

**Mejoramiento y generación de oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano:**  
Capacitación en mercadeo y ventas.

**Autor:**

Alejandra Eugenia Rosero Plazas.

Tabla de contenido:

<b>1. Resumen.</b>	pág. 8
<b>Introducción.</b>	pág.10
<b>1.1. Mapas de localización:</b>	pág.11
1.1.1. Córdoba, Artesanos de Tuchín	pág.11
1.1.2. Córdoba, Corpoayapel	pág.12
1.1.3. Cesar, Dwryameina	pág.12
1.1.4. Nariño, Cooperativa Ecotema	pág.13
1.1.5. Nariño, asociación artesanal agropecuaria rural de Sandona	pag.13
1.1.6. Bolívar, cooperativa de artesanos reforestadora Coorte	pág.14
1.1.7. Bolívar, Asociación de artesanos de Barú. Ronco	pág.14
1.1.8. Atlántico, Artesanías Mare	pág.15
1.1.9. Atlántico, Innovarte Caribe	pág.15
1.1.10. Tolima, Artesanos de la Chamba	pág.16
1.1.11. Caquetá, Artesanías Koreguaje Pairepa.	pág.16
1.1.12. Córdoba, Vereda Polonia	pág.17
1.1.13. Putumayo, asociación Binchioka	pág.17

1.1.14. Choco, Mujeres Emberá Dobita el 21	pág.18
1.1.15. Choco, red departamental de mujeres chocoanas	pág.18
1.1.16. Buenaventura, Khapan: mini cadena productiva artesanal de mujeres nonam	pág.19
1.1.17. Buenaventura, Asociación de pensamientos de mujeres indígenas Artesanas	pág.19
1.1.18. Cauca, Cooperativa multiactiva de mujeres productivas de Guapi Coop mujeres	pág.20
1.1.19. Guajira, Fundación indígena Kanasü	pág.20
1.1.20. Bolívar, Artesanos de Cascajal	pág.21
2. <b>Descripción del trabajo</b>	pág.21
3. <b>Resultados</b>	pág.29
3.1. Córdoba, Córdoba, Artesanos de Tuchín	pág.31
3.2. Córdoba, Corpoayapel	pág.34
3.3. Cesar, Dwryameina	pág.35
3.4. Nariño, Cooperativa Ecotema	pág.37
3.5. Nariño, asociación artesanal agropecuaria rural de Sandona	pág.39
3.6. Bolívar, cooperativa de artesanos reforestadora Coorte	pág.41

3.7. Bolívar, Asociación de artesanos de Barú. Ronco	pág.43
3.8. Atlántico, Artesanías Mare	pág.46
3.9. Atlántico, Innovarte Caribe	pág.48
3.10 Tolima, Artesanos de la Chamba	pág.50
3.11. Caquetá, Artesanías Koreguaje Pairepa.	pág.53
3.12. Córdoba, Vereda Polonia	pág.55
3.13. Putumayo, asociación Binchioka	pág.57
3.14. Choco, Mujeres Emberá Dobita el 21	pág.58
3.15. Choco, red departamental de mujeres chocoanas	pág.59
3.16. Buenaventura, Khapan: mini cadena productiva artesanal de mujeres nonam	pág.61
3.17. Buenaventura, Asociación de pensamientos de mujeres indígenas Artesanas	pág.63
3.18. Cauca, Cooperativa multiactiva de mujeres productivas de Guapi Coop mujeres	pág.65
3.19. Guajira, Fundación indígena Kanasü	pág.67
3.20. Bolívar, Artesanos de Cascajal	pág.69
4. <b>Capacitación Expoartesánías</b>	pág.71
5. <b>Conclusiones.</b>	pág.73
6. <b>Limitaciones y dificultades.</b>	pág.73

7. **Recomendaciones y sugerencias.** pág.74
8. **Bibliografía.** pág.75

**Glosario:**

- **Aplicabilidad:** Calidad de aplicable. Diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.
- **Artisanos:** personas que ejecutan un arte. Diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.
- **Clínicas de ventas:** Ejercicios donde se juegan roles de vendedores y de clientes para confirmar la aplicación de lo aprendido. Monografías.com
- **Comunidad:** Conjunto de personas de un pueblo, región o nación. Diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.
- **Conciencia:** Conocimiento reflexivo de las cosas. Diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.
- **Cooperativismo:** tendencias o doctrinas favorables a la cooperación en el orden económico y social. Diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.
- **Evolución histórica:** desarrollo o transformación de ideas o de las teorías a través de los tiempos. Diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.
- **Experiencias vivenciales:** Acontecimientos vividos por una persona. Diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.
- **Habilidades sociales:** Capacidad y disposición para las relaciones. Diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.

- **Habilidades comerciales:** Capacidad y disposición para las transacciones de materias, productos y servicios. Diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.
- **Intervención:** tomar parte en un asunto. Diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.
- **Modelo didáctico operativo:** Herramienta que sirve para relacionar los conocimientos y llevarlos a la práctica. Diccionario de Pedagogía 2014.
- **Pruebas psicotécnicas:** test que miden capacidades y aptitudes en las personas. Trabajando.com

**Mejoramiento y generación de oportunidades comerciales para el sector artesanal**

colombiano:

Capacitación en mercadeo y ventas.

### **1. Resumen:**

El presente proceso de formación se orientó hacia el mejorar y generar nuevas oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano.

