



MODULO 3

Sesiones 26, 27 y 28

LOS CANALES DE APROVISIONAMIENTO

OBJETIVOS

- Hacer consciente la necesidad de cambiar los hábitos en la compra de mercancía.
- Hacer consciente la necesidad de comprar a mayoristas, fábricas y almacenes, consiguiendo precios interesantes para la venta.
- Conocer algunos de los lugares interesantes para la compra de productos textiles
- Conocer los que se entiende por compra al por mayor, saldos, temporada.
- Conocer de forma práctica el funcionamiento de la fabricación de determinadas prendas o de productos textiles.
- Visitar y conocer una zona o población especializada en la producción de un determinado producto (textil).
- Conocer los precios de salida de determinados productos. Conocer los precios de venta de esos artículos al por mayor y al menor. Conocer las cantidades de productos o de dinero que se interpreta como venta al por mayor.
- Conocer los márgenes que se aplican a la venta.
- Conseguir un listado de direcciones y teléfonos interesantes para posibles futuras transacciones comerciales.
- Mejorar la capacidad de relación con otros, sobre todo en lo referente a negociación y tratos para la compra de productos.
- Conocer algunas características del pueblo, población, actividades económicas principales, número de habitantes ...
- Aprender a manejarnos en el transporte público. Desplazamiento en metro y autobús.

CONTENIDOS

- Necesidad de cambiar los hábitos de compra. Necesidad de realizar las compras directamente en fábricas, almacenes o al por mayor al objeto de conseguir precios interesantes
- Algunas zonas interesantes para la compra de determinados productos textiles:
 - Cataluña
 - Sonseca
 - Béjar
 - Portugal
 - ...
- Como buscar cuando no se conoce. Dónde recurrir:
 - Agrupaciones o Asociaciones de Empresarios de diferentes ramas de textil
 - Agrupaciones o Asociaciones de Vendedores
 - La Cámara de Comercio. Listados que esta facilita sobre cada sector
 - Páginas amarillas
 - Red de conocidos
 - Polígonos industriales
 - Publicaciones especializadas
 - Poblaciones o zonas especializadas en diferentes productos
 - ...
- Acotación de lo que se entiende compra al por mayor
- Saldos
- Productos de Temporada
- Márgenes de negociación de precios según cantidades de producto y de dinero
- Diferencia entre los márgenes de precio que suelen utilizarse entre la venta al por mayor y la venta individual de productos.
- Relación precios calidades.
- Diferencia entre dos tipos de venta: la que apuesta principalmente por la calidad y la que apuesta por ofrecer precio. Relaciones entre ellas. Ventajas e inconvenientes de cada una de ellas

- Contactos y negociación directa con representantes, fabricantes o vendedores. Relación en la práctica.
- Algunas características de la población que vamos a visitar: productos en que están especializados, número aproximado de empresas, población que habita en él. Principales actividades económicas de la población, número de parados y trabajadores en activo, ...
- Desplazamiento en transporte público. Puntualidad

ACTIVIDADES

- Describir dónde hacen ellos actualmente las compras para el tipo de venta que realizan.
- Discutir si sería suficiente para poder competir en los mercadillos
- Enumerar los sitios (en general) en los que debería comprarse para poder competir. Enumerar fábricas, pueblos, almacenes, zonas que conozcan donde se pueda comprar al por mayor.
- Descubrir entre todos el posible proceso de búsqueda de fábricas, almacenes, representantes, pueblos o zonas. Dónde recurrir para la búsqueda de información.
- Visitar en la práctica una población especializada en la producción de determinados productos: SONSECA
- Visitar en ellas varias fábricas y almacenes
- Preguntar en ellas: precios, cantidades al por mayor, calidades, temporadas, saldos, ...
- Preguntar y conocer algunos datos del pueblo con la persona que nos acompaña.
- Manejarnos en el transporte público.
- Evaluación del viaje a Sonseca

RECURSOS

- Pizarra y tizas de colores
- Cuaderno y bolígrafo o lapicero
- Material elaborado por el monitor
- Transporte público para los desplazamientos



Sesiones 29 y 30

EXPOSICIÓN DEL GENERO

OBJETIVOS

- Hacer conscientes la importancia de la colocación y exposición del género que se vende, así como del aspecto general del puesto para la venta.
- Conocer los aspectos que han de ser cuidados en la exposición del género y en el aspecto general del puesto.
- Aprender la rotulación de números y títulos para carteles y precios
- Mejorar el conocimiento de los números
- Mejorar la ortografía con el objeto de no cometer faltas en la exposición de carteles o rótulos.

