



Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported (CC BY-NC-ND 3.0)

Este es un resumen legible por humanos (y no un sustituto) de la licencia. [Advertencia.](#)

Usted es libre para:

Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

El licenciante no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia

Bajo los siguientes términos:



Atribución — Usted debe darle crédito a esta obra de **manera adecuada**, proporcionando un enlace a la licencia, e **indicando si se han realizado cambios**. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo del licenciante.



NoComercial — Usted no puede hacer uso del material con **finés comerciales**.



Sin Derivar — Si usted **mezcla, transforma o crea nuevo material a partir de esta obra**, usted no podrá distribuir el **material modificado**.

**INFORME DE LA CAPACITACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS A DIFERENTES
COMUNIDADES ARTESANALES BENEFICIARIAS DEL PROYECTO
MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES
PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO
2016**



**artesanías
de colombia**

Belkis Mira Olarte
Mónica Cleves Vargas
Contratistas

TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen

Introducción

2. Propósito

3. Descripción del trabajo

3.1 Expoartesano 2016

3.2 Expoartesanías 2016

3.3 Ráquira

3.4 Guamo

3.5 Barranquilla

3.6 Turbaco

3.7 Cereté

3.8 Morroa

3.9 Filandia

3.10 Salento

3.11 Fonquetá

3.12 Curití, Santander

3.13 Charalá, Santander

3.14 Ráquira, Boyacá

3.15 Manzanares, Caldas

3.16 Samaniego, Nariño

3.17 Guachucal, Nariño

4. Resultados

4.1 Pruebas de diagnóstico.

4.2 Asistentes.

4.2.1 Expoartesano 2016

4.2.2 Ráquira

4.2.3 Guamo

4.2.4 Barranquilla

4.2.5 Turbaco

4.2.6 Cereté

4.2.7 Morroa

4.2.8 Filandia

4.2.9 Salento

4.2.10 Fonquetá

4.2.11 Curití, Santander

4.2.12 Charalá, Santander

4.2.13 Ráquira, Boyacá

- 4.2.14 Manzanares, Caldas
- 4.2.15 Samaniego, Nariño
- 4.2.16 Guachucal, Nariño
- 4.3 Encuestas de Satisfacción.

5. Conclusiones

6. Limitaciones y dificultades

- 6.1 Expoartesano 2016
- 6.2 Expoartesano 2016
- 6.3 Ráquira
- 6.4 Guamo
- 6.5 Barranquilla
- 6.6 Turbaco
- 6.7 Cereté
- 6.8 Morroa
- 6.9 Filandia
- 6.10 Salento
- 6.11 Fonquetá
- 6.12 Curití, Santander
- 6.13 Charalá, Santander
- 6.14 Ráquira, Boyacá
- 6.15 Manzanares, Caldas
- 6.16 Samaniego, Nariño
- 6.17 Guachucal, Nariño

7. Recomendaciones y sugerencias

- 7.1 Expoartesano 2016
- 7.2 Expoartesaniás 2016
- 7.3 Comunidades

8. Materiales complementarios y anexos

9. Bibliografía

1. RESUMEN

El presente informe contiene una recopilación de la capacitación en mercadeo y ventas que se le realizó a 500 artesanos asistentes a EXPOARTESANO 2016, los días 13 y 14 de Julio de 2015 en la ciudad de Medellín.

Adicionalmente incluye la capacitación que se le realizó a 102 artesanos de 9 comunidades (Ráquira, Guamo, Barranquilla, Cereté, Morroa, Turbaco, Salento, Filandia y Fonquetá) en mercadeo y ventas en donde durante la capacitación se realizaron principalmente cuatro actividades: diagnóstico con la prueba de personalidad A-B entre los asistentes, capacitación en comportamiento del vendedor, capacitación en conceptos básicos de mercadeo y ventas y finalmente un ejercicio – taller sobre lo aprendido durante la jornada completa.

Este informe se realiza conforme al contrato No ADC-2016-206 suscrito entre Artesanías de Colombia S.A y Belkis Mercedes Mira Olarte. La capacitación en general fue muy bien recibida por los asistentes de acuerdo con las encuestas realizadas y con lo expresado por los artesanos.

Adicionalmente el presente informe representa una recopilación de hechos de la conferencia realizada el Viernes 16 de Diciembre de 2016 en la ciudad de Bogotá y las capacitaciones realizadas entre el 19 y el 20 de diciembre a 6 comunidades del proyecto « 20 Comunidades » incluyendo : Curití, Charalá, Manzanares, Ráquira, Samaniego y Guachucal, en mercadeo y ventas en donde se realizaron las siguientes actividades: teoría de las 4Ps de mercadeo (Producto, Precio, Promoción y Plaza), taller de ventas y un ejercicio - taller en precio y empaque.

Este informe se realiza conforme al contrato No ADC-2016-206 suscrito entre Artesanías de Colombia S.A y Mónica Cleves Vargas. Se puede concluir que la capacitación fue aceptada favorablemente por todos los artesanos de acuerdo con las encuestas realizadas y por lo expresado por los artesanos. Adicionalmente todas las comunidades mostraron una gratitud por Artesanías de Colombia en relación a la oportunidad que la compañía les brindó durante este año en capacitaciones, acompañamiento y ayuda económica para asistir a las diferentes ferias.