Para ello, se realizó una capacitación de 3 horas en venta estratégica y mercadeo a 10 comunidades en la región y las otras 10 en feria, de tal forma que estuvieran en capacidad de realizar ventas directas a minoristas y mayoristas en los puntos a nivel regional y a los clientes que visiten las ferias en que participen los artesanos.

Se realizó la formación a las siguientes comunidades:

Córdoba, Artesanos de Tuchín

Córdoba, Corpoayapel

Cesar, Dwryameina

Nariño, Cooperativa Ecotema

Nariño, asociación artesanal agropecuaria rural de Sandona

Bolívar, cooperativa de artesanos reforestadora Coorte

Bolívar, Asociación de artesanos de Barú. Ronco

Atlántico, Artesanías Mare

Atlántico, Innovarte Caribe

Tolima, Artesanos de la Chamba

Caquetá, Artesanías Koreguaje Pairepa.

Córdoba, Vereda Polonia

Putumayo, asociación Binchioka

Choco, Mujeres Emberá Dobita el 21

Choco, red departamental de mujeres chocoanas

Buenaventura, Khapan: mini cadena productiva artesanal de mujeres

nonam

Buenaventura, Asociación de pensamientos de mujeres indígenas

Artesanas

Cauca, Cooperativa multiactiva de mujeres productivas

de Guapi Coop mujeres

Guajira, Fundación indígena Kanasü

Bolívar, Artesanos de cascajal

Como diagnostico general en estas comunidades, se evidencio poco conocimiento sobre técnicas o habilidades para las ventas que les facilitara un mejor desempeño desde la relación con sus clientes.

Este proceso de formación les brindo como herramienta pautas de mercadeo y venta estratégica que les permitirán desde su aplicación generar mejores y más efectivos contactos con sus clientes y consciencia en las actitudes que les permiten ser exitosos desde el contacto.

## Introducción:

Las habilidades sociales fundamentan el éxito en los proyectos personales y laborales sin importar la tarea que se realice; el brindar información y herramientas que permiten fortalecer y desarrollar mejores relaciones con los demás, puede incrementar su nivel de ventas y por ende mejorar su calidad de vida.

Con el fin de optimizar tiempo y recursos se brindó capacitación a 10 comunidades en la región y otras 10 en feria reforzando el ejercicio frente a cliente real.

Como antecedente, se pudo reconocer que las comunidades formadas carecían de herramientas puntuales para las ventas y el desarrollo de las habilidades sociales que les permitieran ser mucho más efectivos en sus cierres de ventas.

Este proceso tuvo como fin, brindar las pautas necesarias desde el mercadeo, la venta estratégica y las habilidades sociales para establecer contactos cada vez más exitosos y seguros con los clientes.

Si el artesano logra generar un proceso de contacto efectivo donde priman las necesidades personales y de negocio, puede ofrecer beneficios que despierten confianza e interés en sus productos, logrando así mismo ventas repetitivas.

El vendedor debe actuar como verdadero acompañante de la compra, asesorando, diseñando y construyendo la oferta con el Cliente.

La venta estratégica permite dejar de ser un proveedor más para convertirse en **socios de los compradores.**

De forma general se encontró lo siguiente:

Mayor cooperativismo entre los artesanos, reconocen al otro como parte de su proyecto.

Algunas discusiones y rencillas entre los artesanos de diferentes agrupaciones que limitan el crecimiento y progreso como comunidad.

Existe apoyo por parte de las alcaldías locales y de otras organizaciones del estado para la venta de sus productos.

Agradecimiento por estas formaciones que les brindan herramientas personales y profesionales.

### 1.1. Mapas de localización:

#### 1.1.1. Córdoba, Artesanos de Tuchín



### 1.1.2. Córdoba, Córdoba, Corpoayapel

#### DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA



### 1.1.3. Cesar, Dwryameina



#### 1.1.4. Nariño, Cooperativa Ecotema



#### 3.1.5. Nariño, asociación artesanal agropecuaria rural de Sandona



### 1.1.6. Bolívar, cooperativa de artesanos reforestadora Coorte



### 1.1.7. Bolívar, Asociación de artesanos de Barú. Ronco

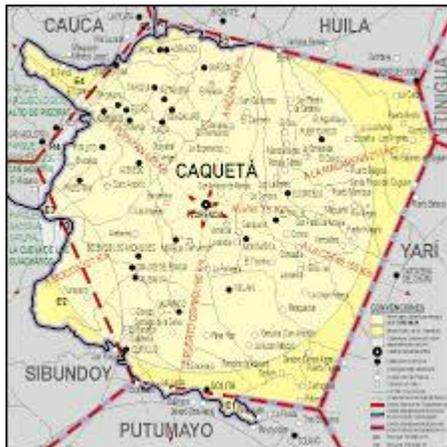




### 1.1.10. Tolima, Artesanos de la Chamba



### 1.1.11. Caquetá, Artesanías Koreguaje Pairepa.





#### 1.1.14. Choco, Mujeres Emberá Dobita el 21



#### 1.1.15. Choco, red departamental de mujeres chocoanas



### 1.1.16. Buenaventura, Khapan: mini cadena productiva artesanal de mujeres

nonam



### 1.1.17. Buenaventura, Asociación de pensamientos de mujeres indígenas

Artesanas



1.1.18. Cauca, Cooperativa multiactiva de mujeres productivas de Guapi Coop mujeres



1.1.19. Guajira, Fundación indígena Kanasü



### 1.1.20. Bolívar, Artesanos de cascajal



## 2. Descripción del trabajo

El brindar nuevas oportunidades de formación a los artesanos les permite generar mayores y más efectivos contactos con los clientes, redundando así mismo en su calidad de vida.

