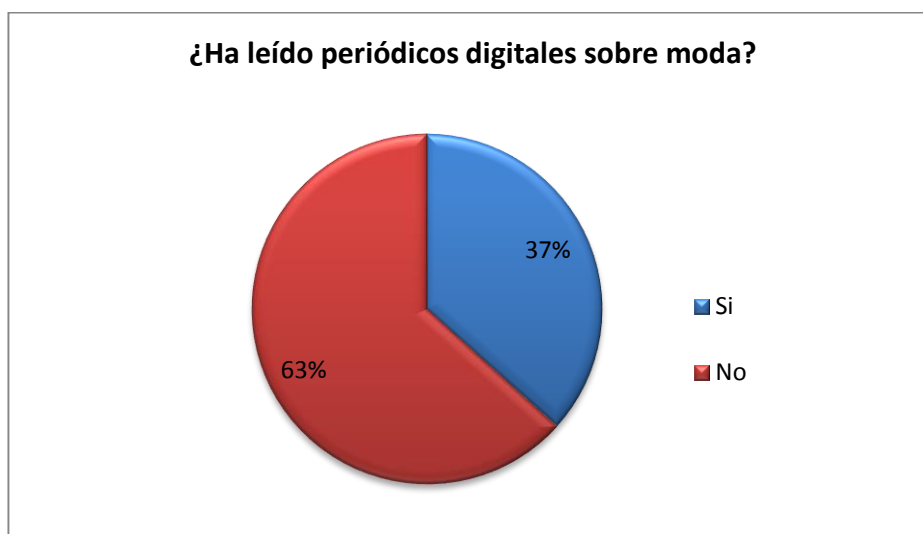
Tabla 2-6: Encuesta docente/alumno # 6

VARIABLE	FA	%
Si	22	36,67
No	38	63,33
TOTAL	60	100

Fuente: Encuesta docente/alumno # 6

Elaborado por: Ayda Rico 2013

Gráfico 2.6: Encuesta docente/alumno # 6



Fuente: Encuesta docente/alumno # 6

Elaborado por: Ayda Rico 2013

### Interpretación

Los periódicos digitales se han convertido en un medio de información sobre tendencias de moda que han sido difundidas entre las personas. Al nivel de los estudiantes la información de moda no la encuentran en periódicos digitales, sino reportes de pequeñas noticias en otros medios del internet como blogs, redes, o cazadores de tendencias, mercadeo de moda trabajado por las marcas, pero información recopilada en determinado medio no existe

**7. Ya sea usted alumno y/o profesor, ¿considera que en sus clases es necesaria la información actualizada sobre moda?**

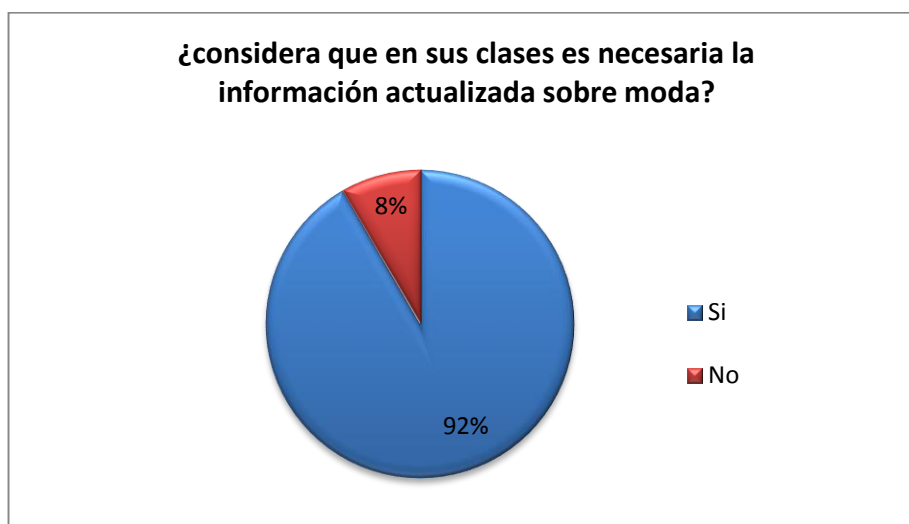
Tabla 2-7: Encuesta docente/alumno # 7

VARIABLE	FA	%
Si	55	91,67
No	5	8,33
TOTAL	60	100

Fuente: encuesta docente/alumno # 7

Elaborado por: Ayda Rico 2013

Gráfico 2.7: Encuesta docente/alumno # 7



Fuente: Encuesta docente/alumno # 7

Elaborado por: Ayda Rico 2013

### Interpretación

La información actualizada de moda ha llegado a ser herramienta necesaria y primordial para impartir y recibir clases a la hora de diseñar ya que hace parte relevante al momento de diseñar y crear productos que estén a gusto con el target elegido, al entorno en donde se va a vender el producto y al medio que lo va a utilizar.

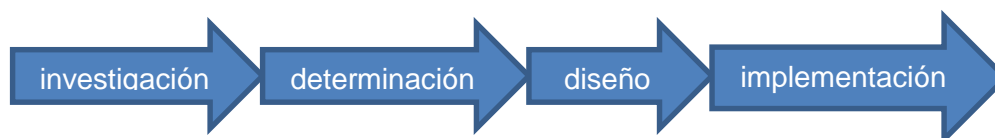
## 2.7 Proceso para el desarrollo de propuesta.

Se desarrollará como primer paso la elaboración del periódico digital enfocando los temas relacionados con la moda, y luego la aplicación de la herramienta en diferentes metodologías para la enseñanza en el área de moda y vestuario.

### 2.7.1 Periódico digital.

A través de la búsqueda parcial en donde se procede con tareas definidas para lograr la meta establecida, como el desarrollo del periódico digital tomando en cuenta los pasos a seguir para su elaboración serán la siguiente:

Gráfico 2.8: Metodología de desarrollo para periódico



Elaborado por: Ayda Rico 2013

#### 2.7.1.1 Investigación.

Haciendo un recorrido por las herramientas disponibles en la web 2.0 encontramos servicios como los blogger, revistas digitales (issuu), y páginas web la cuales se desarrollan plantillas, para después subirlas al internet.

Se tomaron en cuenta varios hosting que contienen sitios web con periódicos digitales que ofertan en el internet como fueron:

- Paper.li

Es en este sitio web se puede personalizar el título, los contenidos se tienen que escoger de unas determinadas páginas como por ej: National Geographic y el sitio coloca los artículos. No tiene costo alguno.

Gráfico: 2.9: Periódico digital paper.li



Fuente: <http://paper.li/f-1378928493>.

- Genews:

Oferta publicaciones online para gestionar contenidos periodísticos como periódicos digitales en donde ellos diseñan la plantilla la cual solo se puede personalizar ciertos parámetros. Tiene un costo de acuerdo a la cantidad de noticias que se va a subir y el número de lectores el cual es 1.25 euros diarios.

Gráfico 2.10: Empresa de contenidos en la web



Fuente: <http://www.genews.es/>

- Koina:

Este sitio oferta solo para periódico comunales es un servidor desarrollado en Venezuela su plantilla es la misma para todas las páginas. Su servicio es gratuito.

Gráfico 2.11: Pagina web periodico gratuito

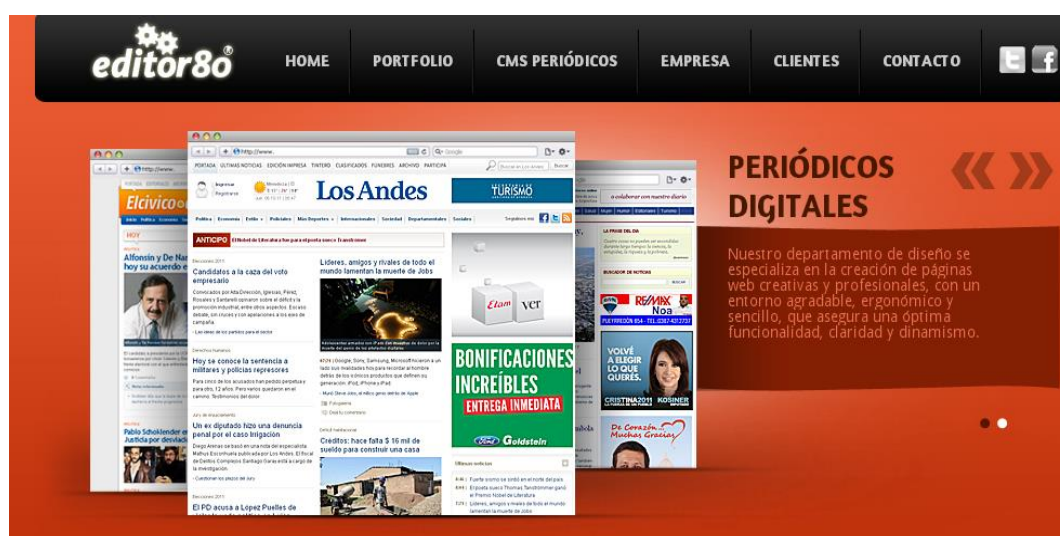


Fuente: <http://www.Koina.es/>

- Editor 80

Sitio que oferta servicios de publicación especializados en desarrollo de portales en donde de acuerdo a las necesidades del clientes ellos diseñan las plantillas. Sus costos por cada servicio son pagados se debe entregar una cuota inicial de 300 dólares y un pago mensual de 150 dólares.

Gráfico 2.12: Pagina web que oferta servicios



Fuente: <http://www.editor80.com>

- FolioGen/folioserver.com:

Ofrece servicio de software en la web en donde profesionales desarrollan los contenidos de las plantillas sin personalizar ya le dan elaborada de acuerdo al cliente y el mantenimiento de la página. Su costo de 390 euros en un solo pago anual y de 300 a 700 euros por mantenimiento trimestral.

Gráfico 2.13: Pagina web que oferta servicios para publicaciones.

Fuente: <http://www.foliogen.com>

- [wordpress.com](http://wordpress.com):

Es una plataforma semántica que es utilizada para publicaciones de forma gratuita pero hay que adquirir el diseño de las plantillas con personas especializadas. Costo de la plataforma es gratuito y la elaboración de la plantilla es de 300 dólares anuales.

Gráfico 2.14: Pagina web que oferta servicios para publicaciones.

Fuente: <https://es.wordpress.com/>

Después de revisar los hosting ofertados en el mercado se realiza una comparación para poder tomar la decisión de cuál es la mejor opción.

Tabla 2-8: Cuadro Comparativo de sitios web

Sitios web	Costo	Facilidades de uso	plantillas
Paper.li	Gratuito	Paginas establecidas por el servicio, solo se determina de donde se desea escoger la información y colocar el nombre personalizado.	La plantilla está determinada.
Genews	30 Euros mensuales	AdminiStran personalmente el servicio.	Plantilla con ciertas modificaciones básicas.
FolioePress	117 Euros trimestral	Publican inmediatamente, facilidades de cambios en la plantilla.	Plantilla a elegir según pago.
Koina	Gratuito	Servicio comunitario.	Su plantilla ya está determinada.
Webempresa	150 anual	Se tiene soporte y dan facilidades de uso.	Plantillas modificables sin cambiar su esencia.
Editor 80		AdminiStran con técnicos el servicio.	Plantillas diseñadas predeterminadas de acuerdo a las necesidades del cliente.
wordPress	Gratuito	Publican inmediatamente La plantilla hay que diseñar.	Plantilla pagada para usar el servicio.

**Fuente:** el investigador

**Elaborado por:** Ayda Rico 2013

### 2.7.1.2 Determinación.

El análisis realizado conlleva a determinar el servicio que ofrece mayor facilidades de uso y podrá ser una excelente herramienta para el aprendizaje, la cual fue a través de la empresa “Webempresas” que oferta el

hosting incluido plantilla modificable y personalizada con un costo de 150 dólares anuales por el servicio en donde tiene atención de técnicos a través de foros.

Gráfico 2.15: Servicio de hosting para publicaciones

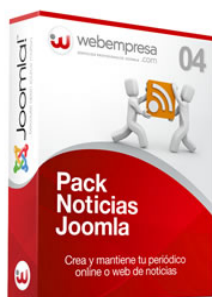


Fuente: <http://www.webempresa.com/?gclid=CNrlv-jf3L4CFsSv7AodxHMADw>

Webempresas oferta varios pack en diferentes servicios como se ve.

Gráfico 2.16: Promoción de webempresa sobre el pack noticias

## Pack Noticias Joomla



Todo lo que necesitas para crear y mantener tu periódico o web de noticias.

- Publica tus noticias de forma sencilla y sin conocimientos de programación.
- **Personaliza la plantilla** a tu gusto: colores, módulos, etc.
- Lista para empezar a añadir noticias a tu Web, desde el primero momento.
- Soporte **Gratis**, resolvemos las dudas que te puedan surgir.
- **Hosting Joomla 1Gb. y tu nombre de Dominio Gratis** con tu Pack!
- Incluye extensión de conexión con **redes sociales**.
- Diseños preparados para que puedas insertar banners publicitarios.

Fuente: <http://www.webempresa.com/crear-web-con-joomla/pack-periodico-joomla.html>

Se procede a contratar el pack ofertado con los pagos pertinentes, después de comprobar que el dominio no exista en el mercado, y de esta manera se procedió a realizar la instalación.

Gráfico 2.17: Pantalla de instalación del dominio



**Fuente:** <http://www.webempresa.com/crear-web-con-joomla/pack-periodico-joomla.html/installación>

Pantalla para inicio de personalización del dominio. Luego se elige la plantilla en la que se va a trabajar en donde el servicio oferta varias opciones.

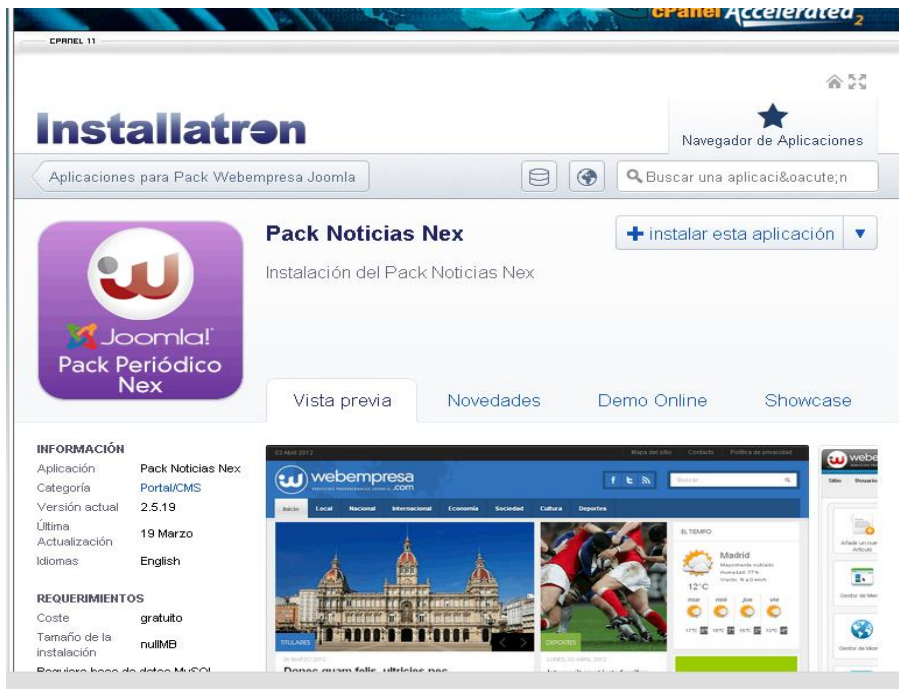
Gráfico 2.18: Elección de plantilla



Fuente: <http://www.webempresa.com/crear-web-con-joomla/plantilla>

Se realizó un clic en la plantilla determinada de acuerdo a las características que se buscaba para el aprendizaje.