INTRODUCCIÓN

2. PROPÓSITO

EXPOARTESANO, Medellín. 2016

Para esta capacitación se buscó principalmente recordar conceptos básicos de comportamiento aplicados a la venta, para que de alguna manera el público objetivo entendiera que desde ser formal con los clientes se puede llegar a tener más y mejores ventas.

La segunda parte de la capacitación, se enfocó en conceptos básicos de la teoría de mercadeo y ventas. Se definió por medio de preguntas a la misma audiencia, que era ventas y mercadeo. Luego se profundizó en la teoría de las 4 p's de mercadeo: producto, precio, promoción y plaza para que eventualmente los asistentes a las capacitaciones pudieran aplicar estos conceptos en lo que les restaba de la feria.

La capacitación se desarrolló en las instalaciones del centro de convenciones y exposiciones Plaza Mayor en la ciudad de Medellín.



Básicamente el propósito de esta capacitación fue que los asistentes pudieran aplicar lo aprendido en los días de feria que les quedaban, para así lograr mejores y mayores ventas.

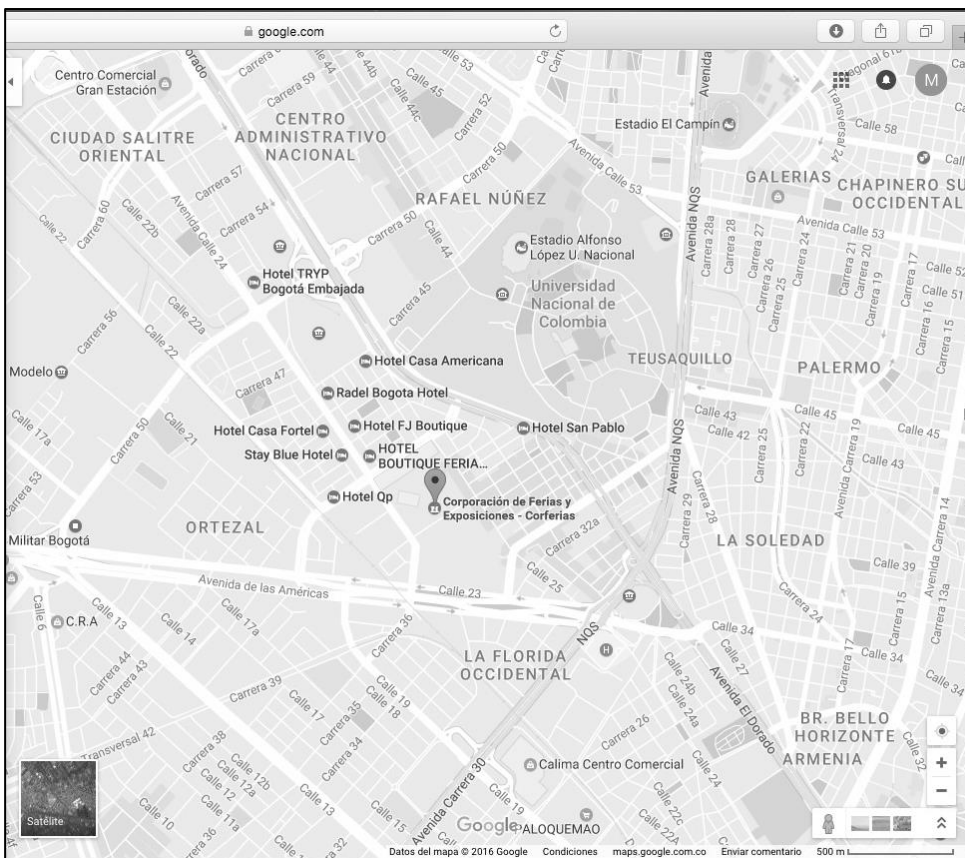
Por otro lado, el propósito de la capacitación de las 20 Comunidades fue darles a conocer distintas herramientas de ventas además de hacer a los artesanos más conscientes del proceso cuando están frente a un cliente para lograr mayores niveles de ventas con sus productos. Se les enseñó como diseñar una estrategia de mercadeo enfocada en precio, promoción, plaza y producto. Se les mostró distintas maneras de tratar con el cliente para optimizar sus esfuerzos en los distintos

espacios en los que participan. Y finalmente por medio de un taller se les evidenció las oportunidades de mejora que tienen como vendedores.

EXPOARTESANIAS, BOGOTÁ. 2016

En esta capacitación el tema principal a tratar fue la comunicación y los conceptos básicos de ésta a través de la metodología del Dr. Dale Carnegie, autor del libro “Cómo hacer amigos e influir sobre las personas”. Esta capacitación se realizó con el fin de desarrollar sensibilidad en los comportamientos aplicados a la venta y al manejo de grupos ya que la mayoría de artesanos asistentes están organizados en comunidades/asociaciones.

La conferencia se llevó a cabo en las instalaciones de Corferias en la ciudad Bogotá.