La exigencia del mundo actual requiere no solamente tener excelentes productos, requiere también preparación constante en habilidades sociales que permitan a la persona ser mucho más efectiva en sus procesos de contacto con los otros.

Toda venta inicia por un acto de consciencia donde el artesano logra reconocer cuales son esos componentes como ser humano y actitudinales que le permiten ser mucho más efectivo en su vida y los proyectos que establece.

El hombre se mueve por la vida el 95% de su tiempo desde el inconsciente lo que por momentos puede ser una excelente herramienta (ya sabe cómo actuar en muchas ocasiones y va perfeccionando su técnica) pero que en otros momentos lo afectan desde su actitud (disposición hacia la vida) y la forma como se relaciona con los demás.

Las ventas no están desligadas de este consciente o inconsciente; el proceso de formación busca desde cada una de las actividades programadas, permitir a los artesanos formados, generar actos de conciencia sobre cuales aspectos de su vida personal, profesional y laboral podían modificar para obtener mejores y mayores resultados desde su gestión.

La técnica de trabajo utilizada en la formación fue el modelo didáctico operativo, inventada por Feliz Bustos Cobos, El MDO (Modelo Didáctico Operativo), inspirado en el estructuralismo y el Constructivismo del conocimiento según la teoría de Jean Piaget, se puede sintetizar en los siguientes componentes básicos: experiencias vivenciales, conceptualizaciones y reflexiones, documentación, ampliación de la documentación y aplicación. Sin embargo, la praxis y la crítica que ha surgido alrededor de este modelo didáctico exigen hoy un análisis para ver sus aproximaciones y sus distanciamientos del movimiento constructivista inicial y la superación del mismo por las propuestas del Constructivismo Social y la Pedagogía Emancipadora.

### **Las experiencias vivenciales**

Las experiencias vivenciales hacen referencia a los intentos por diseñar y desarrollar el proceso de formación a partir del enfrentamiento con situaciones reales y situaciones simuladas en relación con el tema u objeto de conocimiento. Este componente para la formación une la educación a la vida diaria e intenta lograr que el individuo aprenda a construir nuevas realidades o significaciones a medida que interactúa con su entorno y pasa de realidades puramente individuales a realidades compartidas, a realidades colectivas y a realidades consideradas

universales. Con este componente se busca que los individuos den a conocer sus habilidades, destrezas, actitudes y conocimientos con los cuales asimilan los objetos y fenómenos físicos, biológicos, antropológicos, psicológicos y sociales con los que interactúa.

De esta manera, se puede detectar el conocimiento previo, las estructuras mentales iniciales, las explicaciones y preconcepciones con los cuales el individuo busca atribuirle significado a lo que sucede a su alrededor.

El MDO busca que el formador traduzca a experiencias reales los contenidos de aprendizaje. Si ello no es posible entonces quedaría la duda de lo pertinente de los contenidos a ser enseñados y a ser aprendidos deben salir o brotar de las experiencias concretas los contenidos a ser desarrollados. Dicho de otra manera, **los contenidos a ser aprendidos y a ser enseñados surgen de las necesidades, intereses y problemáticas reales.**

Según este componente de formación la primera condición para aprender y para enseñar es la de poder detectar la situación real donde los individuos tienen que interactuar y construir significaciones que les permitan dominar los objetos, hechos, eventos, procedimientos y procesos del medio físico, biológico y cultural manejados por medio de sus esquemas mentales. Si estos esquemas mentales no funcionan ante determinadas situaciones se producen desequilibrios o incongruencias entre la realidad y dichos esquemas, lo que obliga a las personas a construir nuevos marcos conceptuales o, por lo menos, a ir en busca de nuevos esquemas conceptuales.

#### **Demostraciones, simulacros, ensayos y observaciones.**

**La vivencia** le permitirá posteriormente, al sujeto, enfrentar situaciones donde el deberá desempeñarse, según el dominio adquirido.

## **Diseño de Demostraciones.**

Demostrar cómo se hace algo influye directamente en el observador, sobre todo si el patrón o modelo de desempeño que se presenta va acompañado de comentarios que resalten los aspectos pertinentes. Se ha encontrado que las personas tienden a imitar los comportamientos que observan en los demás, y no tanto lo que le dicen los demás que deben hacer o realizar. Esto es vital, sobre todo, tratándose de conductas y actitudes.

El diseño de una demostración está en función del desempeño esperado por el estudiante. La demostración da cuenta de tres elementos básicos: la seguridad industrial, la seguridad psicológica y la validación del dominio previo.

**La seguridad física o industrial:** hace referencia a las normas de precaución que se deben tener en cuenta en el manejo de las máquinas, equipos, herramientas, personas e instrumentos con los que se realicen las experiencias de aprendizaje.

**La seguridad psicológica:** es la confianza que se le debe brindar al estudiante en relación con sus capacidades para desarrollar las habilidades, actitudes, destrezas requeridas para el aprendizaje que se está desarrollando. Una manera de lograrlo es reforzando o elogiando todo intento, decisión o ensayo donde el alumno se atreva a buscar nuevas soluciones a los problemas planteados. Este es un paso importante dentro del aprender a aprender, pues se está generando una motivación intrínseca.