Gráfico 2.19: Pantalla de instalación



Fuente: <http://www.webempresa.com/crear-web-con-joomla/installatron/pack-noticias-nex>

Cuando se determina la plantilla esta se comienza a instalar en el hosting.

Gráfico 2.20: Proceso de subir plantilla al dominio.

**Installatron** Navegador de Aplicaciones

Pack Noticias Nex Buscar una aplicaci&oacute;n

### Instalar Pack Noticias Nex

¡Bienvenido al asistente de instalación de Packs Webempresa! Este asistente le guiará a través de la instalación de Pack Noticias Nex.

El proceso de instalación agregará una instancia de la aplicación seleccionada a su dominio. Esto creará los archivos y directorios del software y una base de datos (si la usara la aplicación).

#### Ubicación

Por favor, seleccione una ubicación para instalar Pack Noticias Nex.

La ubicación es una combinación de un dominio y una ruta que juntos determinan dónde se instalarán los archivos y dónde se visualizará la aplicación en un navegador web después de la instalación.

El dominio y la ruta seleccionadas arriba representan una URL (enlace a una página web) y también una ruta física en el disco duro del servidor, ambos mostrados aquí:

Dominio	
<input type="text" value="http://www.pasarela-edi.com/"/>	
Filter: <input type="text" value="Enter keywords"/>	
pasarela-cp84.webjoomla.es	<a href="http://pasarela-cp84.webjoomla.es/">http://pasarela-cp84.webjoomla.es/</a>
pasarela-edi.com	<a href="http://pasarela-edi.com/">http://pasarela-edi.com/</a> <a href="http://www.pasarela-edi.com/">http://www.pasarela-edi.com/</a>

#### Versión

Seleccione la versión de Pack Noticias Nex a instalar.

Fuente: <http://www.webempresa.com/crear-web-con-joomla/installatron/pack-noticias-nex>

Como podemos ver la plantilla comienza a instalarse en el dominio adquirido

Gráfico 2.21: Confirmación de instalación.

**Installatron** Navegador de Aplicaciones

Pack Noticias Nex Buscar una aplicaci&oacute;n

### Instalar Pack Noticias Nex

¡Bienvenido al asistente de instalación de Packs Webempresa! Este asistente le guiará a través de la instalación de Pack Noticias Nex.

El proceso de instalación agregará una instancia de la aplicación seleccionada a su dominio. Esto creará los archivos y directorios del software y una base de datos (si la usara la aplicación).

#### Ubicación

Por favor, seleccione una ubicación para instalar Pack Noticias Nex.

La ubicación es una combinación de un dominio y una ruta que juntos determinan dónde se instalarán los archivos y dónde se visualizará la aplicación en un navegador web después de la instalación.

El dominio y la ruta seleccionadas arriba representan una URL (enlace a una página web) y también una ruta física en el disco duro del servidor, ambos mostrados aquí:

Dominio	
<input type="text" value="http://www.pasarela-edi.com/"/>	
Ruta	<input type="text"/>
	<a href="http://www.pasarela-edi.com/">http://www.pasarela-edi.com/</a> <a href="http://www.pasarela-edi.com/home2/pasarela/public_html/">/home2/pasarela/public_html/</a>

#### Versión

web) y también una ruta física en el disco duro del servidor, ambos mostrados aquí: /home2/pasarela/public\_html/

### Versión

Seleccione la versión de Pack Noticias Nex a instalar.

**Versión**  
2.5.19 (recomendado)

**Idioma**  
Español (Spanish)

El contrato de licencia para el usuario final especifica cómo se puede usar el software, y puede incluir normas sobre el uso comercial, la modificación y la distribución, así como información sobre versiones de pago de la aplicación.

**Pack Noticias Nex 2.5.19 EULA**

He leído y aceptado los términos de la licencia  
 Yo no acepto los acuerdos de la licencia

El backup creado es automáticamente restaurado si la actualización falla, y notificaciones por correo son enviadas con el resultado de la actualización.

Actualizaciones se ejecutan entre la media noche y las 6AM hora local.

**Actualización Automática**

No actualizar automáticamente.  
 Crear un backup y actualizar a una **versión menor** y **publicaciones de seguridad**. (Recomendado)  
 Crear un backup y actualizar a cualquier versión nueva.

### Configuración

Estas opciones le permitirán adaptar y personalizar esta aplicación instalada.

Los valores puestos pueden luego ser modificados con Packs Webempresa o con la aplicación instalada.

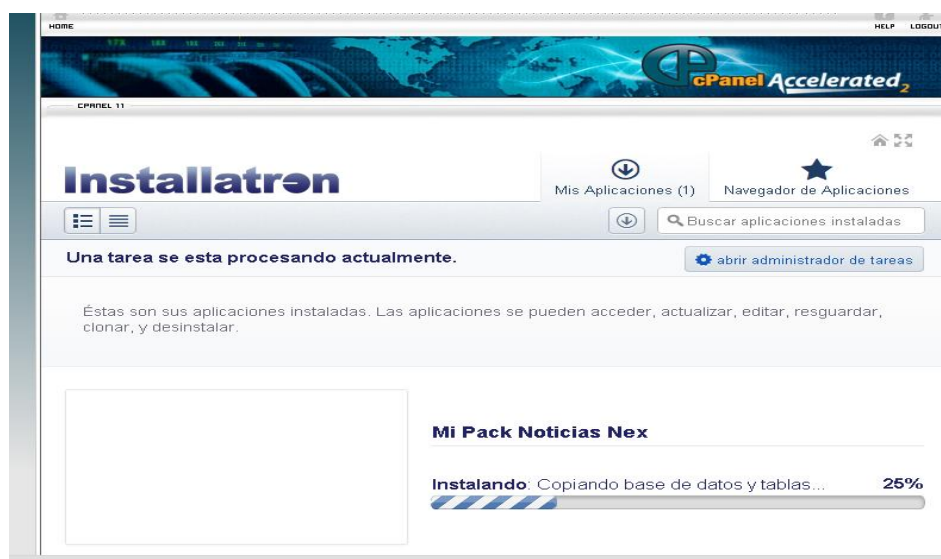
**Nombre usuario administrador**  
admin

**Contraseña del usuario admin**

Fuente: <http://www.webempresa.com/crear-web-con-joomla/installatron/pack-noticias-nex>

Luego de la instalación se determina características específicas del sitio de acuerdo a los requerimientos que el usuario desee

Gráfico 2.22: Instalación de pack noticias



Fuente: <http://www.webempresa.com/crear-web-con-joomla/installatron/pack-noticias-nex>

La instalación del sitio web se completa de manera correcta y confirman a través del correo electrónico.

Gráfico 2.23: Instalación exitosa



**Fuente:** <http://www.webempresa.com/crear-web-con-joomla/installatron/pack-noticias-nex>

Instalada la plantilla en el dominio determinado se podrá empezar a trabajar con ella colocando las noticias de interés para los alumnos que podrán consultar, pero tomaremos en cuenta que para administrar la página estaba con un gestor de contenidos conocida como “Joomla” (<http://www.joomlaspanish.org/>) el cual se dará pautas de cómo debemos realizar los contenidos en el periódico.

- Que es Joomla?

Es un software gratuito y libre para la gestión de contenidos en las páginas web, de fácil manejo, ya que con conocimientos de algún editor de texto se podrá manejar. Se realizan construcciones de sitios web en donde el administrador puede insertar imágenes, tener foros, envío de boletines y

mucho mas no sin olvidar que Joomla por ser un gestor de contenidos su software mantiene el seguimiento de cada uno del contenido que se utilizan.

Necesita instalarse en un servidor web con ciertas características como el lenguaje de programación php y un gestor de base de datos MySQL se puede realizar dicha instalación de forma manual o a través de alguna empresa pagada para tener acceso a la página a través de un servidor en el front-end para visualizar la página y back-end para administrarla.

### 2.7.1.3 Diseño

Con la determinación de la plantilla se procede a personalizarla.

- Logo

Gráfico 2.24: Diseño de logo.



**Fuente:** el investigador

**Elaborado por:** Ayda Rico 2013

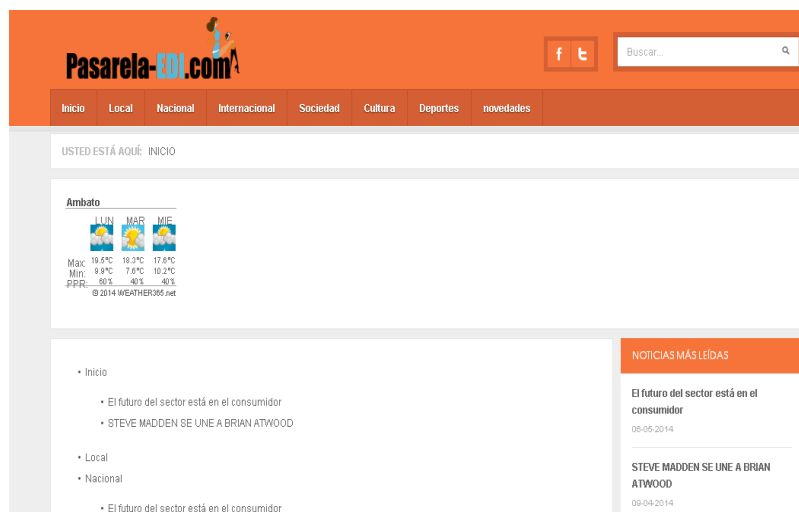
Se utilizara como logo el mismo nombre del dominio que a su vez será el título del periódico, el software que se utilizó para desarrollar este logotipo fue adobe ilustrador, y representa lo que pasara en las grandes pasarelas internacionales, acompañada de las siglas de la escuela de Diseño y la mujer sentada dándole el interés que se entregara para la lectura. Se

manejara colores negros y azules por ser los más visuales para las artes gráficas.

- Plantilla

En la plantilla ofrece algunos colores de fondo como el rojo, verde, negro y otros en donde se eligió el color naranja por ser un color atractivo y estar dentro de los colores innovadores de moda y el logo nos resalta perfectamente al igual que los gadgets.

Gráfico 2.25: Plantilla de color definido



**Fuente:** <http://pasarela-edi.com/>

Para ingresar al administrador se ingresa por el back-end que se presentara de la siguiente manera.

Gráfico 2.26: Panel de administrador de plantilla



**Fuente:** [http://pasarela-edi.com/administrator/index.php?option=com\\_modules&layout=edit&id=118](http://pasarela-edi.com/administrator/index.php?option=com_modules&layout=edit&id=118)

Las noticias se van incorporando de acuerdo a como se requiere en la información de moda.

Gráfico 2.27: Panel de control de plantilla



**Fuente:** <http://pasarela-edi.com/administrator/index.php>

Desde el administrador en la pestaña “añadir un nuevo artículo” se van subiendo los reportajes de moda de diferentes fuentes que se encuentran en el internet lo fundamental es escoger lo más relevante en asuntos de tendencias y aquello que puede influenciar en procesos de moda.

Gráfico 2.28: Control para añadir artículos

The screenshot shows the Joomla! administrator interface for adding a new article. The title is 'Los equipos de nuevo diseño con Dic'. The category is 'moda', status is 'Publicado', and access is 'Público'. There is a 'Set de permisos' button. The text editor is visible below the form. On the right, there are options for publication, article, and meta tags.

**Fuente:** [http://pasarela-edi.com/administrator/index.php?option=com\\_content&view=article&layout=edit](http://pasarela-edi.com/administrator/index.php?option=com_content&view=article&layout=edit)

Su entorno es igual a los procesadores de textos, al igual que para subir imágenes debe estar en el servidor de la plantilla. Luego de colocar el texto y configurarlo se realiza un clic sobre aplicar luego guardar y cerrar, por lo tanto el artículo ya está publicado.

La plantilla permite realizar cambios desde el panel del administrador para que esta se vea de manera personalizada, podremos cambiar las categorías

Gráfico 2.29: Panel de control para nueva opción



**Fuente:** <http://pasarela-edi.com/administrator/index.php>

En Las categorías se puede ubicar cada artículo de acuerdo a su naturaleza como personalizar según la necesidad del administrador con el botón nuevo, si se comete alguna equivocación se puede editar, se puede cambiar el orden de publicación con los casilleros de orden, y cuando se termina de realizar estos cambios de publica y se comprueba los cambios.

Gráfico 2.30: Panel de control para categorías

<input type="checkbox"/>	Título	Estatus	Orden
<input type="checkbox"/>	Nacional (Alias: nacional)	✓	1
<input type="checkbox"/>	Sin clasificar (Alias: sin-clasificar)	✓	2
<input type="checkbox"/>	Internacional (Alias: internacional)	✓	3
<input type="checkbox"/>	Local (Alias: local)	✓	4
<input type="checkbox"/>	Sociedad (Alias: sociedad)	✓	5
<input type="checkbox"/>	Cultura (Alias: cultura)	✓	6
<input type="checkbox"/>	moda (Alias: moda)	✓	7
<input type="checkbox"/>	Personajes (Alias: personajes)	✓	8

**Fuente:** [http://pasarela-edi.com/administrator/index.php?option=com\\_categories&extension=c\\_content](http://pasarela-edi.com/administrator/index.php?option=com_categories&extension=c_content)

Es modificable los menús al igual que las categorías colocamos nuevos como fue personajes, cultura, habitad, productos y personajes.

Gráfico 2.31: Tablero de control para menús

The screenshot shows the Joomla! administration interface for managing menu items. The top navigation bar includes 'Sitio', 'Usuarios', 'Menús', 'Contenido', 'Componentes', 'Extensiones', and 'Ayuda'. The main heading is 'Gestor de Menús: Elementos del Menú'. Below this, there are buttons for 'Nuevo', 'Editar', 'Publicar', 'Despublicado', and 'Comprobar'. A message indicates 'Elemento Menú guardado correctamente'. The main content area features a search bar and a table of menu items.