COMUNIDADES

La capacitación en las comunidades se realizó en los siguientes lugares:

Comunidad	Asociación o taller	Lugar
Ráquira	CORPORACIÓN DE ARTESANOS DE RÁQUIRA ALMA DE BARRO	Tienda de Yolanda Alarcón.
Guamo	ASOPALGUAMO	Taller de la asociación, hogar de Sol Briñez.
Barranquilla	INNOVACIÓN ARTESANAL	Casa/Taller de Adelaida Agamez
Turbaco	COOPERATIVA ARTESANOS DE TURBACO	Casa de la Cultura de Turbaco.
Cereté	GRUPO ARTESANAL RABOLARGO	Casa/Taller de Carolina Lopez.
Morroa	GRUPO PRECORPORATIVO CENTRO ARSENAL DE MORROA	Escuela pública de Morroa.
Filandia	ASOCIACIÓN DE CESTEROS DE FILANDIA ASOARTESANOS	Sede de la Asociación.
Quindío	ASOCIACIÓN DE ARTISTAS ARTESANOS CREATIVOS DE SALENTO	Taller de La Aldea de Los Artesanos.
Fonquetá	TALLER ESCUELA ARTESANAL FONQUETA	Casa de Rosa Cifuentes.
Curití, Santander	CACIQUE CUITI	Casa Cural Curití
Charalá, Santander	CORPOLIENZO	Taller de la asociación
Ráquira, Boyacá	ALMA DE BARRO	Tienda de ventas
Manzanares, Caldas	AMMUCIMAN - Asociación de Mujeres campesinas del municipio de Manzanares	Salón Cámara de Comercio
Samaniego, Nariño	MANOS UNIDAS de Samaniego	Casa Rural
Guachucal, Nariño	Asociación de mujeres Indígenas NALNAO	

3. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

3.1 EXPOARTESANO, Medellín. 2016

Durante el 13 y 14 de Julio de 8:00 a.m. a 10:00 am, se realizó para los artesanos una capacitación en mercadeo y ventas.

El día 13 de Julio, se realizo la capacitación enfocada en el comportamiento humano. En las reglas básicas para tratar a las personas de tal forma que sean tácticas efectivas para las ventas. En el anexo 1 se encuentra la presentación. La metodologías usada es parte de la teoría del libro “Como ganar amigos e influir sobre las personas”, del autor Dale Carnegie escrito en 1936.

El día 14 de Julio, la capacitación se enfocó teniendo en cuenta lo visto el día 13 de Julio, en los conceptos básicos de mercadeo y ventas. Con la participación de los asistentes se iban definiendo los conceptos y se iba explicando cada uno de acuerdos a cómo podrían aplicarlos en lo que quedaba de la feria, sobre todo, el fin de semana que se esperaba más público.

Esta capacitación fue un resumen de lo que las 20 comunidades después iban a ver durante las sesiones que se iban a realizar en sus regiones.

3.2 EXPOARTESANÍAS, Bogotá. 2016

Durante el día viernes 16 de Diciembre de 8:00 am a 10:00 am, se realizó conferencia en mercadeo y ventas para los artesanos participantes de la feria Expoartesanías 2016.

Se realizo la capacitación enfocada en el comportamiento humano. En las reglas básicas para tratar a las personas de tal forma que sean tácticas efectivas para las ventas. En el anexo 1 se encuentra la presentación. La metodologías usada es parte de la teoría del libro “Como ganar amigos e influir sobre las personas”, del autor Dale Carnegie escrito en 1936.

3.3 RÁQUIRA, Boyacá

En Ráquira, Boyacá se realizó la capacitación a la Corporación Alma de Barro. La convocatoria fue muy difícil, pero logramos impactar 5 de 8 artesanos que hacen parte de la corporación. Se hizo un diagnóstico primero para reconocer que tipo de personalidad tienen, y luego se procedió con realizar la presentación de básicos del comportamiento para finalizar con los temas de mercadeo y ventas con el fin de fortalecer las ferias en las que van a participar próximamente. Al final se les entregó un formato de evaluación de la capacitación y los artesanos en general se mostraron muy felices con lo visto durante los dos días.

3.4 GUAMO, Tolima

En el Guamo, Tolima, se realizó la capacitación a ASOPALGUAMO. Durante el primer día se realizó un diagnóstico para los asistentes, para luego empezar a tratar los conceptos básicos de comportamiento para ser buenos vendedores. El segundo día realizamos una revisión sobre todos los conceptos básicos de mercadeo y ventas. Hicimos un taller en donde se hizo una simulación de una venta con un mayorista, y al final hablamos de las experiencias que la comunidad ha tenido en ferias y de cómo mejorar sus procesos de mercadeo ya que sienten en el mismo pueblo una competencia muy alta con una persona que vende las mismas artesanías de ellos pero a precios muy baratos que no los está dejando compartir. Revisamos nuevos mercados y canales para que exploraran a partir de lo aprendido en el taller.

3.5 BARRANQUILLA, Atlántico.

En Barranquilla se realizó la capacitación al grupo familiar Innovación Artesanal. En esta comunidad la convocatoria es pequeña ya que es un grupo de familia, con algunas vecinas quienes realizan las artesanías de este grupo. El primer día estuvimos revisando por medio de un diagnóstico quienes son en el grupo los más aptos para estar de cara con el cliente, además de estudiar los conceptos principales para estar frente a un cliente. El segundo día estuvimos revisando los conceptos de mercadeo, la estructura de la venta y al final hicimos un taller para observar como estaban aplicando lo aprendido durante las dos sesiones. Estuvimos revisando casos puntuales sobre experiencias con clientes y la participación de ellos en el evento Sabor Barranquilla.