**Diseño de simulaciones:** se da en algunos casos, como condiciones de alto riesgo, la no disponibilidad de recursos. La simulación consiste en la reproducción aproximada de un fenómeno histórico, psicológico, económico, físico, químico, biológico o de cualquier otra naturaleza. La simulación como recurso didáctico permite entrenar y formar en la diversidad de oficios y ocupaciones. Algunas aplicaciones son:

- Juegos de roles para entrenar entrevistadores.
- Empresa didáctica para formar personal en áreas como la administración, la contabilidad y otros aspectos financieros.
- Cabinas especiales para entrenamiento en vuelos espaciales, donde se imitan algunas de las condiciones del espacio extraterrestre.
- Imitación de acciones de rescate (simulacros) en condiciones de alto riesgo, tales como incendios, terremotos, inundaciones y epidemias.
- Entrenamiento de docentes e instructores por medio de talleres pedagógicos.

### **Diseño de los Ensayos.**

Pueden llevarse a cabo antes o después de las demostraciones o simulaciones. Si se realizan antes permiten juzgar los conocimientos previos adquiridos por los alumnos, así como la capacidad de estos para atreverse a ensayar, atreverse a cometer errores y recibir las orientaciones para corregirlos. Si se realizan después sirven para juzgar hasta donde el docente ha sido capaz de enseñarles a los alumnos y donde debe insistir según los errores cometidos.

### **Diseño de las Observaciones.**

Durante las demostraciones, las simulaciones y los ensayos, se requiere que el formador estimule en el estudiante la observación, es decir, la percepción intencionada de las características pertinentes del proceso o procedimiento que se esté desarrollando. Una manera de lograrlo pueda darse a través de instrucciones y de preguntas dirigidas a resaltar los aspectos básicos del procedimiento que se esté desarrollando.

### **Conceptualizaciones o reflexiones**

Con las Conceptualizaciones o Reflexiones Colectivas o Mancomunadas sobre las vivencias previamente tenidas, se busca intencionalmente crear un espacio

obligado para la toma de conciencia de los marcos de referencia que la persona está utilizando para explicarse el funcionamiento de la realidad manejada. Aun cuando existe conceptualización y reflexión permanente durante todo el proceso enseñanza - aprendizaje se requiere delimitar un tiempo y un espacio para los procesos de pensamiento y demás procesos cognitivos superiores.

En este componente de Conceptualización o Reflexión se encuentra un intento por diseñar y desarrollar el proceso de formación a partir de la toma de conciencia, por parte del alumno y del docente, de las estrictas o los marcos conceptuales con los cuales ellos integran las experiencias técnicas, científicas y culturales en el interior de esquemas mentales que le dan o proporcionan significado a lo vivenciado, a lo experimentado y manipulado. Se propone aquí que el docente y el diseñador de textos escolares utilicen variedad de preguntas, dinámicas de grupos entre los alumnos y promueven la elaboración de definiciones y conceptualizaciones propias, desarrollando simultáneamente e intencionalmente procesos de pensamiento.

Este componente de reflexión o conceptualización es el más relacionado con la construcción mental por parte de los alumnos:

La reflexión permite especificar los conceptos y los procedimientos para solucionar los conflictos. En sentido estricto este es el paso constructivista del modelo. Aquí los estudiantes, después de las experiencias vivenciales, pueden construir conceptos o explicaciones acerca del fenómeno bajo estudio. Las preguntas formuladas por el docente y las dinámicas de los pequeños grupos son componentes básicos en este proceso constructivista.

### **Documentación**

En la etapa de la documentación se busca confrontar a los estudiantes con las explicaciones, teorías y modelos ya elaborados por la Ciencia, el Arte, la Tecnología o el conocimiento universal. La confrontación debe hacerse en relación con las experiencias y las reflexiones previas. Se intenta confrontar el saber ya elaborado durante milenios de años con el saber resultante de las experiencias y las

reflexiones organizadas en la clase. Se recupera aquí el papel del medio y las ayudas didácticas, tales como videos, lecturas, conferencias

Durante la documentación también hay reflexión y conceptualización. En la entrevista estilo piagetiano hay una confrontación de las explicaciones del alumno con experiencias o situaciones empíricas donde ellas no funcionan. De esa manera, el alumno va construyendo explicaciones mentales que el entrevistador averigua y somete a nuevas confrontaciones en un proceso permanente de interacción entre explicaciones (conjeturas) y experiencias o tareas piagetianas que se van organizando a medida que el entrevistador capta cuál es la nueva experiencia que hay que construir para destruir la explicación anterior del alumno

### **Ampliación**

Durante la etapa de la ampliación se profundiza en la documentación proporcionada al alumno. Se recupera la información existente en relación con:

- (a) La evolución histórica de las explicaciones proporcionadas sobre el contenido o tema de la enseñanza.
- (b) La integración del tema visto con otros temas o contenidos curriculares.
- (c) La presentación de un enfoque actual contrario o por lo menos distinto al utilizado por el docente para las explicaciones.