CONTENIDOS

- Importancia del aspecto general del puesto en la venta en mercadillo
- Importancia de la colocación y exposición del género
- Aspectos que han de tenerse en cuenta para mejorar el aspecto general del puesto:
 - Forma de colocación de la mercancía: Ordenada, «A Rebujo»
 - Espacio y distribución del puesto para facilitar el acceso y la visión de los productos
 - Vistosidad
 - Colorido
 - Precios
 - Tallajes
 - Rótulos
 - Actitud del vendedor

- Aspecto del vendedor
- Calidades de los productos
- Disposición en el mercadillo
- Higiene
- Actitud ante la clientela
- ...
- Los números del 1 al mil
- Rotulación de números
- Rotulación de títulos
- Algunas faltas de ortografía más comunes:
 - «b» y «v»
 - «m» antes de «p»
 - Diferencia entre «r» y «rr»
 - Escribir siempre en mayúsculas o en minúsculas
- Utilización de rotuladores gordos

ACTIVIDADES

- Debatur sobre la importancia de la exposición del género y el aspecto general del puesto.
- Proyectar diapositivas sobre diferentes puestos comentando lo más significativo de cada una de ellas, teniendo como base los aspectos antes enumerados en los contenidos
- Rotular números y títulos
- Explicación de algunas reglas esenciales de ortografía

RECURSOS

- Montaje de diapositivas
- Cuaderno y bolígrafos
- Rotuladores gordos
- Cartulinas
- Moldes de letras

Sesión 31

TIPOS DE FIBRAS Y TEJIDOS

OBJETIVOS

- Conocer las principales fibras y tejidos
- Conocer su clasificación

CONTENIDOS

- Clasificación de las fibras:
 - Fibras naturales
 - animales
 - vegetales
 - minerales
 - Fibras químicas
 - artificiales
 - sintéticas
- Características generales de la fibra
 - Longitud
 - Sección
 - Cantidad de agua
 - Madurez de la fibra
 - Resistencia a la fusión
 - Resistencia al alargamiento
- Generalidades a observar en la fibra:
 - Hilo
 - Trávés

- Haz
- Envés
- Densidad
- Peso
- Resistencia y alargamiento a la tracción
- Resistencia al roce
- Resistencia a la formación de pilling (bolitas)
- El ligamento

ACTIVIDADES

- Exposición del monitor
- Preguntas y aclaraciones

RECURSOS

- Materiales elaborados por el monitor
- Pizarra y tizas de colores

Sesión 32

LAS TELAS

OBJETIVOS

- Conocer los diferentes tipos de telas
- Conocer su clasificación
- Conocer los nombres de las fibras y telas en diferentes idiomas

CONTENIDOS

- Tipos de telas
 - Telas tejidas
 - De calada
 - De punto
 - Telas no tejidas
 - Laminadas
 - Conglomeradas
- Clasificación de las telas atendiendo a sus características
 - Telas finas
 - De algodón
 - De seda y rayón
 - De lana
 - De fibras sintéticas
 - Telas con caída
 - Telas gruesas
 - De algodón



- De seda y rayón
- De lana
- Telas con «entereza»
- Telas sin características clásicas de los grupos mencionados anteriormente
- Nombres de las telas y fibras en diferentes idiomas

ACTIVIDADES

- Exposición del monitor
- Preguntas, aclaraciones y dudas, durante y al final de la explicación.