3.6 TURBACO, Bolívar.

En Turbaco, Bolívar, se realizó la capacitación a la Cooperativa de Artesanos de Turbaco. En esta oportunidad, asistieron también más artesanos de la comunidad que no necesariamente hacía parte de la cooperativa, lo cual nos permitió sensibilizar a más personas. Empezamos la capacitación muy temprano oyendo a todos los asistentes para conocer sus procesos creativos y sus productos. Luego, se hizo el diagnóstico a cada uno de los asistentes para continuar con la capacitación de simples reglas de comportamiento para generar mejor y mayor recordación en los clientes. En la tarde, realizamos toda la sesión de los conceptos básicos para realizar una buena estrategia de mercadeo en donde nos encontramos con que esta comunidad tiene una gran dificultad a la hora de ponerle precios a sus productos, pues están acostumbrados a poner el precio que el cliente sugiere más no tienen tan en cuenta sus costos, por lo que duramos un tiempo prudente analizando este tema. Luego hicimos el taller para ver cómo iban a aplicar los

conceptos vistos, y finalmente hicimos una larga sesión de preguntas en donde ellos compartían experiencias para así asesorarlos mejor ante un cliente difícil.

3.7 CERETÉ, Córdoba.

En Cereté, Córdoba se realizó la capacitación al Grupo Artesanal de Rabolargo. Como es un grupo en que la mayoría de las personas son de la tercera edad, la capacitación se hizo de una forma más didáctica y dinámica para garantizar la atención de los asistentes. El primer día revisamos los conceptos básicos de comportamiento de un vendedor, primero revisando el diagnóstico, y luego los conceptos. Aquí se pudo observar fácilmente quienes eran las personas más idóneas para vender los productos del grupo artesanal. Revisamos varios de los productos y se entendió el proceso de construcción de los mismos para darles tips y estrategias de comunicación de su arte. El segundo día, durante la revisión de los conceptos básicos de mercadeo y ventas, se identificaron más falencias de los vendedores puesto que expusieron varios casos de Expoartesano en donde perdieron oportunidades de ventas dado el desconocimiento sobre el tema. Con esta información reforzamos en el taller experiencial las oportunidades de mejora para que de aquí en adelante las apliquen. Esta comunidad se caracteriza por ser muy receptiva y positiva.

3.8 MORROA, Sucre.

En Morroa, Sucre, se llevó a cabo la capacitación de mercadeo y ventas para el Grupo Precooperativo Centro Artesanal de Morroa. Durante el primer día, dado el tiempo disponible de los artesanos, se revisaron tanto los conceptos de mercadeo como los de ventas. En el diagnóstico se logró identificar quienes fueron las personas más aptas para realizar la actividad de ventas, sobre todo en las ferias en las que iban a participar y más teniendo en cuenta que el 17 de Agosto en la tarde viajaban para Barranquilla al evento "Sabor Barranquilla". Después del diagnóstico y de revisar las 4 p's de mercadeo, se realizó el taller teórico-práctico para así tener más seguridad que los conceptos quedaron claros. Luego, durante el segundo día, se visitan los talleres del grupo en donde se les dio una asesoría de sus procesos de mercadeo en sus lugares de venta permanente.

3.9 FILANDIA, Quindío.

La capacitación para esta comunidad se realizó en el centro de la Asociación de Cesteros de Filandia, Asoartesanos. Durante las dos jornadas, se estuvo revisando los procesos de ventas de todos los asistentes, ya que esta comunidad en particular

estaba perdiendo oportunidades de ventas por susceptibilidades con que sus productos los usaran como canecas para la basura o bebederos de agua para las mascotas. Durante el proceso, después del diagnóstico y de revisar los conceptos de la sesión, durante el taller se enfocó la asesoría en estos temas para que de ahora en adelante revisaran como sus productos podrían satisfacer distintas necesidades y no solamente para las que fueron creadas, pero que además no se sintieran ofendidos si alguien pensaba en un accesorio para decorar el baño o para las mascotas. En general fueron muy bien recibidas las observaciones y ellos mismo concluyeron que por eso estaban dejando de vender bastante. Finalmente se les recomendó hacer un esquema de “simulacro” para el stand que van a tener en las ferias que les falta participar este año.

3.10 SALENTO, Quindío.

La capacitación para esta comunidad se realizó en un maravilloso lugar que es de los artesanos de la región. Se llama la Aldea de Los Artesanos. Nos ubicamos en el taller de la aldea. Durante la primera jornada, mientras revisábamos los conceptos básicos de comportamiento con un cliente, varios artesanos desviaron la comunicación hacia la poca atención que han tenido desde Artesanías de Colombia. Una vez se neutralizó el grupo, se siguió con la capacitación terminando con el taller en donde los mismos asistentes actuaban y eran observadores y evaluadores si se estaba aplicando lo visto durante toda la capacitación. Finalmente agradecieron la capacitación además de comunicar que haber logrado que todos estuvieran atentos hasta al final era un logro puesto que no siempre eran así de juiciosos y consistentes con las capacitaciones.