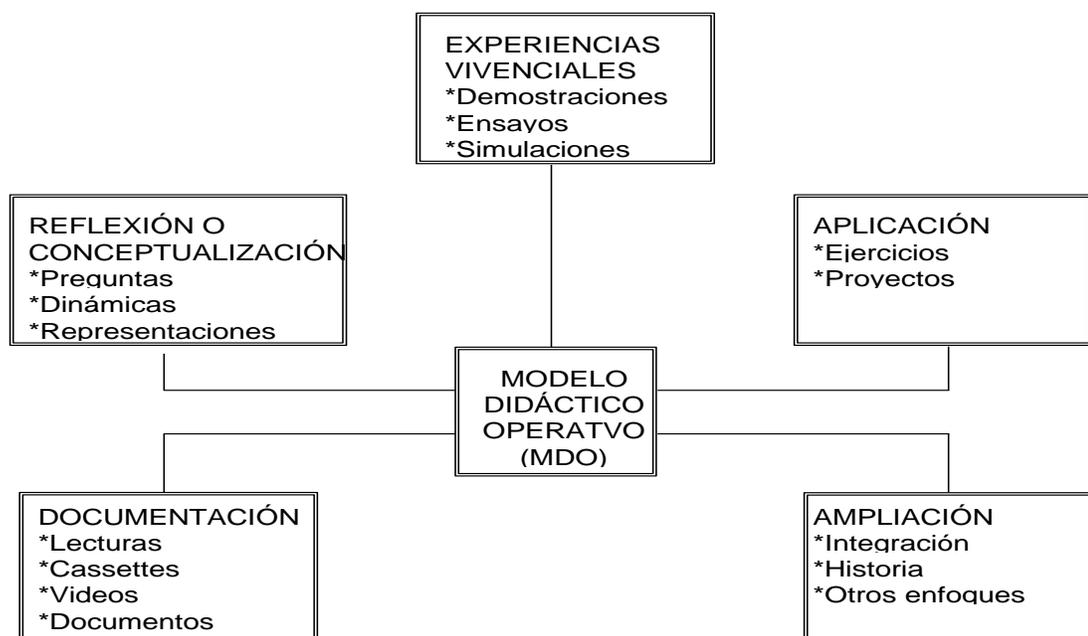
La evolución histórica de las explicaciones que se proporcionan sobre una experiencia dada, se presentan, en líneas generales, a medida que el alumno va

Construyendo una y otra explicación en función de las nuevas experiencias construidas por el docente cada vez que confronta al alumno con experiencias concretas más avanzadas que refutan sus primeras explicaciones y lo obligan a elaborar otras más congruentes con los nuevos fenómenos y experiencias proporcionadas. De otra parte, la integración con otros temas no se debe preparar de manera artificial sino que ella va brotando a medida que el alumno requiere de

otros saberes distintos a los de la disciplina con la que se empezó. Lo mismo se puede decir en relación con la presentación de un enfoque distinto: esta confrontación de las explicaciones a las que llega el alumno con otra explicación distinta ocurre también espontáneamente en el transcurso de las entrevistas.

## Aplicación

La etapa de la aplicación se reserva en el MDO para que los alumnos utilicen sus conocimientos adquiridos en el desarrollo de ejercicios y de proyectos.



Una vez definida la metodología, se estableció como punto de formación inicial, el trabajo con la actitud individual y colectiva que impacta en la percepción propia y de los demás con respecto a la vida y las situaciones que como profesionales en ventas se pueden llegar a afrontar.

Para esto se trabajó la técnica de venta consultiva, ideal para las características de cliente que se siente atraído por las artesanías; esta técnica de venta inicia con el

cuestionamiento de creencias, entendiendo estas como: verdades que escuche de personas que eran figura de autoridad y que di por ciertas.

Al reconocer cuales son las creencias limitantes y potenciadoras que impactan directamente en el desempeño como vendedores la persona puede generar conciencia sobre las ideas que inconscientemente afectan la relación consigo mismo y con los demás.

Durante el proceso de socialización y aplicación de los pasos para la venta que eran preparación y toma de contacto, detección de necesidades, argumentación, manejo de objeciones y venta complementaria, se pidió a los artesanos llevar parte de sus productos para poder realizar los ejercicios y prácticas teniendo en cuenta los mismos.

Esta técnica demostró gran aplicabilidad para el proceso de venta realizado por los artesanos ya que les permite conocer de una forma cercana y oportuna la necesidad del cliente, ofreciendo los productos que realmente satisfacen su necesidad y les permite desarrollar las habilidades sociales que impactan positivamente en otras áreas de su vida.

### 3. Resultados:

ARTESANOS CAPACITADOS 2017	
Total artesanos capacitados	150
Comunidades capacitadas en región	10
Artesanos de Tuchín	28
Corpoayapel	2
Dwryameina	6
Asociación artesanal agropecuaria rural de Sandoná	7
Cooperativa Ecotema	8

Cooperativa de artesanos reforestadora COORTE	5
Asociación de artesanos de Barú (ronco)	9
Artesanías Mare	4
Carnaval de Barranquilla	11
Artesanos de la chamba	11
Comunidades capacitadas en Expoartesanías	10
Artesanías koreguaje Pairepa	2
Vereda Polonia	3
Asociación Binchioka	1
Mujeres Emberá Dobita el 21	1
Red departamental de mujeres chocoanas	1
Khapan: mini cadena productiva artesanal de mujeres nonam	1
Asociación de pensamientos de mujeres indígenas Artesanas	2
Cooperativa multiactiva de mujeres productivas	2
Fundación indígena Kanasü	1
Artesanos de Cascajal	1
Artesanos capacitados en Expoartesanías	20

3.1. Comunidad:	Córdoba, Artesanos de Tuchín
Número de artesanos formados:	28
Fecha de capacitación:	29 – 11- 2017

Los artesanos que pertenecen a la comunidad Tuchín se dedican al tejido de cañaflecha con la que realizan sombreros, pulseras, pecheras, entre otros, los diseños corresponden a la cultura ancestral dando significado a cada accesorio.