<input type="checkbox"/>	Título	Estatus	Orden	Acceso	Tipo de
<input type="checkbox"/>	Inicio (Alias: homepage)	✓	1	Público	Artículos
<input type="checkbox"/>	Local (Alias: local)	✓	2	Público	Artículos
<input type="checkbox"/>	Nacional (Alias: nacional)	✓	3	Público	Artículos
<input type="checkbox"/>	Internacional (Alias: internacional)	✓	4	Público	Artículos
<input type="checkbox"/>	Economía (Alias: economía)	✗	5	Público	Artículos
<input type="checkbox"/>	Sociedad (Alias: sociedad)	✓	6	Público	Artículos
<input type="checkbox"/>	Cultura (Alias: cultura)	✓	7	Público	Artículos

**Fuente:** [http://pasarela-edi.com/administrator/index.php?option=com\\_categories&extension=c\\_content](http://pasarela-edi.com/administrator/index.php?option=com_categories&extension=c_content)

Para modificar la plantilla se ingresa a gestor de plantillas se ubica la plantilla que se contrató y se modifica los parámetros que cambia la apariencia de la plantilla sin perder la esencia de la misma. Como por ejemplo: el color, logo, tamaño de las fotos, la fuente de los artículos, y parámetros más técnicos que solo se realizaría de mejor manera con un especialista.

Gráfico 2.32: Panel de control edición de plantilla

The screenshot shows the Joomla! Template Manager interface for editing the JA\_Nex template. The page title is "Gestor de Plantillas: Editar Estilo".

**Detalles:**

- Nombre Estilo: JA\_Nex - Defecto
- Plantilla: ja\_nex
- Sitio: (empty)
- Defecto: Todos
- ID: 120
- Descripción de la plantilla: JA Nex is now updated and available for use with Joomla! 2.5. Joomlart's latest addition to its powerful stable of News Themes, JA NEX comes built the newly updated JAT3 2 Framework and K2 for Joomla! 2.5. This template does not support RTL languages. Resources: | Template Home Page | Demo | Forum | | T3 Framework Wiki | Updates | JIRA | Downloads |

**Standard Setting:**

- Select logo type: Image
- Font Size: 3
- Template Width: SPECIFIED
- Specified width: 990px
- Hide Main content block: No
- Footer T3 Logo: No show

**Google Font API Settings:**

- Global: -- Not applied --
- Logo: -- Not applied --
- Slogan: -- Not applied --
- Main Menu: -- Not applied --
- Sub Menu: -- Not applied --
- Module Title: -- Not applied --

**Language & Page Assignments:**

Pages	Profiles
All Page	Default
All / 435	Homepage

**Fuente:** [http://pasarela-edi.com/administrator/index.php?option=com\\_templates&view=style&layout=edit&id=120](http://pasarela-edi.com/administrator/index.php?option=com_templates&view=style&layout=edit&id=120)

En el gestor de módulos se personaliza cada parte de la plantilla en cuanto lo que queremos que sea visible con publicar o no con el botón rojo se puede crear módulos nuevos y editar el existente y los contenidos de cada módulo haciendo clic sobre cada parámetro que se desea cambiar. Para el periódico se eliminaron algunos elementos que no eran pertinentes al tema del periódico como ejemplo: últimas noticias, contenidos más leídos y otros.

Gráfico 2.33: Panel de control de los módulos

	Titulo	Estatus	Posición	Orden	Tipo de Módulo	Páginas	Acceso	Idioma	ID
<input type="checkbox"/>	BreezingForms	<span style="color: red;">●</span>	:: Ninguno ::	0	BreezingForms	Ninguno	Público	Todo	113
<input type="checkbox"/>	JA Content Slider	<span style="color: red;">●</span>	:: Ninguno ::	0	JA Content Slider	Ninguno	Público	Todo	93
<input type="checkbox"/>	JA News Sticker	<span style="color: red;">●</span>	:: Ninguno ::	0	JA News Sticker	Ninguno	Público	Todo	96
<input type="checkbox"/>	JA Side News	<span style="color: red;">●</span>	:: Ninguno ::	0	JA Side News	Ninguno	Público	Todo	97
<input type="checkbox"/>	Weather365	<span style="color: red;">●</span>	:: Ninguno ::	0	Weather365	Ninguno	Público	Todo	116
<input type="checkbox"/>	Noticias más leídas	<span style="color: green;">✓</span>	acordeon	1	JA Bulletin	Todos	Público	Todo	92
<input type="checkbox"/>	Últimas noticias	<span style="color: green;">✓</span>	acordeon	1	JA Bulletin	Todos	Público	Todo	106
<input type="checkbox"/>	Artículos Archivados	<span style="color: red;">●</span>	archivado	1	Artículos archivados	Varias	Público	Todo	27
<input type="checkbox"/>	Artículos Categorías	<span style="color: red;">●</span>	articuloscategoriesload	1	Categorías Artículos	Varias	Público	Todo	61
<input type="checkbox"/>	Artículos de una Categoría	<span style="color: red;">●</span>	articuloscategoryload	1	Categoría Artículos	Varias	Público	Todo	69
<input type="checkbox"/>	Últimas Noticias	<span style="color: red;">●</span>	articuloslatestload	1	Últimas Noticias	Varias	Público	Todo	28
<input type="checkbox"/>	Contenido Más Leído	<span style="color: red;">●</span>	articulospopularidad	1	Contenido más leído	Varias	Público	Todo	29
<input type="checkbox"/>	Ruta de navegación	<span style="color: green;">✓</span>	breadcrumbs	1	Ruta	Variaciones excepciones	Público	Todo	17
<input type="checkbox"/>	Banners	<span style="color: green;">✓</span>	content-mass-bottom	1	Anuncios-Banners	Todos	Público	Todo	18

Fuente: [http://pasarela-edi.com/administrator/index.php?option=com\\_modules](http://pasarela-edi.com/administrator/index.php?option=com_modules)

Para el gestor de usuario el periódico da la facilidad de determinar qué tipo de usuario desea que lean este periódico y poder enviarles al correo para su revisión, pero como no adquirimos esta licencia tomamos el de público en general.

Gráfico 2.34: panel de control manejo de usuarios

<input type="checkbox"/>	Nombre	Nombre Usuario	Activado	Activo	Grupo de usuarios	Email	Fecha última visita
<input type="checkbox"/>	Super Usuario	admin	<span style="color: green;">✓</span>	<span style="color: green;">✓</span>	Super Usuario	aydarico@yahoo.com	2014-05-28 15:17:18

Fuente: <http://pasarela-edi.com/administrator/index.php>

Cada uno de los gestores del periódico se puede cambiar de acuerdo a la necesidad que se va trabajando con el mismo.

Gráfico 2.35: panel de control



**Fuente:** <http://pasarela-edi.com/administrator/index.php>

En la pestaña de componentes se establecen funciones determinadas de la configuración.

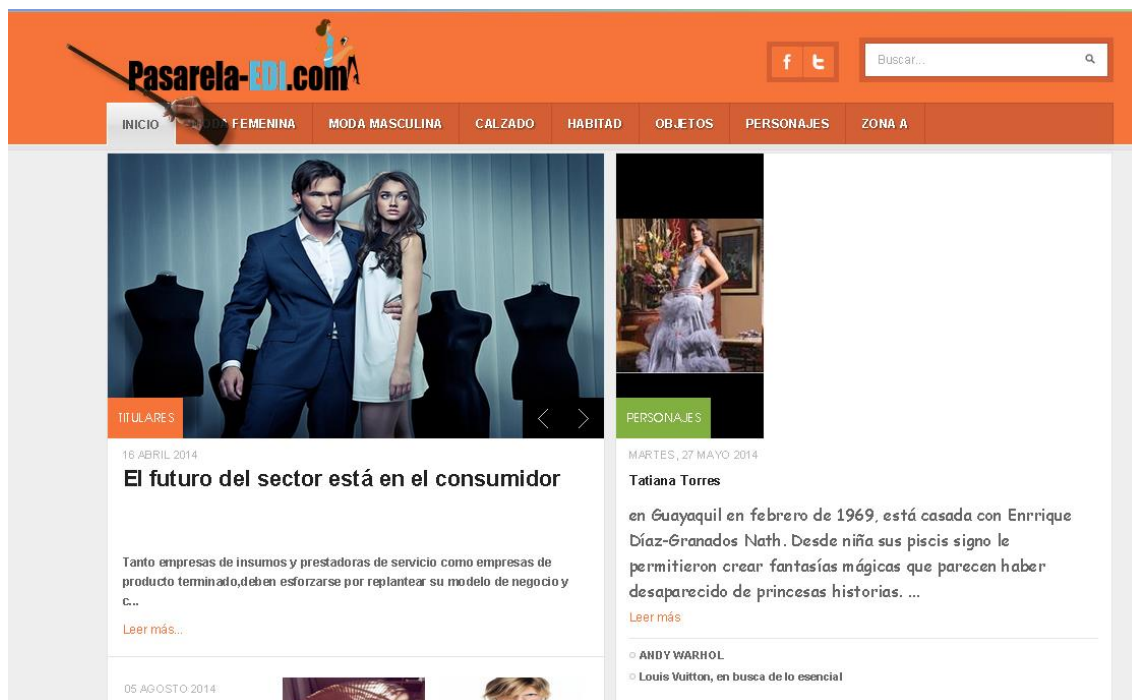
Gráfico 2.36: panel de control para componentes



**Fuente:** <http://pasarela-edi.com/administrator/index.php>

Con todos los parámetros descritos tendremos un resultado acorde al requerimiento puesto.

Gráfico 2.37: Plantilla de periódico publicado



Fuente: <http://pasarela-edi.com/>

De esta manera se va cambiando la información semanalmente para que los estudiantes tengan un tiempo prudente hasta alcanzar a revisar la información y discutir con los profesores del área para poder reforzar los conocimientos y aportar de mejor manera en el área de diseño.

#### 2.7.1.4 Implementación

Después de un proceso de diseño y de recopilación de información la publicación de encuentra lista para ser revisado por el público en general ya que los parámetros exigidos por el dominio de hosting era éste, para tener acceso para visualizar el periódico hay que colorar la dirección

www.pasarela-edi.com en donde se desplegara la pantalla de presentación y para revisar las noticias se dará clic en la noticia o en las pestañas de interés del usuario.

Gráfico 2.38: Periódico publicado



Fuente: <http://pasarela-edi.com/>

Se desarrolló las pestañas de interés para los usuarios de la Escuela de Diseño Industrial como son:

Moda femenina, Moda masculina, Calzado, Habidad, Objetos, Personajes, Zona A. En cada de una de estas secciones se encontrara noticias con respecto a su enunciado, respetando la fuente en donde se tomó; dentro de la Zona A se podrá verificar material visual de videos y trabajos de alumnos realizados durante el periodo de estudios y elegidos por el comité editor. En

esa sección se podrá evidenciar la aplicación de la estrategia y la retroalimentación de los estudiantes transmitiendo su estilo de diseño.

Gráfico 2.39: Periódico publicado Zona A

**Fuente:** <http://pasarela-edi.com/>

Se tomara en cuenta que el comité editor está compuesto por el administrador del periódico, un alumno y un profesor del área. La interactividad estará a través de los comentarios colocados en la parte inferior de cada reportaje como lo vemos en el gráfico



Fuente: <https://www.facebook.com/>

Y la plataforma que se trabaja en la PUCESA EVAE de los profesores involucrados en el área de diseño como son los talleres.

Gráfico 2.42: Plataforma EVAE profesor del área publicación del link

Fuente: <http://evae.pucesa.edu.ec/evae/pucesa/my/> Gabriel

Gráfico 2.43: Plataforma EVAE publicación del link

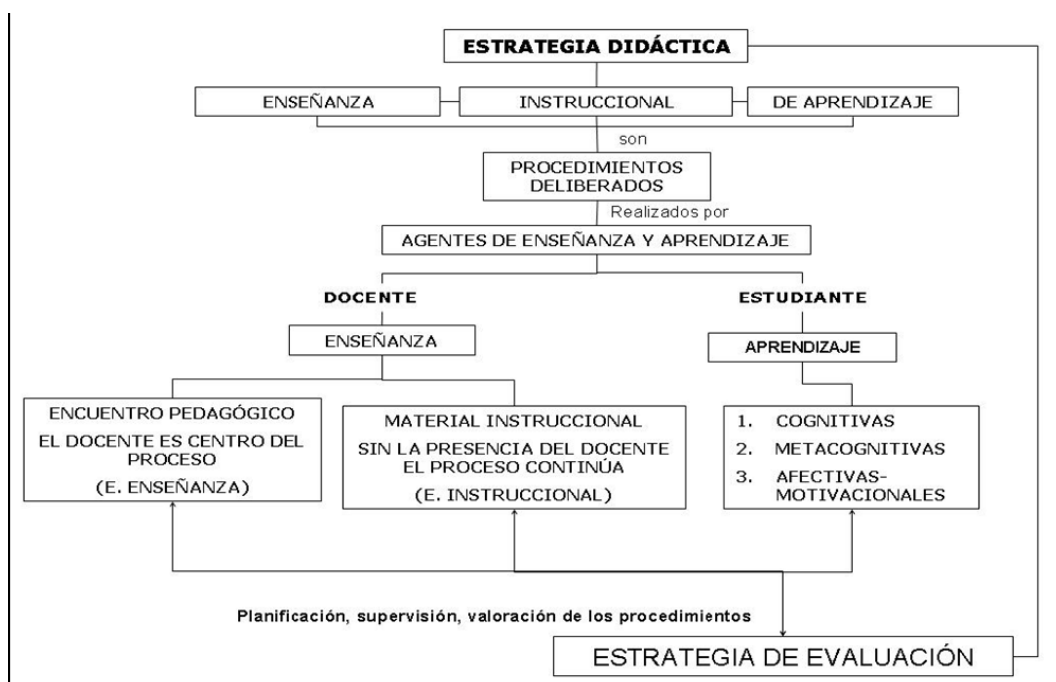
Fuente: <http://evae.pucesa.edu.ec/evae/pucesa/my/> angélica

Con esta herramienta después de la publicación, se hará uso como recurso informativo para desarrollar óptimamente el aprendizaje en el área de diseño.

## 2.8 Estrategia didáctica

Hoy en día la educación está sufriendo una transformación en donde las clases magistrales se les dedican menos tiempo y se están innovando en estrategias de grupo y de trabajo individual, se considerando a los docentes como líderes de equipos. Los acontecimientos demandan del entorno una adaptación de los métodos de enseñanza para los universitarios por lo tanto un método de enseñanza debe cumplir la finalidad de instrucción, el aprendizaje debe tomar en cuenta los procesos cognitivos del aprendiz.

Gráfico 2.44: desarrollo de estrategia didáctica.