3.11 FONQUETÁ, Cundinamarca.

La capacitación para esta comunidad se realizó en el Taller Escuela Artesanal de Fonquetá. Vale la pena mencionar que en esta comunidad todas son mujeres. Cuentan que en algún momento alcanzaron a exportar sus artesanías pero que hoy en día la producción se limita a lo que los pocos clientes le compran. Por esta razón durante la primera parte de la sesión revisamos durante el diagnóstico, lo que se dejó de hacer para no mantener las ventas anteriores, luego revisamos conceptos de comportamiento de los clientes y finalmente, conceptos básicos de mercadeo y ventas. Estas mujeres, en su mayoría son de la tercera edad, lo cual es también importante tenerlo en cuenta. En general la capacitación fluyó rápidamente y las asistentes evidenciaron su aprendizaje en el taller que se hizo antes de finalizar la sesión.

3.12 CURITÍ, Santander

En Curití, Santander, Se realizó capacitación a los miembros de la Asociación CACIQUE CUITI, en donde se llegó a impactar a 8 artesanos (7 mujeres, 1 hombre). Se realizó una revisión de los todos los conceptos básicos de mercadeo y ventas y se desarrolló un taller en donde se utilizaron herramientas creativas para la creación de un empaque para el producto. Adicionalmente se realizó una sensibilización de la importancia de las ferias y de las experiencias que la comunidad ha tenido en ellas y de cómo mejorar sus procesos de mercadeo ya que sienten en el mismo pueblo una competencia muy alta con una persona que vende las mismas artesanías de ellos pero a precios muy baratos que no los esta dejando compartir.

3.13 CHARALÁ, Santander

Se realizó capacitación a 13 beneficiarias artesanas de la Comunidad de Corpolienzo. Se explicaron los principios básicos del mercadeo (4 Ps: Producto, Precio, Plaza y Promoción) y se desarrollaron 3 talleres prácticos en venta, costos y empaque. Esta comunidad describió sus experiencias en las ferias a las que asistieron este año y la gratitud con Artesanías de Colombia por la ayudada brindada durante el año a través del proyecto “20 comunidades”.

3.14 RAQUIRA, Boyacá

En Ráquira, Boyacá, se realizó la capacitación a la Corporación Alma de Barro. La convocatoria se desarrolló con anterioridad y fue muy difícil, pero logramos impactar 4 de 8 artesanos que hacen parte de la corporación. Se hizo un diagnóstico de los conceptos vistos con anterioridad y se desarrolló un taller práctico en el uso de redes sociales como Facebook e Instagram y a su vez se tomó la oportunidad para crear su cuenta de Instagram.

Al finalizar la capacitación se les entregó el formato de evaluación de asesor y actividad y los artesanos se mostraron muy conformes con lo visto durante el día. Así mismo mostraron su gratitud hacia Artesanías de Colombia por el acompañamiento que les brindaron este año y solicitaron la continuación del programa.

3.15 MANZANARES, Caldas

Se realizó capacitación 14 artesanas de la Asociación de Mujeres campesinas del municipio de Manzanares – AMMUCIMAN en los principios básicos de mercadeo y ventas. Se desarrollo taller practico de ventas utilizando la metodología AIDA y la cartilla de mercadeo y ventas y se identificaron los costos del producto. Se sensibilizó en la importancia del trabajo en equipo, la participación en ferias, así como la importancia de tener contacto directo con los clientes. Esta comunidad

mostró un agradecimiento en la visita ya que entienden las dificultades logísticas para llegar hasta manzanares.

3.16 SAMANIEGO, Nariño

Se desarrolló capacitación a las 12 mujeres de la Asociación Manos Unidas en la vereda “Partidero” en la casa rural de una de las artesanas. En la capacitación de mercadeo y ventas se desarrollaron los principios de las 4Ps (producto, precio, promoción y plaza), se realizó un taller de ventas utilizando el material entregado (Cartilla Mercadeo y Ventas) y se revisó el empaque en el que las artesanas están entregando el producto al cliente final. Adicionalmente se les ayudó a crear una cuenta en Instagram para promocionar el producto por esta red social. Las artesanas están muy agradecidas por todo el apoyo que Artesanías de Colombia les ha brindado durante este año ya que gracias a esta ayuda han aprendido y avanzado en temas de mercadeo, ventas y diseño. Adicionalmente agradecen el apoyo económico para la participación en las diferentes ferias del país.

3.17 GUACHUCAL, Nariño

Se realizó capacitación en mercadeo y ventas a la Asociación de Mujeres Indígenas NALNAO. Asistieron 11 artesanas al taller ubicado en el pueblo Guachucal. Se realizó una revisión de los principios básicos del mercadeo (4Ps: Producto, precio, promoción y plaza) y un taller práctico de ventas en donde se analizaron los 7 pasos del proceso de ventas (antes – durante – después)

4. Resultados

4.1. PRUEBAS DE DIAGNÓSTICO

Antes de comenzar la capacitación, a todos los asistentes se les realizó una prueba de diagnóstico que se llama “Prueba de personalidad a-b” que da una luz del tipo de personalidad de las personas y quienes en la comunidad son más aptas para la labor de ventas.