RECURSOS

- Materiales elaborados por el monitor
- Pizarra y tizas de colores
- Cuadernos y bolígrafos



Sesiones 33, 34 y 35

MATERIAS PRIMAS. ORIGEN Y CUALIDADES

OBJETIVOS

- Conocer el origen y la fabricación de las materias primas
- Conocer las principales cualidades de las fibras y tejidos
- Conocer los principales acabados que suelen darse a las fibras y tejidos

CONTENIDOS

- La lana: origen, estructura de la fibra, composición, propiedades físicas, propiedades dinamométricas, propiedades térmicas, comportamiento al uso, propiedades químicas, principales tratamientos de acabado, aplicaciones
- La seda: origen, composición, propiedades físicas, propiedades dinamométricas, propiedades térmicas, otras propiedades, principales tratamientos, comportamiento al uso, aplicaciones.
- El pelo de los animales: mohair (pelo de cabra), cachemira, angora, pelo de camello, vicuña, alpaca, pelo de animales rústicos,
- El algodón: origen, características, composición, estructura, madurez, propiedades físicas, propiedades dinamométricas, propiedades térmicas, comportamiento al uso, propiedades químicas, principales tratamientos, aplicaciones.
- El lino: origen, tratamientos posteriores, cualidades, recomendaciones, aplicaciones
- El ramio: origen, cualidades
- El cáñamo: origen, cualidades
- Otras fibras vegetales

- Fibras de origen artificial y sintéticas: la celulosa, el rayón, la fibrana, el acetato, las poliamida 66 (nylon), los poliésteres, las acrílicas, otras fibras
- De todas ellas: origen, principales características.

ACTIVIDADES

- Explicación del monitor
- Dudas y aclaraciones durante y al final
- Proyección de video sobre todo el proceso que siguen las fibras textiles desde su origen, y tratamiento hasta su comercialización

RECURSOS

- Materiales elaborados por el monitor
- Pizarra y tizas de colores
- Cuadernos y bolígrafo o lapicero
- Proyector de video, televisión y cinta de video



Sesión 36

PRINCIPALES ACABADOS

OBJETIVOS

- Conocer los principales acabados que suelen darse a las fibras y tejidos.
- Conocer la utilidad de estos y saber que significan algunos de ellos (los más importantes).

CONTENIDOS

- Los acabados:
 - ¿Qué son?, ¿cuál es su utilidad?
 - Acabado permanente
 - Antiestático
 - Antimanchas
 - Antipilling
 - Antipolilla
 - Apresto
 - Decatizado
 - Fungicida y Bactericida
 - Ignífugante
 - Impermeable
 - Inarrugable
 - Inencogible
 - Inenfieltrable
 - Mercerizado



- Perchado
- Raya permanente
- Spil release
- Solidez de los colores
- Solidez del sudor
- Termofijado

ACTIVIDADES

- Explicación del monitor
- Dudas y aclaraciones durante y al final

RECURSOS

- Materiales elaborados por el monitor
- Pizarra y tizas de colores
- Cuadernos y bolígrafo o lapicero



Sesión 37

ETIQUETADO Y NORMAS DE CONSERVACIÓN DE LOS TEJIDOS

OBJETIVOS

- Conocer los símbolos que aparecen habitualmente en las etiquetas así como su significado
- Conocer los tratamientos de conservación recomendables para las diferentes fibras

CONTENIDOS

- Etiquetado de composición
- Etiquetado de conservación
- Ejemplos prácticos
- Tratamientos de conservación recomendables para las diferentes fibras:
 - Acetatos
 - Algodón
 - Cupro
 - Elastoideno
 - Lana
 - Lino
 - Poliacrílicas
 - Poliamidas
 - Cloruros de polivinilo
 - Poliéster



- Seda
- Triacetatos
- Viscosa
- Normas generales a tener en cuenta en el lavado
- Normas generales a tener en cuenta en el secado
- Normas a tener en cuenta en el blanqueado con lejía
- Normas a tener en cuenta en el planchado
- La limpieza en seco

ACTIVIDADES

- Explicación del monitor
- Dudas y aclaraciones durante y al final

RECURSOS

- Pizarra y tizas de colores
- Cuadernos y bolígrafo o lapicero



MÓDULO 3

Sesión 38

ELIMINACIÓN DE MANCHAS

OBJETIVOS

- Conocer las reglas básicas para la eliminación de las manchas
- Conocer los productos y procesos para la eliminación de determinados tipos de manchas