Fuente: [http://www.tendenciaspedagogicas.com/Articulos/2010\\_16\\_13.pdf](http://www.tendenciaspedagogicas.com/Articulos/2010_16_13.pdf)

Sin apartarse del concepto de una estrategia las cuales son un conjunto de acciones para lograr que el resultado del aprendizaje propuesto se cumpla por lo tanto en el área de diseño se toma mayor atención a la parte experimental en especial en vestuario por lo que las estrategias a utilizar para transmitir los contenidos con un sentido ecuanimes como plantea la nueva era de la educación superior en donde el docente debe manejar los procesos cognitivos del alumno, se trabaja principalmente en la metodología proyectual, el taller y el aprendizaje basado en problemas. Como podemos darnos cuenta en el syllabus de las materias de taller.

Gráfico 2.45: Syllabus docente de taller

## 1. DATOS INFORMATIVOS

<b>ESCUELA:</b> DISEÑO INDUSTRIAL	
<b>CARRERA:</b> INGENIERIA EN DISEÑO INDUSTRIAL	
<b>Asignatura/Módulo:</b> TALLER DE DISEÑO IV	<b>Código:</b> EDI 6.1.1
<b>Plan de estudios:</b>	<b>Nivel:</b> Sexto
<b>Prerrequisitos:</b> Taller de Diseño III – EDI 5.1.1. Teoría de Diseño III – EDI 5.3.1. Tecnológico II - EDI 5.5.1 Empresa y Producción I – EDI 5.5.2	
<b>Correquisitos:</b> Ninguno	
<b>Período académico:</b> Enero – Mayo 2012	<b>Nº Créditos:</b> 9
<b>DOCENTE</b>	
<b>Nombre:</b> Naranjo Tapia Paulina Esthela	<b>Grado académico o título profesional:</b> Ingeniera en Diseño Industrial

Pontificia Universidad Católica del Ecuador  
Sede Ambato

									conci aprer
<b>UNIDAD III DISEÑO DE MODAS</b>									
3.1 Principios Fundamentales	13	4	5		Investigar en Internet sobre el Diseño de Modas.	1		Ciclo Experimental del Aprendizaje	Identi conci Diseñ
3.2 Moda y Cultura	14	5	4		Revisar nuevas tendencias de la Moda en Internet.	1		Ciclo Experimental del aprendizaje. Estudio de casos.	Difere difer Tendi del D
3.3 Ilustración	15	2	7	1	Investigar sobre la ilustración en el Diseño de Modas en Internet y revistas.	1		Gráfico.	Boce repre de pr
3.4 Materiales	16	4	5		Leer acerca de materiales en libros e Internet.	1		Proyectual y Gráfico.	Estir cara mate elabi pren
3.5 Aplicación	17	0	9	1	Mirar programas de Diseño de Modas.	1		Aprendizaje basado en Problemas.	Diseñ de pr
EXAMEN FINAL	18	1	8		Revisión de la información del curso en sus apuntes.	3		Síntesis y elaboración práctica.	Conjt tres c (inter mode provey

Fuente: syllabus taller de diseño IV

En donde el periódico digital puede intervenir de forma directa como parte de las estrategias establecidas,

En toda metodologías y/o estrategias hay que seguir ciertos procedimientos que incluyendo técnicas que se van a aplicar durante el transcurso de su desarrollo por tanto el periódico digital será un recurso utilizado cuando se tenga que realizar indagación de información de moda, que vayan de acuerdo con tendencias, personajes, actitudes, mercado laboral, márketing y otros temas de interés para el desarrollo del diseño.

Para la incrementación de la estrategia utilizaremos la plantilla propuesta por (Feo, 2010) el cual dentro de su estudio se determinó una matriz para elaboración de estrategias, tomando en cuenta la conceptualización, siendo un proceso de enseñanza–aprendizaje e intercambio de conocimientos actitudinales y cognoscitivos, se tendrá presente en la elaboración de esta matriz los paradigmas del constructivismo que son aplicados en área de diseño. Por lo tanto se presenta la siguiente matriz como propuesta de estrategia didáctica.

Tabla 2-9 estrategia didáctica

<b>Nombre de la estrategia:</b>	<b>Contexto:</b>	<b>Duración:</b> clase
positivo, negativo e innovación en periódico digital	Aulas educativas con un máx. de 20 mesas con facilidad de dibujar, proyector de imágenes, hojas, lápices, computadoras, acceso a internet	en donde intervenga la estrategia con un tiempo mínimo de 30 minutos

<p><b>Tema:</b></p> <p>Análisis y aplicación de información del periódico digital.</p>	<p><b>Objetivos y/o competencia:</b></p> <p>Identificar rápidamente la información más idónea para una propuesta de diseño dentro de su entorno</p>	<p><b>Sustentación teórica:</b> siendo una estrategia que está dentro del grupo de elaboración</p> <p>Beneficia la objetividad e incrementa la exploración de la situación planteada, buscando elementos de información, que facilite la decisión a tomar debidamente sustentadas, en el desarrollo de la creatividad al momento propositivo del producto.</p> <p>Al momento de elegir la noticia debemos analizar los aspectos:</p> <p>POSITIVOS: lo bueno, ventajoso, lo favorable de la noticia.</p> <p>NEGATIVO: son los defectos, insuficiencias, razones por que no gusta.</p> <p>INNOVACIÓN: lo que ha generado curiosidad, inquietud, lo diferente que pueda utilizar.</p>
<p><b>Contenidos:</b></p>		
<p>Conceptuales: Reconocer información, contenidos.</p>		
<p>Procedimentales: Clasificar información del periódico digital, para obtener una propuesta actual de un producto.</p>		
<p>Actitudinales: Integrar el Interés por la investigación relevante al momento de crear.</p>		
<p><b>Secuencia didáctica:</b></p> <p>Momento de inicio: apertura con una pequeña introducción al tema a tratar</p> <p>Momento de desarrollo: ingresar al periódico digital pasareladi.com, elegir una noticia publicada, análisis y analogías de</p>	<p><b>Recurso y medios:</b></p> <p>Computadoras</p> <p>Proyector de imágenes.</p> <p>Hojas</p> <p>Lápices,</p> <p>Materiales para desarrollo de prototipo.</p>	<p><b>Estrategia de evaluación:</b></p> <p>Cuestionario.</p> <p>Encuesta de usuario.</p> <p>Para que el estudiante tenga retroalimentación del entorno en criterios de su diseño.</p>

<p>la noticia y su aplicación en el objeto a desarrollar.</p> <p>Momento de cierre: retroalimentación a través de discusiones y reflexiones que podrán colocar en el periódico.</p>		
<p><b>Efectos de obtenidos esperados:</b> el estudiante estará en capacidad de investigar y analizar más rápidamente información idónea para desarrollar el diseño de un producto.</p>		
<p><b>Observaciones:</b> esta estrategia puede estar involucrada con otras.</p>		

Elaborado por: Ayda Rico 2013

### Esquema de una clase demostrativa:

- Presentación del monitor.
- Se romperá el hielo con la dinámica de presentación de los alumnos a través de los nombres que anotaran en un cartón, luego se mezclará y se volverán a repartir, el compañero correspondiente presentara al que tiene el nombre en su mano hasta que todos tengan su respectivo nombre.
- Presentación del tema con una pequeña introducción al manejo de la información a través del internet como medio de investigación cuando se va a comenzar el proceso de diseño por medio de la estrategia positivo, negativo e innovación en periódico digital y así ir educando el pensamiento creador y la independencia cognoscitiva de los alumnos, estimulando la enseñanza y la investigación científica. Se explicará que se desarrollaran ejercicios de percepción para que a través de la elección de un reportaje de moda como problema puedan mejorar la

capacidad de desarrollará la creatividad y quitarse bloqueos mentales.

- Tome varios reportajes que tengan relación con el tema de segmentación del mercado, en la moda femenina en el periódico digital, leerlos y describa minuciosamente las diferencias que hay entre ellos, a través de cuadros comparativos, anote todas las características que encuentre y desarrolle un análisis con respecto al entorno- reportaje utilizando lo negativo de cada uno de ellos.
- Se pedirá la entrega del documento y se intercambiará con los compañeros, para luego ser leídos en voz alta e instaurar una pequeña mesa de discusiones.
- Como segunda estancia, se realiza otra técnica la cual es: Ponga varios objetos (una bufanda, un gorro, un zapato, una muñeca, otros) en una bolsa opaca. La persona que los va a reconocer que meta la mano y los tome uno por uno y los asocie a los reportajes del periódico.
- Dibuje de memoria: después del análisis del reportaje tendrá que plasmarlo a través de un dibujó de esta manera se revisará cual fue la parte que más le llamo la atención o sea lo positivo de esta.
- Refuerzo de la metodología y la combinación con la estrategia positivo, negativo e innovación del periódico digital: Los alumnos individualizan la situación del problema a resolver, vinculada al quehacer tecnológico, que despierta su curiosidad o interés, destacando las implicaciones de orden técnico, científico, cultural, económico o social presentes en el reportaje escogido y su

connotación en el entorno. Formulan en término de problema del caso individualizado en la etapa anterior. Esta formulación debe ser clara: explicitando los aspectos que va a contener, precisando los objetivos a alcanzar, y las soluciones existentes. Se debe generar alternativas para solucionar el problema, partiendo de los conocimientos con que cuentan o con los que pudo adquirir luego de la lectura del reportaje, hará una reinterpretación a través de la creación de un diseño, es por esto que la innovación hace parte de la estrategia. Ya que al momento de diseñar y elaborar el prototipo debe satisfacer las necesidades del entorno en cuanto a creación de producto.

- Conclusiones y recomendaciones: Seleccionan la solución que mejor se adapte a los objetivos planteados, teniendo en cuenta el marco económico y social en el que está inserto en el entorno del target identificado y elegido. Verifican el comportamiento de la solución en un contexto global y ajustan su funcionamiento y detallan la solución, el proceso que siguieron para lograrla, sus características técnicas (especificaciones, rendimiento, etc.) y justifican las ventajas que presenta.
- Retroalimentación: después de revisar lo que el estudiante sabe, hace y la manera como actuó en el desarrollo de su propuesta podremos recocer el estilo del estudiante, en donde reflejara su forma de pensar, sentir y actuar es por esto que se utilizara la técnica de la exposición del producto, tomando en cuenta cada paso del proceso en donde va aportando la individualidad entrando en un pequeño debate de promoción, en donde la conclusión de esta será publicado

en el periódico dando un nuevo aporte de moda de acuerdo a su producto.

La estrategia presentada no se sigue en forma lineal, sino que entre las etapas hay retroalimentación que permite ir y venir entre cada una de ellas.

Como definimos anteriormente la estrategia a utilizar podremos compaginarla con otras. Si fuera el caso del método proyectual en el momento de recopilación de datos: como lo enunciamos anteriormente “se trata de la investigación realizada por el diseñador con el fin de recopilar datos en todos ámbitos, desde la parte antecedente, materiales, existencia de productos similares”, dentro de la programación de clase en la materia de taller se realiza de la siguiente manera el uso del periódico.

Tabla 2-10 programación de clase

TIEM PO	CONTENIDO	ACTIVIDADES	RECURSO	MÉTODO	RESP
5 min.	presentación	escuchar	marcador	magistral	facilitador
10 min.	Introducción al tema a desarrollar en clase como es la elaboración de diseños de vestuario aplicando tendencias	exposición	pizarra	magistral	facilitador
35 min.	Explicación sobre nichos de mercado en vestuario	Exposición creativa Presentación de diapositivas, Presentación de	Manual Proyector de imágenes, Computado	Inductivo Semirígido magistral	facilitador

		casos y comparaciones	r internet Periódico digital		
60 min.	Aplicación de ejercicios de percepción	Con lo visto en el reportaje de “el futuro está en el consumidor” desarrollar una colección sobre el diseño de acuerdo a un nicho de consumidores. En hojas de papel bond A4	Papel Lápices,	Deductivo Inductivo proyectual	Participantes facilitador
10min	Receso	Coffe break			
60 min.	Análisis de la propuesta enfrentada al entorno	Realizar un cuadro sinóptico y un comentario en el periódico sobre cómo está la colección con respecto al entorno	Objetos papel lápices Hojas de papel bon	Demostrativa Practica motivacion al	Facilitador participantes
35 min	Repaso y conclusiones	Se retomara el tema inicial se pondrá en consideración y se intercambiaran conceptos.	Proyector de imágenes.	Debate heurística	Facilitador participantes

Elaborado por: Ayda Rico 2013

En la estrategia de taller, “Pregunta contrapuesta a la respuesta: es desarrollar la actitud científica sustancial de saber preguntar y la actividad intelectual de investigar la respuesta.” Al unir la estrategia positivo, negativo

e innovación de periódico digital se podría desarrollar a través de preguntas que apoyen al desarrollo de la propuesta del objeto y su respuesta intelectual con la investigación en el periódico digital con un determinado artículo.

Las estrategias del ABP y positivo, negativo e innovación en periódico digital podríamos describir un ejemplo de desarrollo de la siguiente manera:

### **Taller sobre la metodología problemática y PNIPD**

Los métodos problemáticos educan el pensamiento creador y la independencia cognoscitiva de los educandos, el objetivo no es solo la obtención de los resultados, sino además, su capacitación independiente para la resolución de problemas en general.

Programación de taller.

Tabla 2-11 programación de clase

TIEMPO	CONTENIDO	ACTIVIDADES	RECURSO	MÉTODO	RESP
5 min.	presentación	escuchar	marcador	magistral	facilitador
10 min.	Juego de presentación	Escribir su nombre en una cartulina y presentar a su compañero.	música	grupala	participantes
10 min.	Explicación sobre las estrategias a través de ejemplos de apreciación para mejorar	Exposición creativa Presentación de diapositivas, Presentación de casos y comparaciones	Manual Proyector de imágenes Computador marcadores	Inductivo magistral	facilitador

	la creatividad				
60 min.	Aplicación de ejercicios de apreciación	Tome varios reportajes en el periódico digital, leerlos y describa minuciosamente las diferencias que hay entre ellos, a través de cuadros comparativos, Anote todas las características que encuentre y desarrolle un análisis con respecto al entorno.	Papel Lápices, conexión a internet	Deductivo Motivacional	Participantes facilitador
10min	Receso	Coffe break			
20 min.	Desarrollo de problemas mentales como aquellos pensamientos que no nos deja desarrollar la creatividad.	Ponga varios objetos en una bolsa opaca correlacionados con imágenes que se encuentren en el periódico digital. El estudiante toma uno, lo identifica y Dibuje de memoria un producto que pueda ser utilitario al entorno que mejor conozca.	Funda Objetos fotos ,papel lápices Hojas de papel bon	Demostrativa Practica motivacional	
35 min	Repaso y conclusiones	Se retomara el tema inicial se pondrá en consideración y se intercambiaran conceptos	Proyector de imágenes	Debate heurística	Facilitador participantes

Elaborado por: Ayda Rico 2013

**Retroalimentación:**

Podremos tomar en cuenta que la estrategia educativa a través de una evaluación clara a los estudiantes de diseño dentro de parámetros de necesidades del mercado podremos respetar y reconocer su “estilo personal” y enfatizar la importancia de analizar el aporte que se entrega al mercado, y en el aula quedara un aporte de aprendizaje para seguirlo transmitiendo. Con respecto a la retroalimentación educativa “La retroalimentación proporciona oportunidades para alcanzar las expectativas, modificar la dificultad de las metas de desempeño y obtener reconocimiento, por lo tanto es importante proporcionar oportunidades de evaluación a los estudiantes para determinar cómo se están desempeñando” (Luna, 2009). Con este criterio y la publicación de los comentarios que realizara en el periódico digital, el estudiante podrá interactuar con parámetros evaluativos, para determinar qué aspecto fue el que más le motivo del reportaje, y último recurso dentro de la afirmación de su propuesta, será publicar su trabajo terminado, cuando cumple los parámetros para este fin, al igual estará con los comentarios de otras personas y esto hará que el estudiante afirme su estilo y vaya más allá del proceso formativo vendiendo su producto confiando en que está dentro de la exigencias de calidad del mercado en el entorno.