Esta prueba divide a las personas en personalidad “a” o “b”. También se puede definir que sea “ni a ni b”. Para conocer que significa cada tipo de personalidad, existen las siguientes definiciones:

Personalidad tipo “a”:¹

- Están siempre moviéndose, caminando y comiendo rápidamente.
- se sienten impacientes con la velocidad a la que se mueven los demás y ante los obstáculos.
- Piensan constantemente en varias cosas a la vez.
- No están de acuerdo con el tiempo libre.
- Miden su éxito en términos materiales.
- Se levantan muy temprano.
- Siempre tienen prisa o urgencia.
- Comen rápidamente y no mastican bien los alimentos.
- Se involucran en muchos proyectos y actividades a la vez, aunque estos tengan fechas límites.
- Están obsesionados con los números.
- Les gusta comer tomo muy sabroso.
- Pueden ser negligentes.
- Llegan siempre temprano al trabajo.
- Miran permanentemente el reloj
- Buscan triunfar, sobresalir en todos los ámbitos
- Hablan rápidamente con voz elevada y se comen las palabras.

Personalidad tipo “b”²:

¹ Test de personalidad / Personalidad tipo A/B.

Tomado de: http://www.psicotecnicostest.com/testdepersonalidad/personalidad-a-b-test.asp?TIP_2=Personalidad%20tipo%20A%20-%20B&TIP_1=Test%20de%20Personalidad

² Idem

Estas personas son menos vulnerables a sufrir ansiedad que otras personas, no se muestran ambiciosos ni dominantes, deja que las cosas sigan su cauce sin preocuparse en exceso. No quiere decir que nunca se muestre nervioso o angustiado si la situación le desborda, pero en general tiene un temperamento templado. Las personas tipo B muy extremas nunca sufren de sentido de la urgencia.

En general las personas con personalidad tipo B:

- No sienten la necesidad de mostrar sus logros o éxitos a menos que se les pida.
- Juegan o practican deporte por diversión, más que por exhibir su superioridad a sus rivales o compañeros
- Pueden relajarse sin sentimiento de culpa.
- Son bastante menos vulnerable a sufrir ansiedad que otras personas.
- No son muy ambiciosos ni dominantes tanto en pareja como en el mundo laboral.
- Dejan que las cosas sigan su curso sin preocuparse en exceso.
- Suelen ser informales, relajados y de trato agradable.
- Son pacientes y realizan sus tareas de forma eficiente y tranquila.
- Saben escuchar sin denotar ansiedad y hablan pausadamente.
- Comen pausadamente masticando los alimentos correctamente.
- Se toman su tiempo en sus tareas, tanto cotidianas como laborales.
- Conducen despacio y no se alteran ante los imprevistos del tráfico
- Se acuestan tarde, saben disfrutar de la noche y les encanta dormir hasta tarde.

Personalidad “ni a ni b”:³

Existe un equilibrio entre la personalidad A y la B. Esta puntuación es normal. Se activa lo suficiente para ser productivo y eficiente en el trabajo o estudios, pero sabe mantener la calma en las situaciones que así lo requieren, aunque en ocasiones también se sienta nervioso, cosa que es normal para estar alerta ante el acontecimiento que se deban afrontar.

Las personas que son más recomendables para trabajar en el tema de ventas son las que tienden a tener “personalidad tipo a” ya que se caracterizan por trabajar en algo insistentemente, son trabajadores con mucha energía, y son enfocados normalmente en lograr las metas.

A continuación los resultados de las personas evaluadas. Se resaltan las personas con mejor aptitud en cada una de las comunidades a quienes se les reforzó los conceptos en la capacitación in situ.

³ Idem

Curití	De acuerdo con la capacitación y los talleres desarrollados con los artesanos de la comunidad Cacique Cuití se observó que la mayoría de ellos tienen personalidad tipo B.
Charalá	El grupo de artesanas integrantes de la Asociación de Corpolienzo está constituido por mujeres con características de todos los tipos de personalidades (A, B y ni A ni B). Esto se observa en la forma en que cada una de ellas interactúa en grupo y los roles que tienen dentro de la asociación.
Ráquira	En la capacitación a la comunidad Alma de Barro se puede determinar con facilidad que uno de los integrantes es de personalidad A y los demás son tipo B
Manzanares	El grupo de mujeres integrantes de la Asociación de Mujeres campesinas del municipio de Manzanares (AMMUCIMAN) presente en la capacitación se caracterizan en su mayoría por tener un tipo de personalidad B. Se pudo observar personalidad A en 3 integrantes de la Asociación.
Samaniego	La Asociación Manos Unidas está integrada en su mayoría por mujeres de personalidad tipo B, sin embargo se pudieron reconocer 3 artesanas con personalidad de tipo A, las cuales son las encargadas de las ventas.
Guachucal	Se determina que la mayoría de artesanas tiene un tipo de personalidad B. La Sra. María Leonor Tatalcha

presenta personalidad de tipo A, lo cual se percibe en el liderazgo que tiene dentro del grupo de mujeres.

4.2 ASISTENTES:

4.2.1 EXPOARTESANO, Medellín. 2016:

Se sensibilizaron 250 artesanos durante la feria EXPOARTESANO 2016.