Es una comunidad que ha venido trabajando desde hace algunos años de forma organizada el emprendimiento.

No existía conocimiento previo sobre técnica alguna de ventas, por lo que se buscó a partir de sus creencias, brindarles la herramienta de forma práctica y puntual.

Los líderes procuran actualizar constantemente la formación por lo que se comprometen a poner en práctica de forma inmediata la información brindada.

Al estar planteada la formación desde una metodología vivencial se logró vincular al ejercicio a las participantes y realizar clínicas para comprobar la apropiación de la información.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.

- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.2. Comunidad:	Córdoba, Corpoayapel
Número de artesanos formados:	2
Fecha de capacitación	9 – 12 – 2017

La comunidad de Ayapel trabaja el tejido de cestería como forma de sustento familiar.

Se evidencio total desconocimiento de técnicas de persuasión o venta efectiva que les permitieran ofrecer sus productos de una forma mucho más oportuna con respecto a la necesidad del cliente.

El proceso de formación se orientó hacia el asumir una actitud responsable con respecto al proceso de comunicación y a la relación común.

Es importante reforzar el trabajo con herramientas de negociación y aceptación de situaciones de dificultad.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.

- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.3. Comunidad:	Cesar, Dwryameina
Número de artesanos formados:	6
Fecha de capacitación:	1 – 12 - 2017

La comunidad indígena de Pueblo Bello se dedica al tejido de mochilas desde el conocimiento ancestral.

Algunas de las artesanas asistentes no tenían lecto - escritura por lo que se buscó que el grupo apoyara su ejercicio y que las actividades les brindaran las herramientas a reforzar sin necesidad de leer o escribir.

No tenían hasta el momento conocimientos sobre venta estratégica por lo que la técnica propuesta les pareció importante para realizar un proceso de acompañamiento al cliente mucho más oportuno desde su necesidad.

Es necesario reforzar la actitud ante el cliente ya que por características culturales se tiene la percepción de que hay que conservar una actitud seria y rígida ante el cliente para que no mal interprete la relación que se plantea; así mismo repasar las fórmulas para el costeo de productos ya que muchos de ellos lo realizan desde lo intuitivo.

Utilizan la artesanía como parte fundamental en los ingresos familiares.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza

habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.4. Comunidad:	Nariño, Cooperativa Ecotema
Número de artesanos formados:	8
Fecha de capacitación:	4 – 12 - 2017

La comunidad de Pasto está conformada en su gran mayoría por mujeres que trabajan con el tejido de ruanas y bordado.

Durante el seminario se evidenció total interés por participar y aplicar de manera inmediata las herramientas entregadas para esta formación. Se presentaron varias personas, adultas mayores a quienes se les acompañó en cada una de las actividades de manera especial para la comprensión y asimilación de la información.

Mostraron gran interés por practicar las herramientas de ventas ya que les sirven para diversificar los lugares y la forma como promueven sus productos.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.5. Comunidad:	Nariño, asociación artesanal agropecuaria rural de Sandoná
Número de artesanos formados:	7
Fecha de capacitación:	5 – 11 – 2017

En Sandoná se trabajan el tejido con palma de iraca de gran variedad de productos. Desde el inicio de la formación mostraron gran interés por la técnica de ventas y por aplicar cada uno de los pasos abordados.

Expresaron que cohesión y reconocimiento como comunidad, cada uno ha trabajado desde saliendo de sus propios intereses y brindando importancia al otro o al trabajo como equipo.

Se profundizó así mismo en la gran importancia de la actitud en cada situación vivida no solo como artesanos sino agentes de cambio en su comunidad.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.





3.6. Comunidad:	Bolívar, cooperativa de artesanos reforestadora Coorte
Número de artesanos formados:	5

La comunidad de San Jacinto expreso gran agradecimiento por enviar un formador a su región a transmitirles conocimientos.

Trabajan el tejido en telar de hamacas y otros productos hechos en algodón.

La comunidad artesanal está compuesta en su gran mayoría por mujeres que aportan a los ingresos familiares por transmisión ancestral con los productos que tejen.

Se evidencio total desconocimiento de técnicas de persuasión o venta efectiva que les permitieran ofrecer sus productos de una forma mucho más oportuna con respecto a la necesidad del cliente.

Tienden a generarse rivalidades constantes entre las artesanas que pocas veces se han solucionado lo que ha ido afectando la relación entre ellas y el cooperativismo que podrían llegar a generar.

Es importante reforzar el trabajo con herramientas de negociación y aceptación de situaciones de dificultad.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.7. Comunidad:	Bolívar, Asociación de artesanos de Barú. Ronco
Número de artesanos formados:	9

La comunidad de Barú está compuesta en su mayoría por artesanos que trabajan el tallado de la madera y la hechura de collares.

Debido a que la gente de la comunidad trabaja durante el día en los hoteles de la Zona la capacitación se dictó en horas de la noche.

Durante el desarrollo de la capacitación se resaltó la importancia del tema y de la aplicación de lo aprendido en su actividad. Se contribuyó entonces al fortalecimiento de habilidades comerciales a través de los diferentes temas

tratados y a generar interés por este tipo de espacios que originen mayores herramientas tanto para la vida laboral como para la personal. Los resultados obtenidos se lograron en la medida en que se revisó todo el material de trabajo logrando ahondar en cada uno de los temas y permitiendo crear inquietudes, participación y socialización por parte de los asistentes, significando entonces que los objetivos iniciales fueron alcanzados.