### 3. ANALISIS Y VALIDACIÓN DE RESULTADOS

La comprobación de la hipótesis se realiza con sistema de porcentajes por la naturaleza de la tesis que es descriptiva con la comparación entre las respuestas iniciales y las que se realizaron al momento de la implementación.

La hipótesis propuesta es:

La implementación de un periódico digital de moda como recurso para estrategias didácticas interactivas, permitirá desarrollar información para el área de vestuario en la Escuela de Diseño Industrial de la PUCESA.

Encuestas a profesores y alumnos que utilizaron el recurso del periódico digital

#### 3.1.1 Resultados de la encuesta de comprobación.

##### 1. ¿Considera Ud. Que la información recopilada es la adecuada en el área de moda?.

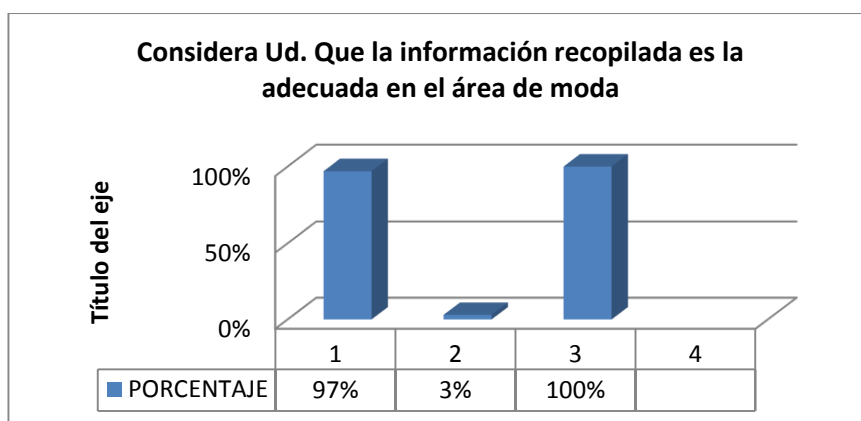
Tabla 3-1: Encuesta de comprobación # 1

	FA	%
Si	57	97
No	2	3
TOTAL	59	100

Fuente: el investigador

Elaborado por: Ayda Rico 2013

Gráfico 3.1: encuesta de comprobación



Fuente: el investigador

Elaborado por: Ayda Rico 2013

**2. ¿El periódico digital le sirvió para constituirse en un recurso de información de moda en la estrategia de aprendizaje que Ud. Utiliza?**

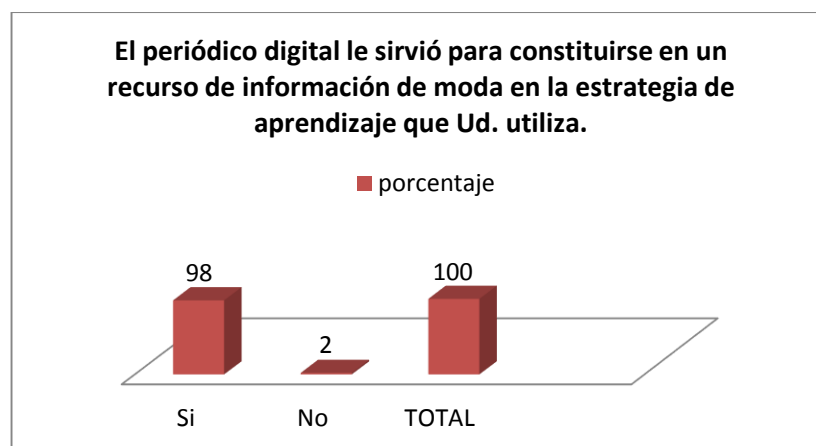
Tabla 3-2: encuesta de comprobación #2

VARIABLE	FA	porcentaje
Si	59	98
No	1	2
TOTAL	60	100

Fuente: el investigador

Elaborado por: Ayda Rico 2013

Gráfico 3.2: Encuesta de comprobación#2



Fuente: el investigador

Elaborado por: Ayda Rico 2014

### 3. Con la información de moda actualizada, ¿Desarrolló mejor sus clases al momento de aplicar el diseño?

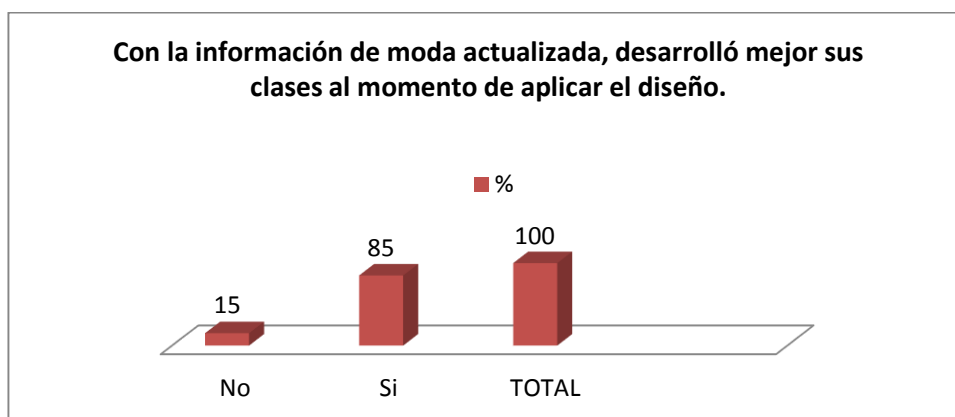
Tabla 3-3: Encuesta de comprobación #3

VARIABLE	FA	%
No	9	15
Si	51	85
TOTAL	60	100

Fuente: el investigador

Elaborado por: Ayda Rico 2014

Gráfico 3.3: Encuesta de comprobación #3



Fuente: el investigador

Elaborado por: Ayda Rico 2014

#### Interpretación

Con las preguntas planteadas nos podemos dar cuenta que en un porcentaje mayoritario tuvo la respuesta "SI", esto indica que el recurso para ser utilizado a través de varias técnicas, podrá ayudar a desenvolver de mejor manera las destrezas de aprendizaje, así como la forma que los alumnos tiene facilidad de accesibilidad por medio del internet, encontrando la información adecuada y rápida, se convirtió en estrategia interactiva ya que el docente interactuó con el alumno durante el proceso de enseñanza.

Realizando un análisis comparativo con las encuestas de diagnóstico y las de comprobación, podríamos decir que la herramienta del periódico digital en el área de diseño, no solo de vestuario sino de moda en todos los ámbitos, será un recurso estratégico de enseñanza-aprendizaje, ya que con la información pertinente encontrada en el periódico digital, tanto el alumno como el docente podrán hacer uso del recurso de comunicación más universal que existe actualmente como es el internet, aparte de esto se tendrá una herramienta para interactuar con opiniones, y publicar su trabajo comenzando su proceso de promoción en el mercado. Dentro del aula al momento de utilizar la estrategia didáctica podrá crear foros, mesas redondas, talleres de discusión, desarrollo de propuestas. De esta manera con el periódico implementado y publicado de forma general con accesibilidad pública y con los resultados obtenidos, la hipótesis queda verificada.

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones

- Con la implementación del periódico digital de moda se logró incentivar el uso de recursos tecnológicos en el área de vestuario de la Escuela de Diseño Industrial para incrementar un mejoramiento en las estrategias de aprendizaje al momento de diseñar.
- La investigación permitió determinar el uso de los periódicos digitales en el medio, dirigidos a requerimientos específicos, tomando en cuenta que en el medio son más utilizados los blogs para temas de moda.
- Con la recopilación de información en el área de moda se pudo determinar que no solo está enfocada al vestuario, si no a otros ámbitos de la vida social, laboral y cultural, esto determina un status dentro de la misma donde las personas se desenvuelven, debido a que la imagen que se proyecta determina un valor cualitativo en el medio.
- La estrategia didáctica positiva, negativa e innovación del periódico digital es un recurso educativo que podrá utilizarse de forma única o combinada con otras e donde la interactividad esté presente al momento de su aplicación en el proceso cognoscitivo del aprendizaje, y afianzar el estilo del estudiante al momento de diseñar.
- El periódico Digital es un servicio de presentación y retroalimentación de la información para mejorar el entorno del diseño

actualizando las necesidades del consumidor a donde el alumno debe dirigir sus propuestas.

- Periódico digital se constituye en una valiosa herramienta en didáctica en el campo del diseño que permitirá tener una visualización actual sobre las tendencias a nivel mundial, regional y local, cuya finalidad será mejorar la creatividad del estudiante, para enfocarse en las necesidades del entorno en que se va a desarrollar.

## 4.2 Recomendaciones

- Para desarrollar un periódico digital, se debe tener recopilada la información adecuada para ser publicada, señalando la fuente.
- Para establecer un mejor uso de la plantilla siempre hay que buscar un sitio en donde le presten el servicio técnico de manejo del ámbito tecnológico.
- Se debe realizar técnicas dentro del aula para incentivar al alumno a investigar temas en el periódico digital, como una estrategia didáctica de aprendizaje, poniendo en consideración la información encontrada en el periódico para crear debates y aclarar términos.
- Sería importante que se aplique la utilización de esta herramienta digital para la elaboración del producto, eligiendo el mejor trabajo para su publicación en la web.
- En la era del conocimiento actual la utilización del internet se constituye en al elemento indispensable al momento desarrollar diseños sin embargo hay que tomar en cuenta que se debe guiar al estudiante para que sea la más fructífera posible.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Marco legal*. Quito: asamblea nacional.
- Barba, C., & Sebastián, C. (2010). *ordenadores en las aulas* (primera ed.). barcelona: GRAÓ de IRIF.,S.L.
- Barba, M. L. (2002). *Pedagogia y relacion educativa. Mexico. UNAM, Centro de Estudios Sobre la Universidad : Plaza y Valdes*,. Recuperado el 07 de 06 de 2013, de <http://pedagogia.mx/concepto/>
- Carlos Eduardo Róman Maldonado. (2009 febrero-mayo). Sobre la retroalimentación o el feedback en educación superior on line. "Revista Virtual Universidad Católica del Norte", 1-18.
- Carrasco, J. B. (2004). *Una Didactica para hoy , como enseñar mejor* . España : Graficas Rógar .
- CLARY. (24 de MAYO de 2009). *¿Existe periodismo digital en Ecuador?* Recuperado el 03 de 12 de 2013, de <http://notidigitales.blogspot.com/2009/05/existe-periodismo-digital-en-ecuador.html>
- Correa, R. (2012). *Marco legal*. Quito: Ministerio de Educacion del ecuador.

Debesse, M., & Gaston, M. (1972-1999). *Introducción a la pedagogía*.

*Barcelona. Oikos-Tau*, . Recuperado el 07 de 06 de 2013, de  
<http://pedagogia.mx/concepto/>

Feo, R. (2010). *www.tendenciaspedagogicas.com*. Recuperado el 15 de

mayo de 2014, de *www.tendenciaspedagogicas.com*:  
[http://www.tendenciaspedagogicas.com/Articulos/2010\\_16\\_13.pdf](http://www.tendenciaspedagogicas.com/Articulos/2010_16_13.pdf)

Gobierno Vasco departamento de cultura e investigación. (2009).

*www.hiru.com*. Obtenido de *www.hiru.com/medios-de-comunicación*:  
<http://www.hiru.com/>

<http://definicion.de/didactica/>. (s.f.). *definicion.de*. Recuperado el 30 de 05 de

2014, de *definicion.de*: <http://definicion.de/didactica/>

Huilcapi, A. U. (2005). como realizar las tesis o una investigación. En A. U.

Huilcapi, *como realizar las tesis o una investigación* (pág. 161).

Riobamba: Gráficas Riobamba.

Luna, P. A. (19 de dic de 2009). *es.scribd.com/doc/28275647/La-*

*importancia-de-la-retroalimentacion*. Recuperado el 15 de enero de  
2014, de *es.scribd.com/doc/28275647/La-importancia-de-la-*  
*retroalimentacion*: [https://es.scribd.com/doc/28275647/La-importancia-](https://es.scribd.com/doc/28275647/La-importancia-de-la-retroalimentacion)  
*de-la-retroalimentacion*

Luzuriaga, L. (1994). *HISTORIA DE LA EDUCACION Y LA PEDAGOGIA* .

Recuperado el 07 de 06 de 2013, de LOZADA-BUENOS AIRES:  
<http://pedagogia.mx/concepto/>

metodologías, g. r. (2008).

*innovacioneducativa.upm.es/guias/Aprendizaje\_basado\_en\_problemas.pdf*. Recuperado el mayo de 2014, de

*innovacioneducativa.upm.es/guias/Aprendizaje\_basado\_en\_problemas.pdf*:

[http://innovacioneducativa.upm.es/guias/Aprendizaje\\_basado\\_en\\_problemas.pdf](http://innovacioneducativa.upm.es/guias/Aprendizaje_basado_en_problemas.pdf)

Ortiz, E. P. (2005). Didáctica general. En E. P. Ortiz, *Didáctica general* (pág. 198). Quito: Graficas Ruiz.

Rodríguez, T. (s.f.). <http://globedia.com/la-didactica-educativa>. Recuperado el 07 de 06 de 2013

Rost, A. (2006). *Interactividad en el periódico digital*. Belaterra: universidad autónoma de Barcelona.

Schmieder, A. (1998). *El fundamento didáctica*. España.