4.2.2. RÁQUIRA, Boyacá:

Número de artesanos sensibilizados: 6 personas.



4.2.3 GUAMO, Tolima:

Número de artesanos sensibilizados: 22 personas.



4.2.4 BARRANQUILLA, Atlántico:

Número de artesanos sensibilizados: 5 personas.



4.2.5 TURBACO, Bolívar:

Número de artesanos sensibilizados: 15 personas.



4.2.6. CERETÉ, Córdoba:

Número de artesanos sensibilizados: 10 personas.



4.2.7 MORROA, Sucre:

Número de artesanos sensibilizados: 10 personas.

4.2.8 CURITI, Santander

Número de artesanos sensibilizados: 8 personas



4.2.9 CHARALÁ, Santander

Numero de artesanos sensibilizados: 13



4.2.10 RAQUIRA, Boyacá

Numero de artesanos sensibilizados: 4



4.2.11 MANZANARES, Caldas

Numero de artesanos capacitados: 14



4.2.12 SAMANIEGO, Nariño

Numero de artesanas capacitadas: 12



4.2.13 GUACHUCAL, Nariño

Numero de artesanos sensibilizados:



4.2.14. FILANDIA, Quindío:

Número de artesanos sensibilizados: 17 personas.



4.2.15 SALENTO, Quindío:

Número de artesanos sensibilizados: 14 personas.



4.2.16 FONQUETÁ, Cundinamarca.

Número de artesanos sensibilizados: 6 personas.



4.3 ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN:

Como un tema general, el asesor el calificado por los encuestados en un 90% como “muy bueno” y en un 10% como “bueno”. Quizá el aspecto a mejorar es el cumplimiento del horario que muchas veces se vio afectado por la dificultad en el transporte para llegar a las zonas de la capacitación.

		Deficiente (1)	Aceptable (2)	Bueno (3)	Muy Bueno (4)
A	Conocimiento del tema			11	86
B	Cumplimiento de horario			16	81
C	Claridad en las explicaciones			5	91
D	Calidad de la relación con los asistentes			11	85
	Aspectos a evaluar de la actividad				
E	Utilidad de lo aprendido en su trabajo			6	91

5. CONCLUSIONES

En general el espacio de EXPOARTESANO 2016 fue una gran oportunidad para tantear de alguna manera la audiencia para el programa de capacitación en mercadeo y ventas de las 20 comunidades. Los asistentes fueron muy receptivos con los temas expuestos, y esto lo evidencian las evaluaciones de estas charlas. La asistencia fue la esperada y con esto validamos tanto el material como el contenido del programa que se va a realizar en adelante.

Para el caso de las comunidades, dado que los líderes de las mismas estuvieron una sesión inicial EXPOARTESANO, la capacitación fue muy bien recibida, pues ya conocían el asesor y de esta manera comunicaron la calidad de la charla a los grupos de artesanos. En general se cumplió la convocatoria y los artesanos estuvieron siempre muy agradecidos con lo que se les enseñó y asesoró en cada una de las visitas. Se puede observar quienes son las personas con un perfil mucho

más inclinado a las ventas para asistir a las ferias y se les indicó pautas para que puedan tener mejores resultados a futuro en estas participaciones.

Esta capacitación definitivamente complementa el trabajo que están realizando las diseñadoras en las visitas a las comunidades para lograr así la participación exitosa de los artesanos en las ferias que aún están por realizarse.

6. LIMITACIONES Y DIFICULTADES

6.1 EXPOARTESANO, Medellín. 2016

En general no se encontró ningún tipo de limitación ni dificultad en esta oportunidad.

6.1 RÁQUIRA

La convocatoria es muy complicada, en esta comunidad las personas sienten que un día que no se trabaje es un día perdido, así tengan producción en sus talleres. Fue necesario dividir el grupo durante las dos jornadas para lograr llegar a más artesanos ya que aunque eran muy receptivos con la capacitación, ante cualquier eventualidad del hogar o de sus talleres, interrumpían la capacitación.

6.2 GUAMO

Es importante tener en cuenta que en esta comunidad las mayorías de las personas son mujeres que dirigen sus hogares. De esta manera se tienen que organizar sus horarios, ya que son las personas que hacen todas las comidas en el hogar y además atienden a los hijos.

Tienen quejas con algunas actividades realizadas con Artesanías de Colombia, y de esta manera en la primera entrada nos encontramos con algunas quejas que se supieron canalizar.

6.3 BARRANQUILLA

En esta comunidad no se encontró una mayor limitación. Dado que son una comunidad que están en una ciudad, se nota que tienen más oportunidades o más acceso a distintos programas para capacitación.

6.4 TURBACO

En general, en esta comunidad no se encontraron mayores limitaciones o dificultades.

6.5 CERETÉ

La única limitación de esta comunidad es la edad de las artesanas, quienes son en su mayoría mujeres de la tercera edad, quienes ante una capacitación tan larga, tenían tanto limitaciones de tiempo por sus quehaceres domésticos o porque se sentían cansadas. Aquí lo más importante es que ellas son quienes producen los canastos, y que quien va a las ferias son los hijos, entonces vale la pena siempre dirigir la capacitación hacia estas personas que son las que se enfrentan a las ventas.