Se identifica la necesidad de fortalecer las habilidades en ventas en los artesanos de Barú ya que en su mayoría ayudan a crear productos, conocen de ellos, pero no los dan a conocer de manera apropiada. El espacio fue importante porque se percibió satisfacción frente al tema aprendido y como consecuencia queda la aplicación y práctica de lo visto, así como el interés por nuevos temas.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza

habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.8. Comunidad:	Atlántico, Artesanías Mare
Número de artesanos formados:	4
Fecha de capacitación	21 – 12 - 2017

Los artesanos de la comunidad de Usiacuri trabajan el tejido de diferentes productos en enea como conocimiento ancestral.

Se evidencia gran unidad y cooperación entre los integrantes de la cooperativa, están realizando continuas actividades que vinculan desde los más niños hasta los más adultos.

No tenían hasta el momento conocimientos sobre venta estratégica por lo que la técnica propuesta les pareció importante para realizar un proceso de acompañamiento al cliente mucho más oportuno desde su necesidad.

Es importante reforzar la actitud ante el cliente ya que por características culturales se tiene la percepción sobre todo en las mujeres de que hay que conservar una actitud seria y rígida ante el cliente para que no mal interprete la relación que se plantea.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.

- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.9. comunidad:	Atlántico, Innovarte Caribe
Número de artesanos formados:	9
Fecha de capacitación:	21 – 12 – 2017

Es importante resaltar que estas personas viven de sus ventas, que ya tienen sus almacenes, y su trabajo definido.

Para ellas esta experiencia ofrecida por Artesanía fue interesante ya que les brinda herramientas que no tenían conscientes.

El hecho de comenzar a manejar técnicamente conceptos de sus productos les permitió utilizar con mucha más habilidad los argumentos para la comercialización de sus artesanías, de hablar con más propiedad de los valores agregados y entre ellas definir de una manera u otra una estrategia de ventas y de mercadeo de sus productos.

Otro resultado que se pudo observar, fue el interés por parte del grupo de crecimiento y de crear un mercado de exportación; se dieron cuenta de procesos que no están ejecutando para ser más exitosos.

Cabe anotar como resultado es la nueva actitud de comenzar a crear un proceso de comunicación y de trabajo en equipo estableciendo objetivos y recursos para llevar a cabo un proceso de venta mucho más eficiente en Bogotá y otros países. Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.

- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.





3.10. comunidad	Tolima, Artesanos de la Chamba
Numero de artesanos formados:	11
Fecha de capacitación:	22 – 12 – 2017

El concepto de ventas y las habilidades para desarrollar ventas exitosas para los artesanos es un tema de su total interés. Así mismo lo aprovechan para mostrar más sus productos y llegar a otras regiones para ser más reconocidos. Asistir a este proceso de formación fue importante debido que pudieron en su momento tomar conciencia de algunos procesos que no estaban realizando, otros en los cuales se sentían con fortalezas y otros que decidieron dejar de hacer. Este seminario fue de gran utilidad para ayudarles a diseñar nuevas herramientas y a la vez para que se dieran cuenta de verificar la forma de desarrollar las habilidades para las ventas y una mejor manera de mercadear sus negocios. Hubo resultados bastante positivos, lograr que los artesanos comiencen a pensar en otras opciones para manejar sus negocios y sus productos, sin embargo es

importante darle continuidad a este seminario. Entre ellos mismos se comprometieron a hacerse seguimiento debido al grado de conciencia que generaron apostándole a mejorar sus desarrollos como artesanos, como vendedores y promotores de su cultura.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.11. comunidad:	Caquetá, Artesanías Koreguaje Pairepa.
Número de artesanos formados:	2 (en Expo Artesanías)
Fecha de capacitación:	10-11-2017

Grupo artesanal que trabaja cerámicas, tiestos, hamacas y bolsos en Cumare, atrapachicos, bancos, bandejas en chonta y collares en Cumare con chaquiras.

Las condiciones socio – económicas son muy limitadas, siendo la artesanía fundamento de sus ingresos muchas veces no logran cubrir las necesidades básicas propias y de sus familias.

Mostraron gran interés por participar en los ejercicios y asistir a este proceso de formación fue importante debido que pudieron en su momento tomar consciencia de algunos pasos que no estaban realizando, otros en los cuales se sentían con fortalezas y otros que decidieron dejar de hacer.

Este seminario fue de gran utilidad para ayudarles a diseñar nuevas herramientas y a la vez para que se dieran cuenta de verificar la forma de desarrollar las habilidades para las ventas y una mejor manera de mercadear sus negocios.