## 6. ANEXOS

### ➤ Hosting



The screenshot shows the homepage of webempresa.com. The browser's address bar displays "www.webempresa.com". The website header includes the logo "webempresa América .com" and the tagline "Hosting Confiable desde 1997". Navigation links for "Blog", "Foro", "Contacta", and "Acceso clientes" are visible. A secondary navigation bar lists "Inicio", "WordPress", "Joomla", "PrestaShop", "cP Hosting Reseller", and "¿Por qué Webempresa?".

The main content area features a large banner titled "Hosting Seguro y Confiable". It includes an illustration of three white figures standing next to server racks, with one figure holding a blue shield. The text below the illustration reads: "Medidas especiales Anti-hackeo. Copias de seguridad automáticas cada 4 horas. Autoinstaladores en español para crear tu Web fácilmente." Below this text are three buttons: "Hosting WordPress", "Hosting Joomla", and "Hosting PrestaShop".

Below the banner are two promotional boxes. The left box is titled "Crea WordPress fácil" and includes the text "Todo lo que necesitas para crear tu web" and a price reduction from "299 \$USD" to "AHORA SOLO 254.15 \$USD". A green button below it says "Crear mi Web WordPress". The right box is titled "Crea tu web Joomla!" and includes the text "Plantillas + Soporte + Hosting + Dominio" and a price reduction from "299 \$USD" to "AHORA SOLO 254.15 \$USD". A green button below it says "Crear mi Web Joomla".

At the bottom of the page, a cookie consent banner states: "Las cookies nos permiten ofrecer nuestros servicios. Al utilizar nuestros servicios, aceptas el uso que hacemos de las cookies". It features a blue "Acepto" button and a link for "Más información".

WEBS PARA EMPRESAS BLOGS MEDIOS DIGITALES CONTACTANOS

PORTALES DE NOTICIAS

The screenshot shows a website layout for 'CELULARES LIBRES .UY'. At the top, there are navigation links: 'WEBS PARA EMPRESAS', 'BLOGS', 'MEDIOS DIGITALES', and 'CONTACTANOS'. Below this is a red banner with the text 'PORTALES DE NOTICIAS'. The main content area features a large yellow advertisement with the text 'MÁS BARATO IMPOSIBLE!' and 'AHORA VAS A PODER COMPRAR CELULARES LIBRES AL MEJOR PRECIO!'. To the right, there is a section titled 'HACE 5 AÑOS' with an image of a woman in a field. Below this, there are sections for 'ULTIMAS ENTRADAS' (listing Sony I90H, Samsung Galaxy S7963, and Sony Xperia P) and 'JUEGOS' (listing Sony Ericsson Xperia Play). On the right side, there is a large advertisement with a smiling man and the text 'EN LA WEB MÁS TRÁFICO SIGNIFICA MÁS VENTAS' and 'CREAMOS WEBS PARA EMPRESAS'. Social media icons for Twitter, Facebook, and YouTube are visible in the top right corner.

## MONETIZACIÓN

- Sistema de Gestión de Publicidad ( Adsense + Publicidad Propia )
- Captación de Anunciantes
- Inclusión en Sistemas de Monetización por Contenido Patrocinado.

## SERVICIOS

- Dominio
- Hosting

## BENEFICIOS:

- **20% de descuento** en Servicios de Producción de Contenidos en Vcontenidos.com

## PRECIO ÚNICO:

US\$ 720 + US\$ 240 por sitio extra en la red.

- **Datos Informativos:** encuesta diagnóstico para proyecto de tesis en la PUCESA

Elaborada por Ayda Rico

Dirigida a: Docentes y estudiantes de 3º semestre a 10º

**Objetivo:** diagnosticar el conocimiento de información actualizada de moda y como es obtenida.

**Instrucciones:** Buenos días/tardes, Por favor conteste con una X las preguntas, máximo tres opciones

1. Como se entera Ud. Sobre información de moda

Revistas online

Noticias on line

Revistas escritas

Paginas web

Periódicos escritos

Blogs

2. Considera Ud. que la moda está dirigido a:

Vestuario

Mobiliario

Objetos

Estilos de vida



## ➤ Contratación de hosting

### **webempresa.com**

Para

Yo

30 mar



Apreciad@ ayda rico (pucesa),  
Gracias por realizar su pedido con Webempresa.

Estos son los detalles del pedido :

Nº de Orden: **1546972657**

Producto/Servicio: Crear Web Joomla - Pack Noticias Hosting Joomla 1 GB.

Nombre de Dominio: pasarela-edi.com

Importe del Primer Pago: \$149,50 USD

Importe de la Cuota: \$99,00 USD

Ciclo de Facturación: 1 Año

Registro de dominio: Register

Nombre de Dominio: pasarela-edi.com

Importe del Primer Pago: \$0,00 USD

Importe de la Cuota: \$11,99 USD

Período de Registro: 1 Año(s)

Total: \$149,50 USD

Una vez confirmado el pago de este pedido, recibirá el correspondiente recibo así como instrucciones para activar el servicio.

### **¿Necesita Activar Ya el Servicio ?**

\* Si ha solicitado un servicio que no implica pago de factura, el departamento comercial revisará la veracidad de sus datos. Si son correctos, recibirá un email con los datos de acceso al servicio en breve.

Todas las Facturas pueden pagarse directamente por PayPal (Con cuenta Paypal o sin ser cliente de Paypal con tarjeta de crédito o débito), DineroMail y PagosOnLine (Oxxo, PSE, Tarjeta...). Acceda a la factura desde su Área de cliente: <http://gestion.webempresa.com> , y seleccione en la zona superior derecha de la factura PayPal, DineroMail o PagosOnLine. Le aparecerá directamente el enlace para pagar la factura. Una vez confirmado el pago, se activa el servicio y automáticamente le enviamos los datos de acceso a su panel de control para que pueda empezar a utilizar el servicio.

Alguna duda con su pedido? Contacte con nosotros en [comercial@webempresa.com](mailto:comercial@webempresa.com), incluya en su correo el número de pedido para que podamos responder rápidamente.

Saludos,

Departamento comercial

[www.webempresa.com](http://www.webempresa.com)

WebEmpresa - Expertos Joomla!, Wordpress, Prestashop en español

[www.webempresa.com](http://www.webempresa.com)

**service@intl.paypal.com**

Para

Yo

30 mar

30 mar 2014 19:10:48 PDT

Id. de transacción: [61F167675R6352153](#)

**Apreciable ayda rico:**

**Envió un pago de \$149.50 USD a Webempresa America INC  
(comercial@webempresa.com)**

Esta transacción puede tardar unos momentos en aparecer en su cuenta.

**Comercio PayPal**

Webempresa America INC  
comercial@webempresa.com

**Instrucciones para el vendedor**

Usted no ha dado ninguna instrucción al vendedor.

Descripción	Precio por unidad	Cantidad	Importe
webempresa.com - Factura nº17517	\$149.50 USD	1	\$149.50 USD
	<b>Subtotal</b>		\$149.50 USD
	<b>Total</b>		\$149.50 USD
	<b>Pago</b>		\$149.50 USD

El cargo aparecerá en el estado de cuenta de su tarjeta de crédito como «PAYPAL  
\*WEBEMPRESAA»  
Pagos enviados a comercial@webempresa.com

**¿Tiene problemas con esta transacción?**

Dispone de 45 días desde la fecha de la transacción para presentar una controversia en el Centro de Resoluciones.

¿Dudas? Vaya al Centro de Ayuda: [www.paypal.com/ec/help](http://www.paypal.com/ec/help).

**Verifique su cuenta:** Pague con su cuenta bancaria y estará 100% protegido contra pagos no autorizados enviados desde su cuenta PayPal. Inicie sesión y haga clic en el vínculo **Verificar cuenta** debajo de su nombre.

No responda a este correo electrónico. Este buzón no se supervisa y no recibirá respuesta. Si necesita ayuda, inicie sesión en su cuenta PayPal y haga clic en **Ayuda** en la esquina superior derecha de cualquier página PayPal.

Puede elegir recibir los correos electrónicos en texto sin formato en lugar de HTML. Para modificar sus preferencias de notificaciones, inicie sesión en su cuenta PayPal, vaya a su Perfil y haga clic en **Mi configuración**.

Copyright © 1999-2014 PayPal. Todos los derechos reservados.

Nota para el usuario: PayPal Pte. Ltd., el titular de la instalación de valor almacenado de PayPal, no requiere la aprobación de las autoridades monetarias de Singapur. Recomendamos a los usuarios que lean los términos y las condiciones cuidadosamente.

Identificación de correo electrónico PayPal PP120 - b3e97231d68

**webempresa.com**

Para

Yo

30 mar



Hola ayda,

Este es un recibo del pago de la Factura 17517 de fecha 31/03/2014

Pack Noticias Hosting Joomla 1 GB. \$200,00 USD

Pack Noticias Hosting Joomla 1 GB. - pasarela-edi.com (31/03/2014 - 30/03/2015) \$99,00 USD

Código de Promoción: super50 - 50.00% Una vez Descuento \$-149,50 USD

Registración Dominio - pasarela-edi.com - 1 Año(s) (31/03/2014 - 30/03/2015) \$0,00 USD

-----  
Sub Total: \$149,50 USD

Crédito: \$0,00 USD

Total: \$149,50 USD

Forma de pago: PayPal: VISA - MasterCard - American Express y Otras Tarjetas

Total Pagado: \$149,50 USD

Saldo Pendiente: \$0,00 USD

Estado: Pagada

Puede revisar el estado e histórico de sus facturas y pagos accediendo a su [Área de Cliente](#).

Nota: Este email sirve como recibo de pago.

Consulte nuestra wiki donde encontrará ayuda a la mayoría de consultas frecuentes:

<http://wiki.webempresa.com>

Departamento comercial

<http://www.webempresa.com>  
[comercial@webempresa.com](mailto:comercial@webempresa.com)

## **webempresa.com**

Para

Yo

30 mar



Apreciado Cliente,

Gracias por contratar el Pack Noticias Joomla. La instalación de su nueva web es un proceso muy sencillo. Le vamos a facilitar en este mensaje los primeros pasos a seguir para tener su web online, operativa y personalizarla en pocas horas

**POR FAVOR, LEA ESTE MENSAJE COMPLETAMENTE. RECOMENDAMOS IMPRIMIR Y GUARDAR ESTA INFORMACIÓN POR SI NECESITA CONSULTARLA MÁS ADELANTE**

Cuando hizo el pedido nos indicó una dirección de email y una contraseña. Estos datos le dan acceso a una zona privada de cliente, a la que se accede desde la dirección: <http://gestion.webempresa.com/gestion/clientarea.php>

Todas las consultas que tenga sobre el servicio que acaba de activar las vamos a ir resolviendo inicialmente desde esa zona privada. Es importante que recuerde sus datos de acceso, son los que le identifican como una persona autorizada a recibir respuestas de nuestro equipo de soporte. Si hay más personas implicadas en su proyecto web no olvide añadir las actualizando sus datos en su área de cliente y pulsando en la pestaña de contactos. Si desea que reciban soporte de los técnicos es fundamental que la casilla de Soporte esté activada. Desde su área de cliente podrá gestionar su alojamiento, sus dominios, revisar los servicios, las facturas y comunicarse con Webempresa

### **Servicio Pack Noticias Activado:**

- Paquete de Hosting: Pack Noticias Hosting Joomla 1 GB.
- Dominio: pasarela-edi.com
- Importe del primer pago: \$149,50 USD

#### **1. INSTALAR SU WEB ONLINE:**

Para instalar su nueva web debe acceder a su Panel de control del Hosting desde:

<http://pasarela-cp84.webjoomla.es/cpanel>

Si sale un pantalla sobre seguridad hay que aceptar la conexión. No se preocupe sólo le está informando de que se accede a través de conexión segura. Sus datos de acceso son:

- Usuario: pasarela
- Contraseña: 9oo55Iu2Mt

En este videotutorial le explicamos cómo instalar su Web en menos de dos minutos: [http://www.webempresa.com/videos/pack\\_noticias\\_instalar/pack\\_noticias\\_instalar.html](http://www.webempresa.com/videos/pack_noticias_instalar/pack_noticias_instalar.html)

Puede decidir qué contraseña utilizar para el acceso a la gestión de su web. Aconsejamos que utilice la contraseña segura que le sugiere el sistema. Recuerde anotarla y tenga en cuenta que nuestros sistemas discriminan entre mayúsculas y minúsculas. Encontrará un instalador para cada uno de los diseños disponibles. Los nombres de los

instaladores se corresponden con las demos que ha visto en nuestra web <http://www.webempresa.com/packs-joomla/pack-periodico-joomla.html>

## **2. PERSONALIZAR LA WEB:**

Una vez tenga la web instalada será visible en <http://pasarela-cp84.webjoomla.es>  
Acceda a la administración de su web <http://pasarela-cp84.webjoomla.es/administrator> con el usuario admin y la contraseña que haya indicado en el proceso de instalación. Sólo tiene que seguir las indicaciones de los videotutoriales para personalizarla con su logotipo, imágenes, textos, etc

Todas las indicaciones para personalizar su web están disponibles en forma de videotutoriales paso a paso. Elija el formato que ha instalado en <http://videosjoomla.com/component/k2/itemlist/category/20-pack-periodico>

## **3. VISUALIZAR LA WEB:**

Si acaba de registrar un dominio en unas horas podrá visualizar la web desde <http://www.pasarela-edi.com> y accederá a gestionar su contenido y personalizar desde <http://www.pasarela-edi.com/administrator>

Si ha solicitado la transferencia de un dominio que ya tiene en uso, sus clientes seguirán viendo la web tal como lo han hecho hasta ahora. Puede ir creando la nueva web en la ruta alternativa <http://pasarela-cp84.webjoomla.es/administrator> y ver los resultados en <http://pasarela-cp84.webjoomla.es>. Cuando el dominio ya esté transferido, le diremos los pasos a seguir para que esa nueva web se muestre desde su nombre de dominio

## **4. CORREO ELECTRÓNICO:**

Puede dar de alta tantas cuentas de correo electrónico como quiera, para ello tiene que acceder a su panel de control del hosting (cPanel) <http://pasarela-cp84.webjoomla.es/cpanel>

- Usuario: pasarela
- Contraseña: 9oo55Iu2Mt

Le será útil el siguiente vídeo que explica paso a paso el proceso:

<http://www.webempresa.com/videosrvskin/8-crear-correo/index.htm>

Las nuevas direcciones email empezarán a dar servicio unas horas más tarde de que el dominio haya sido registrado o bien, si lo que pidió es transferir un dominio, unas horas más tarde de que haya cambiado las DNS del dominio (enviamos las instrucciones de cambio de DNS al completarse la transferencia)

Podrá acceder a sus cuentas de correo desde <http://www.pasarela-edi.com/webmail> indicando la dirección email y contraseña de ese correo

Al dar de alta sus cuentas de correo también podrá utilizar un fichero que le permita configurar fácilmente programas de gestión de correo como Outlook

Si prefiere hacer uso de una configuración manual, para cada dirección email que dé de alta tiene que usar estos datos de configuración en su programa de correo electrónico:

POP3 : mail.pasarela-edi.com

SMTP : mail.pasarela-edi.com

Usuario: la dirección de correo que desean configurar

Contraseña: la contraseña introducida al dar de alta la cuenta.