6.6 MORROA

Para esta comunidad, la capacitación fue muy bien recibida. La limitación es que son evidentes los problemas internos que tienen dentro de la misma asociación por un lado, ya que eso hace que en algunos momentos salgan dentro de la misma capacitación. Por otro lado, la edad de las artesanas. Nuevamente son personas de la tercera edad a quienes se les dificulta estar tanto tiempo en una capacitación por temas físicos o de responsabilidad en sus hogares.

6.7 CURITÍ

La capacitación se desarrolló sin ninguna novedad

6.8 CHARALÁ

La capacitación se desarrolló sin ninguna novedad

6.9 RAQUIRA

La convocatoria fue difícil, sin embargo se realizó con éxito con los artesanos asistentes.

6.10 MANZANARES

La capacitación y convocatoria se desarrollaron con éxito.

6.11 SAMANIEGO

En esta comunidad se encontró un poco de dificultad para llegar ya que se encuentran en una vereda a 1 hora del pueblo más cercano. Dado que son una comunidad que no están en una ciudad, se nota que tienen más dificultad para el acceso a distintos programas de capacitación.

6.12 GUACHUCAL

La convocatoria se desarrolló con alguna dificultad sin embargo asistieron 11 artesanos y la capacitación fue un éxito.

6.13 FILANDIA

En esta comunidad no hubo mayor limitación o dificultad. Dentro de las inquietudes que ellos presentaron, se notó que tienen susceptibilidades muy recurrentes respecto a sus productos y por ende estaban perdiendo ventas. Se les asesoró en este tema y agradecieron la oportunidad de ver otras formas para poder vender sus productos.

6.14 SALENTO

Esta comunidad fue quizá la más difícil para que la capacitación se centrara en el tema de la misma y no en las quejas que los artesanos tienen sobre la entidad de Artesanías de Colombia. Esta es una comunidad que ha recibido muchos recursos de varias artes desde el terremoto de armenia, y lastimosamente es la que más tiene solicitudes para la entidad. Pude darme cuenta también que quienes más se quejan son las personas que no son originarios de Salento, son artesanos de otras regiones como Bogotá y Medellín, de hecho son personas que se consideran “hippies” que se beneficiaron de todos los subsidios que le dieron a la región y de alguna manera sienten el derecho de pedir más. Las personas que son de Salento, fueron más humildes y tranquilos, y de hecho calmaron a sus compañeros para continuar con la capacitación. Vale la pena que vaya alguien de la entidad que este en la facultad de atender estas inquietudes para que no sigan desviando los otros esfuerzos que se realizan para ellos.

6.15 FONQUETÁ

Quizá tener en cuenta la edad de las asistentes para el número de horas de la capacitación ya que en su mayoría son mujeres de la tercera edad. En general la capacitación fue fácil de coordinar y de llevar a cabo y las asistentes fueron muy agradecidas por este trabajo.

7. RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS

7.1 EXPOARTESANO, Medellín. 2016

De ser posible, es ideal que estas capacitaciones se realicen los primeros días de feria para que las personas tengan más tiempo y oportunidad de aplicar lo aprendido durante la jornada de capacitación.

7.2 COMUNIDADES:

Mantener una capacitación de 16 horas continuas en las comunidades artesanales, sobre todo cuando no es en función del producto es un tema que se dificulta por varias razones: locación, perfil de los artesanos (adultos mayores en los casos más complicados), disponibilidad de su tiempo, recursos de los artesanos. Por esta razón es mejor realizar esta capacitación de una forma más práctica, manejando conceptos básicos para darles un mayor valor en el tiempo que se dispone.

Es importante que este programa tenga continuidad para las comunidades. Es decir que no se termine el trabajo con ellas con el fin de este programa. Ideal es que esto sea un plan “tipo semillero” para que los artesanos puedan crecer con el programa a mediano plazo. Que este proyecto sea la etapa inicial de algo más grande para el desarrollo de los artesanos.

De las comunidades visitadas, las que vale la pena continuar apoyando tanto en desarrollo de producto como en herramientas de venta por su momento y capacidad de respuesta son: Guamo, Cereté, Morroa, Filandia, Barranquilla y Fonquetá. Las demás comunidades no se identifican con un estilo o producto en particular, venden de acuerdo a la oportunidad ya sea de material o de negocio.

8. MATERIALES COMPLEMENTARIOS Y ANEXOS

Se adjunta:

- Presentaciones expuestas durante las capacitaciones.
- Carpeta con fotos y archivo en Excel.
- Hoja de Excel con asistencia, encuestas y diagnóstico.

9. BIBLIOGRAFÍA

Como ganar amigos e influir sobre las personas.

Carnegie, Dale. 1936.

Recuperado el 20 de Mayo de 2016, en <https://drive.google.com/file/d/0B-Onr3dPDwyLODY2NmE1N2QtNjlyNC00NjVmLWI4YjgtOTAxMzBjYWYwZmVj/view> Test de personalidad / Personalidad tipo A/B.

Tomado de: http://www.psicotecnicostest.com/testdepersonalidad/personalidada-btest.asp?TIP_2=Personalidad%20tipo%20A%20-%20B&TIP_1=Test%20de%20Personalidad