CONTENIDOS

- Reglas básicas para la eliminación de manchas
- Cómo eliminar las manchas de: aceite, breza o alquitrán, bolígrafo, cera, cerveza, clara de huevo, cola, cremas y pomadas, crema de zapatos, chicle, chocolate, desteñido, esmalte de uñas, frutos, grasa, helados, herrumbre, hierba, hollín, laca, lápiz de labios, leche, moho, nata, pegamento, perfume, pintura, plátano, restos de jabón, resina, sangre, sudor, té, tinta, tomate, vino blanco, vino tinto, vela, yema de huevo

ACTIVIDADES

- Explicación del monitor
- Dudas y aclaraciones durante y al final

RECURSOS

- Materiales elaborados por el monitor
- Pizarra y tizas de colores
- Cuadernos y bolígrafo o lapicero



Sesión 39

DICCIONARIO DE TEXTIL.MANIPULACIÓN Y RECONOCIMIENTO DE TELAS

OBJETIVOS

- Conocer algunos de los principales términos utilizados en el textil
- Reconocer visualmente, al tacto, y por el olor algunas de las telas y fibras textiles
- Saber utilizar el diccionario para encontrar la palabra que se busca.

CONTENIDOS

- Algunos términos utilizados en textil y su significado: acanalado, acetato, afelpado, alfombra, algodón, alpaca, arpillera, astracán, batista, bayeta, bellardina,
- Abecedario ordenado
- Buscar palabras en el diccionario
- Tocar, oler, ver las diferentes telas y fibras textiles.

ACTIVIDADES

- Explicación del monitor
- Dudas y aclaraciones durante y al final

RECURSOS

- Material elaborado por el monitor
- Pizarra y tizas de colores
- Cuadernos y bolígrafo o lapicero



Sesión 40

ETAPAS DEL PROCESO DE COMPRA

OBJETIVOS

- Deducir que la venta es un proceso en el que el comprador ha de tomar una serie de decisiones
- Conocer las etapas del proceso de compra
- Conocer algunos de los factores que pueden influir en cada una de esas etapas
- Conocer los mecanismos con los que podemos intervenir en cada una ellas para influir de forma positiva.
- Comprender un proceso secuenciado de razonamientos. Ver que unas conclusiones nos llevan a otras.
- Estimular la capacidad de razonamiento lógico

CONTENIDOS

- La venta como proceso dinámico en el que intervienen el cliente y el vendedor
- La venta como un proceso de decisiones del cliente en el que puede intervenir el vendedor
- Las etapas secuenciadas del proceso de compra:
 - Decisión o no de compra
 - Búsqueda del producto
 - Comparación entre varias ofertas
 - Identificación del producto adecuado entre todas las ofertas existentes



- Elección de determinadas características del producto (composición, marca, talla, color, precio)
- Elección definitiva
- Toma de decisión respecto a la compra o no del producto
- Compra o no del producto
- Acciones por parte del vendedor que pueden influir en el proceso de compra
- Acciones que realiza el cliente y que pueden influir en la compra o no del producto.

ACTIVIDADES

- Exposición por parte del monitor de las etapas del proceso de compra
- Rellenar primero individualmente los factores que influyen en cada uno de los pasos del proceso de compra
- A partir de las respuestas individuales, rellenar de forma conjunta todos los factores que pueden influir en las distintas etapas del proceso.

RECURSOS

- Pizarra y tizas de colores
- Material elaborado por el profesor
- Cuadernos y lapiceros



Sesión 41

ESTILOS Y TIPOS DE VENDEDORES

OBJETIVOS

- Conocer que hay diferentes tipologías de vendedores
- Conocer las características de cada uno de los tipos de vendedores
- Diferenciar los tipos de vendedores «eficaces» para la venta
- Diferenciar los tipos de vendedores «ineficaces» para la venta
- Agrupar los tipos de vendedores en «categorías» más generales
- Hacer consciente la necesidad de aprender diferentes técnicas para ser buenos vendedores
- Objetivos actitudinales:
 - Participación activa de todos
 - Creatividad