Aquí tiene varios vídeos de ayuda relacionados con las funciones de correo electrónico: <http://www.webempresa.com/web-empresa-joomla-servicios/hosting-joomla/videos-panel-de-control-webempresa.html>

## **5. AYUDA ONLINE, COMUNICARSE CON LOS TÉCNICOS:**

### **5.1 Consultar a los técnicos:**

Las consultas se realizan por escrito, de ese modo podemos garantizar que la persona a la que contestamos está autorizada en su área de cliente. Esto es sumamente importante para garantizar la seguridad de sus datos. Las preguntas se responden generalmente pocos minutos más tarde de recibirla y el responder por escrito nos permite enlazar con material o ejemplos que tengamos en la web, videotutoriales, etc

Hay dos tipos de consultas que puede enviar a los técnicos:

**1. Dudas sobre el alojamiento o el dominio**, por ejemplo cómo crear cuentas email, cómo cambiar contraseñas, etc

Para ello envíenos sus consultas por email a soporte@webempresa.com y confirme que unos minutos más tarde que recibe una autorespuesta con el identificador de su ticket. Un ticket es un mensaje codificado para poder hacer un seguimiento sobre la duda que plantea. De ese modo, aunque le atiendan técnicos diferentes en diferentes horarios podemos hacer un seguimiento de la evolución de esa consulta. Aconsejamos que cada tema lo trate en un ticket independiente.

Le recordamos que los técnicos no están autorizados a dar respuesta si la dirección email no está autorizada en el área de cliente.

**2. Dudas sobre su web Joomla**

Los instaladores de su web dejarán la web en su hosting tal como la mostramos en nuestras demos. Las indicaciones que siguen todos los usuarios son las que pautamos en forma de videotutoriales. Pero si necesita integrar otras funciones o bien personalizarla de forma diferente a la que detallamos en los videotutoriales puede consultar con nuestros técnicos los pasos a seguir. Todas las consultas relativas a cómo gestionar o ampliar las opciones de su web se responden en el foro. Genere un nuevo ticket solicitando a los técnicos sus datos de acceso al foro <http://www.webempresa.com/foro.html>

\* Tanto las consultas que recibimos a través del sistema de tickets como las que pueda plantear en el foro se atienden por nuestros técnicos las 24 horas.

## 5.2 Consultar documentación online:

Además de esa ayuda online de nuestro personal técnico, dispone de gran cantidad de recursos que hemos creado desde Webempresa para ayudarle en el día a día de su web, tales como:

Puede suscribirse gratuitamente a

nuestro **blog** <http://www.webempresa.com/blog.html> donde publicamos artículos con información de interés sobre Joomla (novedades, extensiones, actualizaciones, etc )

Dispone de gran cantidad de consultas ya contestadas y accesibles a través del buscador del **foro** <http://www.webempresa.com/foro.html>

Respuesta a las consultas más frecuentes en

las **FAQ** <http://gestion.webempresa.com/gestion/knowledgebase.php>

También disponemos de diferentes **videotutoriales sobre opciones para Joomla**

**2.5** <http://videosjoomla.com/component/k2/itemlist/category/38-joomla-25>

## 6. EL AREA DE CLIENTE:

El área de cliente también es una herramienta muy útil para comunicarse con Webempresa Desde su área de cliente puede:

- Modificar sus datos de contacto, que son los que se utilizan al emitir facturas
- Añadir otros emails de personas autorizadas a tener copia de facturas, contactar con los técnicos, etc
- Revisar los productos contratados: fechas de renovación, importes,...
- Acceder al panel de control del hosting (desde el menú Servicios, pulsando en mis productos y el detalle del hosting al que acceder). Desde el detalle de su hosting tiene el

botón Ingreso cPanel así como la pestaña si quiere cambiar su contraseña de acceso a cPanel o bien en Gestionar acciones puede pedir el cambio a otro plan de hosting, etc  
 - Realizar nuevas contrataciones

- ...

Le recordamos que puede acceder a su área de cliente

desde: <http://gestion.webempresa.com/gestion/clientarea.php> indicando la dirección email y contraseña que se indicó al contratar el servicio. Desde este enlace le enviaremos nueva contraseña de acceso si no la recuerda <http://gestion.webempresa.com/gestion/pwreset.php>

### **Si en un momento concreto no consigue ver su web ni acceder al panel de control del hosting (cPanel):**

Deberá tener en cuenta que nuestros sistemas de seguridad automáticos podrán bloquearle el acceso en el caso que introduzca varias veces mal la contraseña o su nombre de usuario. También puede quedar bloqueado si se detecta un posible ataque o código malicioso enviado desde su ordenador por algún virus o troyano que pueda tener en su equipo. El servidor puede bloquear su ip (es el identificador de su conexión a internet) Este bloqueo sólo afecta a la red desde la que accede en este momento. Desde un ordenador en una ubicación diferente podría ver la web sin problemas. Si detecta que desde su ordenador el resto de webs se cargan perfectamente, pero la suya no, probablemente esté bloqueado **Usted mismo puede desbloquearse** siguiendo los pasos que indicamos a continuación:

1. Acceda a su Área de Gestión de Cliente  
en: <http://gestion.webempresa.com/gestion/clientarea.php>
2. Introduzca sus datos de acceso.
3. Pulse sobre el menú Servicios y seleccione Mis Productos.
4. Pulse en el botón "Ver Detalles" del servicio al que no tiene acceso
5. Debajo del texto "Si crees que tu IP ha sido bloqueada usa este formulario:" pulse sobre el botón Desbloquear en la zona derecha (aunque esté atenuado puede pulsarlo)

### **INFORMACION DEL SERVIDOR DE VUESTRA CUENTA DE HOSTING: Usuarios avanzados**

**Nombre del Servidor:** cp84

IP Servidor : 178.33.161.39

#### **Datos FTP:**

Temporalmente puede usar estas direcciones para subir ficheros por FTP:

Dirección FTP: [178.33.161.39](ftp://178.33.161.39)

Usuario: pasarela

Contraseña: 9oo55Iu2Mt

Cuando el dominio ya se haya instalado o propagado completamente podrá usar estos datos:

Dirección FTP: pasarela-edi.com

Usuario: pasarela

Contraseña: 9oo55Iu2Mt

Aquí tiene un vídeo de Ayuda sobre como subir por ftp o desde el panel de control los ficheros a su hosting:

<http://www.webempresa.com/videosrvskin/25-administrar-archivos/index.htm>

### **UTILIZAR OTROS NOMBRES DE DOMINIO EN SU HOSTING :**

Le recordamos que el hosting que ha contratado le permite utilizar varios dominios diferentes.

Si tiene que registrar nuevos nombres de dominio desde su área de cliente <http://gestion.webempresa.com/gestion/clientarea.php> pulse en el menú Dominios y seleccione Registrar nuevo dominio. Revise que esté libre y siga los pasos del asistente.

Cuando le preguntemos sobre los nameservers compruebe que se indican los de su hosting:

Nameserver 1: ns841.webempresa.eu

Nameserver 2: ns842.webempresa.eu

Su dominio quedará registrado por un año al formalizar el pago de la factura que se emite y en unas horas ya estará operativo.

Desde su área de cliente también puede solicitar transferir dominios que ya tiene registrados

También puede utilizar dominios que tenga en otro registrador apuntándolos a las DNS de Webempresa. La ip que mostramos entre paréntesis no suele ser necesaria:

Nameserver 1: ns841.webempresa.eu (178.33.161.39)

Nameserver 2: ns842.webempresa.eu (178.33.119.236)

El cambio de DNS implica cambiar todas las funcionalidades web al hosting de Webempresa: web, email, ftp,.. Si tiene dudas consulte a nuestros técnicos. Cuando se haya propagado el cambio de DNS (de 4 a 24horas) podrá utilizarlo en su pack noticias.

Importante: En todos los casos (tanto si registra, transfiere o utiliza dominios gestionados en otro proveedor), deberá indicar en su panel de control del hosting <http://pasarela-cp84.webjoomla.es/cpanel> qué función tendrá ese dominio:

- Dominio adicional cuando ese nuevo dominio tiene que cargar una web diferente a la que muestra el dominio principal <http://www.probemoswordpress.com>

En ese caso hay que seguir estos pasos <http://www.webempresa.com/videosrvskin/16-agregar-dominio-adicional/index.htm>

Esta es la opción que utilizaremos si tenemos varias webs en el mismo hosting y cada una tiene su propio dominio.

- Dominio apuntado si debe cargar la misma web que el dominio principal <http://www.webempresa.com/videosrvskin/17-dominios-aparcados/index.htm>

Esta opción se suele utilizar cuando tenemos varios dominios diferentes con diferentes extensiones (.com, .es, .org, .net...) y todos ellos cargan la misma web

Tanto si es dominio principal, adicional o aparcado puede crear cuentas email

### **Herramientas útiles para un rendimiento óptimo de su alojamiento y de Joomla!:**

En este enlace tiene un conjunto de vídeos que le ayudan a gestionar el panel de control del alojamiento (cPanel): <http://www.webempresa.com/web-empresa-joomla-servicios/hosting-joomla/videos-panel-de-control-webempresa.html>

El consumo de espacio en disco de su hosting se muestra gráficamente en el margen izquierdo de su cPanel. Si desea obtener un informe más detallado puede seguir estos pasos <http://www.webempresa.com/videosrvskin/28-espacio-disco/index.htm>

En este vídeo le mostramos cómo ver la actividad de las personas que visitan su web <http://www.webempresa.com/videosrvskin/20-estadisticas-webalizer/index.htm>

En Webempresa dispone de copia de seguridad automática, pero aconsejamos cuando tenga que instalar una nueva extensión, actualizar o hacer cambios importantes en su web Joomla que cree una copia de seguridad previa. En estos vídeos indicamos cómo generar copia de seguridad:

[http://www.webempresa.com/videos/akeeba\\_copiadeseguridad/akeeba\\_copiadeseguridad.html](http://www.webempresa.com/videos/akeeba_copiadeseguridad/akeeba_copiadeseguridad.html)

Y en este vídeo mostramos la restauración de la copia de seguridad de Akeeba:

[http://www.webempresa.com/videos/akeeba\\_restauracion/akeeba\\_restauracion.html](http://www.webempresa.com/videos/akeeba_restauracion/akeeba_restauracion.html)

Si lo prefiere también puede hacer uso de xcloner

<http://www.webempresa.com/blog/item/1001-copias-de-seguridad-con-xcloner-backup-en-joomla-15-25-y-30.html>

**Acceso desde países de lengua no hispana:** Tenga en cuenta que en nuestros servidores integramos medidas para garantizar la seguridad de sus webs. El acceso a la administración de Joomla, WordPress y PrestaShop lo tenemos limitado a los países de habla hispana por defecto. El 90% de los ataques o intentos de hackeo se producen desde países de no habla hispana, por ello integramos esta limitación que permite que su sitio web sea mucho más seguro aunque no lo mantenga siempre actualizado. Si necesita acceder a la administración de su web desde un país de no habla hispana nos tendrá que solicitar que desactivemos en su cuenta esta limitación. También nos puede avisar si quiere que volvamos a activarla cuando no necesite acceso desde país de no habla. Para solicitar esta modificación a nuestros técnicos, acceda a su zona de cliente y pulse en el menú Crear ticket

Saludos,

Departamento técnico

Consulte nuestra wiki donde encontrará ayuda a la mayoría de consultas frecuentes:

<http://wiki.webempresa.com>

Departamento comercial <http://www.webempresa.com>

[comercial@webempresa.com](mailto:comercial@webempresa.com)

### **webempresa.com**

Para

Yo

3 abr



Apreciado Cliente,

Cuando hizo el pedido nos indicó una **dirección de email y una contraseña**. Estos datos le dan acceso a una **zona privada de cliente**, a la que se accede desde la dirección: <http://gestion.webempresa.com/gestion/clientarea.php>

El área de cliente le permite acceder a los servicios que ha contratado con nosotros, recuperar copia de los mensajes que le hemos enviado, contactar con los tecnicos....



Nombre Usuario

Contraseña

Le aconsejamos que acceda en este momento a su área de cliente y así veamos las opciones más interesantes de su zona de cliente:

- **Añadir /autorizar a otras personas.** Desde la pantalla de inicio, pulsando en Actualizar Datos puede añadir a otras personas. Si marca la opción Soporte significa que esa nueva persona de contacto puede consultar o hacer demandas a los técnicos contactando con ellos via email (soporte@webempresa.com). Por tanto si va a delegar a un técnico de su empresa o externo algunas tareas en el hosting, debería autorizarle en el área de cliente

- **Ver emails con datos de acceso** que le hemos enviado previamente: Para ello pulse en el menú de la derecha (junto al saludo) y seleccione emails enviados

- **Consultar con nuestros técnicos:** Pulse en el menú Crear ticket. Allí verá la opción de usar nuestro asistente automático Stephan y abajo el botón para Crear ticket. En la siguiente pantalla seleccione el departamento al que envía su demanda. Crear un ticket es como crear un email. La respuesta se envía a su email y también tiene copia en el menú Soporte/Mis tickets. Tiene información detallada sobre nuestro servicio de soporte técnico en <http://www.webempresa.com/acceso-a-soporte.html>

- **Acceder al panel de control del hosting:** pulse en el menú Servicios y luego en Mis productos. Luego deberá pulsar en Ver detalles del hosting al que desea acceder. En la siguiente pantalla ya tiene el botón Ingreso cPanel

- **Contratar nuevos servicios:** Si desea registrar o transferir nuevos dominios pulse en la opción correspondiente del menú Dominios y si se trata de activar un nuevo hosting o pack pulse en el menú Servicios y luego en la opción de contratar

- **Darse de alta como afiliado:** Si refiere nuestros servicios a terceros estará generando una comisión por cada venta que recibamos de esos nuevos clientes a los que usted nos ha referido. Tiene información ampliada en <http://www.webempresa.com/sobre-nosotros/afiliados.html>

Como ha podido comprobar el área de cliente es la zona donde verá sus productos, fechas de vencimiento, facturas, etc y es también la zona en la que usted se comunica con nosotros. Por ello es sumamente importante que tenga una contraseña de acceso y una pregunta de seguridad que sean seguras

Le recordamos que en Webempresa aplicamos medidas de seguridad específicas para Joomla, PrestaShop y WordPress y si en algún momento se equivoca al poner contraseña de acceso a su web o hosting podría dejar de tener acceso al servidor. Por ello **si en un momento concreto no consigue ver su web, enviar y recibir correo ni acceder al panel de control del hosting (cPanel):**

Deberá comprobar si está usted y las personas que se conectan desde la misma red bloqueados. Le indicamos cómo desbloquearse desde esta zona de cliente:

1. Pulse sobre el menú Crear Ticket.

2. Utilice nuestro asistente automático Stephan. Si está bloqueado le desbloqueará y le indicará por qué se produjo el bloqueo así como la forma de solventarlo para que no vuelva a repetirse en el futuro

3. Si el asistente automático no ha solventado el problema, pulse abajo en **Crear ticket** Seleccione el departamento de hosting e indique el nivel de prioridad. Su petición será recibida por nuestros técnicos

Saludos,

Departamento técnico

Consulte nuestra wiki donde encontrará ayuda a la mayoría de consultas frecuentes:  
<http://wiki.webempresa.com>

Departamento comercial  
<http://www.webempresa.com>  
[comercial@webempresa.com](mailto:comercial@webempresa.com)

#### **servidores@webempresa.com**

Para

Yo

4 abr

Este es un correo electrónico automático de Packs Webempresa. Para dejar de recibir estos mensajes de correo electrónico o para cambiar la configuración de notificación, ingrese a su panel de control de alojamiento web, vaya a la herramienta Packs Webempresa y seleccione las aplicaciones instaladas que desea modificar.

Pack Noticias Nex v2.5.19 se ha instalado:

<http://www.pasarela-edi.com>

<http://www.pasarela-edi.com>

Nombre usuario administrador: admin  
Contraseña del usuario admin: gabriel28  
Correo electrónico: aydarico8@yahoo.com

Ingrese a su panel de control de hosting web y vaya a la herramienta Packs Webempresa para gestionar esta instalación.

Fin del informe.

#### **webempresa.com**

Para

Yo

6 abr



Apreciado cliente,

Todos los planes de hosting en Webempresa son **multidominio**. Por tanto puede crear nuevas webs con un formato diferente, contenido diferente, etc sin necesidad de tener un coste adicional. Lo único que necesitará es el dominio, es decir el nombre con el que cargará esa nueva web (.com, .net, .info,...). Si ya lo tiene registrado, más adelante le indicamos cómo usarlo y, si aún no tiene dominio, podrá registrarlo



Para poder usar varios dominios en el mismo hosting se necesitan dos cosas:

1. que el dominio apunte a las DNS de su hosting. Dicho en otras palabras, cuando alguien teclee ese nombre de dominio éste vendrá a los servidores de Webempresa tanto a buscar la web como los buzones de correo electrónico
2. Que el hosting sepa qué función tiene ese dominio.

Veamos ahora qué pasos tenemos que seguir:

---

### MULTIDOMINIO A NIVEL DE HOSTING:

---

El hosting tiene que saber qué función tiene el dominio. Supongamos que ya tenemos el dominio apuntando a los servidores de Webempresa y en este hosting tenemos 4 webs diferentes. De algún modo el servidor tiene que saber cuál es la web que quiere cargar con ese dominio. Por ello debemos acceder al panel de control del hosting (cPanel) e indicárselo:

- **Dominio adicional:** Si con ese nuevo dominio tenemos que **cargar una web diferente** a la que muestra el dominio principal pasarela-edi.com, en cPanel debe añadir el nuevo dominio como dominio adicional. Para ello siga estos

pasos [http://www.webempresa.com/videosrvskin/16-agregar-dominio-](http://www.webempresa.com/videosrvskin/16-agregar-dominio-adicional/index.htm)

[adicional/index.htm](http://www.webempresa.com/videosrvskin/16-agregar-dominio-adicional/index.htm) Esta es la opción que utilizaremos si tenemos varias webs en el mismo hosting y cada una tiene su propio dominio.

Si instala una nueva web en ese dominio podrá visualizarla desde la URL temporal seguida del nombre de dominio. Por ejemplo si el dominio es webempresa.com verá la nueva web en <http://pasarela-cp84.webjoomla.es/webempresa.com> Cuando más adelante el dominio apunte a su hosting (lo explicamos más adelante) la web se cargaría directamente desde <http://www.webempresa.com>

- **Dominio apuntado:** Si ese nuevo dominio debe cargar **la misma web que el dominio principal**. En ese caso seguimos en cPanel estos pasos: <http://www.webempresa.com/videosrvskin/17-dominios-aparcados/index.htm> Esta opción se suele utilizar cuando tenemos varios dominios diferentes con diferentes extensiones (.com, .es, .org, .net... ) y todos ellos cargan la misma web Tanto si es dominio principal, adicional o aparcado puede crear cuentas email

---

### **CAMBIOS A NIVEL DE DOMINIO:**

---

Si un dominio apunta a las DNS del servidor de Webempresa significa que el dominio **vendrá a nuestros servidores a buscar la web y los buzones de correo electrónico**. Como en Webempresa tenemos varios servidores cada uno tiene sus propias DNS.

Le recordamos que las DNS de su Pack Noticias Hosting Joomla 1 GB. son (La ip que mostramos entre paréntesis no suele ser necesaria):

Nameserver 1: ns841.webempresa.eu (178.33.161.39)

Nameserver 2: ns842.webempresa.eu (178.33.119.236)

Supongamos que en su panel de control del hosting ha añadido el dominio como adicional, ha instalado una nueva web, ha creado cuentas email con ese dominio, etc... Las cuentas email empezarán a ser operativas a partir de que se propague el cambio de DNS de su dominio (4-24 horas después del cambio de DNS) y también en unas horas ese dominio ya cargará la web

Para cambiar las DNS al dominio, si ya tiene ese nuevo dominio registrado, acceda a su proveedor de dominio y revise las opciones, seguro tendrá una opción para cambiar las DNS del dominio.

Si aún no ha registrado el dominio, le recordamos que puede hacerlo desde su cuenta de cliente <http://gestion.webempresa.com/gestion/clientarea.php> pulsando en el menú

Dominios y luego en Registrar nuevo dominio. Revise que esté libre y siga los pasos del asistente. Cuando le preguntemos sobre los nameservers compruebe que se indican los de su hosting:

Nameserver 1: ns841.webempresa.eu

Nameserver 2: ns842.webempresa.eu

Su dominio quedará registrado por un año al formalizar el pago de la factura que se emite y en unas horas ya estará operativo.

Si prefiere centralizar en Webempresa la gestión de dominios que tiene en otros proveedores, desde su área de cliente también puede solicitar transferir dominios que ya tiene registrados

En el siguiente vídeo mostramos cómo hacer varias instalaciones en cPanel. Lo mostramos con el pack 2.5 pero es sólo un ejemplo, podría usar otro instalador que tenga su cPanel:



En el siguiente artículo de nuestro blog explicamos en detalle cómo funciona la opción multidominio de nuestros planes de hosting y también tiene otro videotutorial con explicación detallada del proceso. Pulse en el siguiente enlace si quiere ampliar información: <http://www.webempresa.com/blog/item/695-instalar-varios-packs-en-el-hosting-de-webempresa.html>

Gracias por su confianza.

Consulte nuestra wiki donde encontrará ayuda a la mayoría de consultas frecuentes:  
<http://wiki.webempresa.com>

Departamento comercial  
<http://www.webempresa.com>  
[comercial@webempresa.com](mailto:comercial@webempresa.com)

### ➤ **Ejemplo de noticia**

#### **Modelo de negocio «Ciclos Cortos»:**

Oferta variada de moda permanente y con velocidad de respuesta a los consumidores Ciclos cortos compite por:

1. Variedad de referencias en lotes pequeños
2. Cadena de valor rápida y flexible
3. Puntos de venta como laboratorio de diseño - lectura rápida de lo que quiere el cliente
4. Mínimo manejo de inventarios
5. Buena relación costo/beneficio

Un negocio atractivo y en crecimiento que responde al estilo de vida de los consumidores actuales:

- Pull del consumidor a la producción
- Pequeños volúmenes
- Se produce lo que se vende
- Rapidez en los canales de distribución y de venta.



### Cadena volcada al consumidor final

- Rapidez en los canales de distribución y de venta.

Departamentos de diseño y desarrollo de producto:

Son equipos potentes, ágiles e intuitivos que saben interpretar, pues el consumidor quiere moda y la quiere con inmediatez, por eso los equipos de diseño hoy juegan un papel tan importante en las estructuras empresariales y en las empresas de Pronta Moda (ciclos cortos).

Un diseñador busca ideas de manera constante en:

- Las agencias de predicciones de tendencias de moda
- Pasarelas de los grandes diseñadores
- Internet
- La calle
- Tendencias del mercado
- Datos cuantitativos de ventas históricas
- Conexión con las tiendas

Los departamentos de diseño buscan continuamente inspiración, las grandes marcas internacionales del Prêt-à-Porter son una gran fuente de suministro de ideas, estampados, formas y colores. ¡La gran distribución bebe de ellas!

- Es evidente que hay imitaciones, sin embargo, generan una mayor diferenciación las evoluciones y adaptaciones de las pasarelas internacionales

- El objetivo de las marcas es ofrecer y vender tendencias de moda en el momento oportuno, lo cual es responsabilidad de los departamentos de diseño

- La relación constante y fluida entre el personal de las tiendas, los equipos de diseño y los centros de fabricación es clave para reaccionar ante las demandas del mercado, con nuevos productos en las tiendas en el período más corto posible: CICLOS CORTOS

- El talento, el compromiso y la experiencia son atributos que no solo son necesarios en la cúpula de las empresas, el vendedor del almacén y el diseñador son piezas imprescindibles dentro de la compañía, y su aporte diario será el que marque la estrategia, para su éxito o fracaso.

- El diseñador forma equipo con un comprador, que es el que “frena los pies al creativo y lo ajusta a un presupuesto, buscando siempre la versión comercial de una prenda”.

- Aun así, cadenas como Zara, Blanco o Cortefiel introducen en sus colecciones prendas que saben desde un principio, que no serán las más vendidas y que les darán una “imagen de marca comprometida con las tendencias”. “Ya saben que no ganarán dinero con esas prendas, pero tampoco lo perderán”.

- En el proceso de decisión intervienen diseñadores, compradores, analistas de tendencias, y finalmente el director de la marca.

- El diseñador recibe cada semana un listado de ventas en el que se especifica con exactitud qué se vende y dónde se vende. A partir de estos extractos, el creativo debe dar continuidad a algunos modelos con nuevas modificaciones y poner fin a otros.

- A lo largo de la temporada, las actualizaciones son habituales.

- El departamento de diseño y el de compras trabajan en equipo, con una misma dependencia jerárquica de la Dirección de Diseño. Juntos deciden las tendencias más comerciales y materias primas que velen por la relación entre “diseño, calidad, precio y margen”.

- En este proceso también participan previamente las direcciones de ventas, quienes aportan sus inputs y visión, basados en su experiencia a nivel comercial.

- Cada semana se realiza un ranking de las prendas más vendidas. Hay un gran trabajo detrás para ver por qué se ha vendido más una prenda que otra.

- Todo depende del grado de velocidad: cuanto más rápido necesites ser, más diseños requerirás

- La rapidez que impera actualmente en el mercado de la moda está llevando a las principales marcas a buscar fórmulas para abastecerse de creaciones y están desplazando parte de su diseño a los proveedores.

- Happy Punt, que tiene como clientes a Top Shop y a Inditex, diseña unas 5.000 prendas al año, de las cuales acaba vendiendo alrededor de quinientas a la gran distribución.

- Los responsables de seleccionar estas prendas son los compradores, que han trabajado de la mano con los proveedores durante el proceso de creación. Un diseñador busca ideas de manera constante en:

- Las agencias de predicciones de tendencias de moda
- Pasarelas de los grandes diseñadores
- Internet
- La calle
- Tendencias del mercado
- Datos cuantitativos de ventas históricas
- Conexión con las tiendas

Los departamentos de diseño buscan continuamente inspiración, las grandes marcas internacionales del Prêt-à-Porter son una gran fuente de suministro de ideas, estampados, formas y colores. ¡La gran distribución bebe de ellas!

- Es evidente que hay imitaciones, sin embargo, generan una mayor diferenciación las evoluciones y adaptaciones de las pasarelas internacionales

- El objetivo de las marcas es ofrecer y vender tendencias de moda en el momento oportuno, lo cual es responsabilidad de los departamentos de diseño

- La relación constante y fluida entre el personal de las tiendas, los equipos de diseño y los centros de fabricación es clave para reaccionar ante las demandas del mercado, con nuevos productos en las tiendas en el período más corto posible: CICLOS CORTOS

- El talento, el compromiso y la experiencia son atributos que no solo son necesarios en la cúpula de las empresas, el vendedor del almacén y el diseñador son piezas imprescindibles dentro de la compañía, y su aporte diario será el que marque la estrategia, para su éxito o fracaso.

- El diseñador forma equipo con un comprador, que es el que “frena los pies al creativo y lo ajusta a un presupuesto, buscando siempre la versión comercial de una prenda”.

- Aun así, cadenas como Zara, Blanco o Cortefiel introducen en sus colecciones prendas que saben desde un principio, que no serán las más vendidas y que les darán una “imagen de marca comprometida con las tendencias”. “Ya saben que no ganarán dinero con esas prendas, pero tampoco lo perderán”.

- En el proceso de decisión intervienen diseñadores, compradores, analistas de tendencias, y finalmente el director de la marca.

- El diseñador recibe cada semana un listado de ventas en el que se especifica con exactitud qué se vende y dónde se vende. A partir de estos extractos, el creativo debe dar continuidad a algunos modelos con nuevas modificaciones y poner fin a otros.
- A lo largo de la temporada, las actualizaciones son habituales.
- El departamento de diseño y el de compras trabajan en equipo, con una misma dependencia jerárquica de la Dirección de Diseño. Juntos deciden las tendencias más comerciales y materias primas que velen por la relación entre “diseño, calidad, precio y margen”.
- En este proceso también participan previamente las direcciones de ventas, quienes aportan sus inputs y visión, basados en su experiencia a nivel comercial.
- Cada semana se realiza un ranking de las prendas más vendidas. Hay un gran trabajo detrás para ver por qué se ha vendido más una prenda que otra.
- Todo depende del grado de velocidad: cuanto más rápido necesites ser, más diseños requerirás
- La rapidez que impera actualmente en el mercado de la moda está llevando a las principales marcas a buscar fórmulas para abastecerse de creaciones y están desplazando parte de su diseño a los proveedores.
- Happy Punt, que tiene como clientes a Top Shop y a Inditex, diseña unas 5.000 prendas al año, de las cuales acaba vendiendo alrededor de quinientas a la gran distribución.

- Los responsables de seleccionar estas prendas son los compradores, que han trabajado de la mano con los proveedores durante el proceso de creación.

Fuente; tomada del pabellón del conocimiento Inexmoda Universidad pontificia Bolivariana