CONTENIDOS

- Tipos de vendedores:
 - Los que ponen el énfasis en el cliente
 - Los que ponen el énfasis en el producto
- Vendedores eficaces:
 - El dinámico o técnico
 - El consejero o amable
 - El metódico o el organizado
 - El realista o expeditivo
 - El estratega
- Vendedores ineficaces:



- El agresivo o «vendedor de alta presión»
- El indiferente o «vendedor sonámbulo»
- El amable o «vendedor complaciente»
- El manipulador o vendedor contradictorio
- El soñador o «vendedor snob»
- Características de los malos vendedores
- Características de los buenos vendedores

ACTIVIDADES

- Lluvia de ideas escrita sobre los tipos de vendedores que conocen
- Puesta en común de todos los tipos de vendedores
- Agrupación de los vendedores en categorías más genéricas
- Relacionar las características positivas de los vendedores con los tipos genéricos
- Relacionar las características negativas de los vendedores con los tipos genéricos

RECURSOS

- Pizarra y tizas de colores
- Material elaborado por el monitor
- Papel y lapiceros



Sesiones 42 y 43

LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA VENTA

OBJETIVOS

- Conocer los cuatro principios fundamentales que ha de tener en cuenta un vendedor
 - El diálogo
 - La empatía
 - Creación de un clima de confianza
 - Empezar siempre primero por las ventajas del producto
- Conocer el esquema de la comunicación y las partes que intervienen en ella:
 - Emisor
 - Mensaje
 - Receptor
- Conocer los elementos que influyen positiva y negativamente en el proceso de la comunicación

CONTENIDOS

- Los cuatro principios fundamentales del vendedor
 - El diálogo
 - La empatía
 - Creación de un clima de confianza
 - Empezar primero por las ventajas
- El esquema de la comunicación:
 - Emisor



- Mensaje
- Receptor
- Factores que influyen en la comunicación:
- Actitud del emisor y del receptor
- Vivencias del emisor y del receptor
- La comunicación no verbal
- Capacidad de expresión oral
- Capacidad de escucha
- Utilización de los mismos códigos
- Dominio del vocabulario
- Conocimientos específicos sobre la materia objeto de comunicación
- Lugar y entorno donde se realiza la comunicación
- Empatía

ACTIVIDADES

- Exposición del monitor de los principios fundamentales del vendedor
- Debate
- Profundización en cada uno de los aspectos
- Exposición por el monitor del esquema de la comunicación
- Técnica del rumor
- Comentarios y debate

RECURSOS

- Pizarra y tizas de colores
- Material elaborado por monitor
- Papel y lapiceros



Sesiones 44, 45 y 46

LAS SEIS CONDICIONES ESENCIALES QUE HACEN VENDER

OBJETIVOS

- Conocer las seis condiciones esenciales para la venta:
 - Cómo tener éxito en el contacto
 - Saber descubrir las necesidades del cliente
 - Saber argumentar
 - Saber utilizar las objeciones como apoyo para la argumentación
 - Saber presentar el precio
 - Saber cerrar la venta en el momento adecuado

CONTENIDOS

- Las seis condiciones esenciales para la venta
 - Cómo tener éxito en el contacto
 - Qué hacer en caso de rechazo
 - Fallos que no hay que cometer al principio del contacto
- Saber descubrir las necesidades del cliente:
 - El arte de formular preguntas
 - La continuidad del diálogo
- Saber argumentar
 - Las diez reglas de oro del argumento
 - Cómo «anticipar» un argumento
 - Cómo reforzar un argumento



- Cómo dar colorido a los argumentos
- Los términos conflictivos de la argumentación
- Saber utilizar las objeciones como apoyo para la argumentación
 - Las tres clases de objeciones
 - Las cuatro reglas principales
 - Recomendaciones para responder las objeciones
 - Técnicas particulares para responder a las objeciones
- Saber presentar el precio
 - Los elementos constitutivos del precio
 - Reglas de presentación del precio
 - Métodos para vender el precio
- Saber cerrar la venta en el momento adecuado
 - Las condiciones para cerrar la venta
 - Las técnicas de cierre
 - La toma de decisión

RECURSOS

- Pizarra y tizas de colores
- Materiales elaborados por el profesor
- Papel y lapiceros