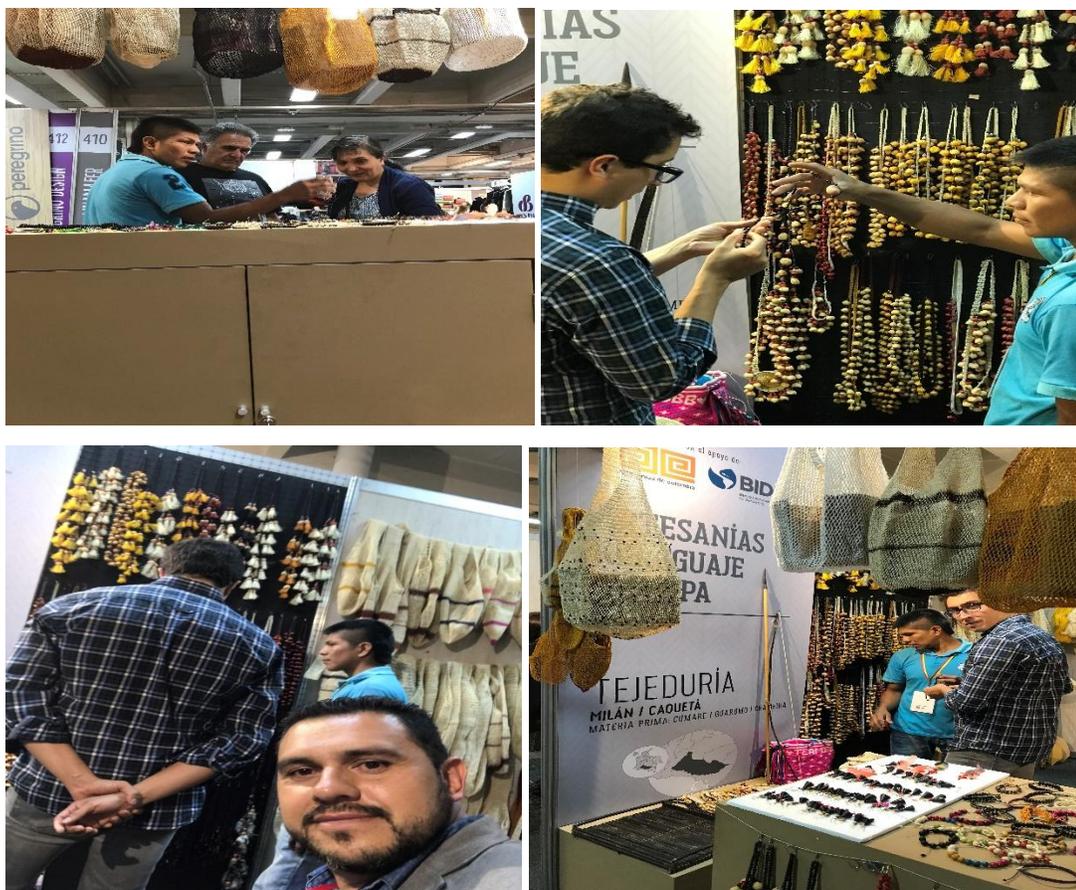
Entre ellos mismos se comprometieron a hacerse seguimiento debido al grado de conciencia que generaron apostándole a mejorar sus desarrollos como artesanos, como vendedores y promotores de su cultura.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)

- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.12. comunidad:	Córdoba, Vereda Polonia
Numero de Artesanos formados	3 (en Expoartesanías)
Fecha de capacitación:	11 – 12 – 2017

En Polonia se trabajan los totumos como materia base para la construcción de lámparas, materas, mesas etc...

Los artesanos quedaron con la sensación de ser importantes para artesanías de Colombia lo demostraron con su compromiso con cada una de las actividades. Algunas limitaciones era la pena que sentían los artesanos para pararse delante del grupo y realizar las exposiciones y desarrollar las técnicas de ventas. No es común este tipo de prácticas dentro de las actividades cotidianas de los artesanos, por eso el diseño de este seminario y las calidades del facilitador generaron empatía en la relación para superar las barreras y salir adelante, incluso divirtiéndose durante este proceso.

En todo momento los participantes ofrecieron lo mejor de sí para el éxito esperado en esta sesión de trabajo.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)

- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.13. Comunidad:	Putumayo, asociación Binchioka
Numero de Artesanos formados:	1 (en Expoartesanías)
Fecha de capacitación:	7 – 12 – 2017

Las Artesanías de San Francisco son hechas en hilo, lana y chaquiras.

La artesana formada se dedica de forma exclusiva a la producción de artesanías, Se realizó clínicas de ventas sobre los pasos establecidos que le permitieron evaluar las habilidades personales y colectivas para el reconocimiento y manejo de los productos.

Es una mujer amable, proactiva y dinámica que se muestra comprometida con la representación de su comunidad.

Es importante reforzar el lenguaje no verbal que utiliza al contactar a los clientes.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.

- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.14. Comunidad:	Choco, Mujeres Emberá Dobita el 21
Numero de artesanos formados:	1 (en Expoartesanías)
Fecha de capacitación:	12 – 12- 2017

La comunidad de Mujeres Emberá Dobita el 21 está representada en la feria por un artesano de la región y se dedican a la cestería con chaquiras.

Las expectativas para esta formación estaban basadas en la gratitud y el apoyo que han recibido de Artesanías de Colombia. El asistente tenía una expectativa bastante alta de acuerdo a las necesidades la comunidad y a las experiencias que ha tenido.

Las herramientas brindadas en el taller le permitieron reconocer sus habilidades de comunicación hacia los clientes debido que sabe hacer muy bien sus diseños pero le cuesta trabajo relacionarse mejor con los clientes debido a las barreras que el mismos generaba con sus clientes. Los pasos de la venta fueron uno a uno desarrollados y puestos en marcha debido al entusiasmo e intento por mejorar sus habilidades relacionales y de mercadeo y ventas.



3.15. Comunidad:	Choco, red departamental de mujeres chocoanas
Numero de artesanos formados:	1 (en Expoartesanías)
Fecha de capacitación:	7 – 12 – 2017

Ya que Las artesanías no se dedican de forma exclusiva a la producción de artesanías, enviaron a una representante comercial a la feria que presenta gran dificultad para el reconocimiento de los productos.

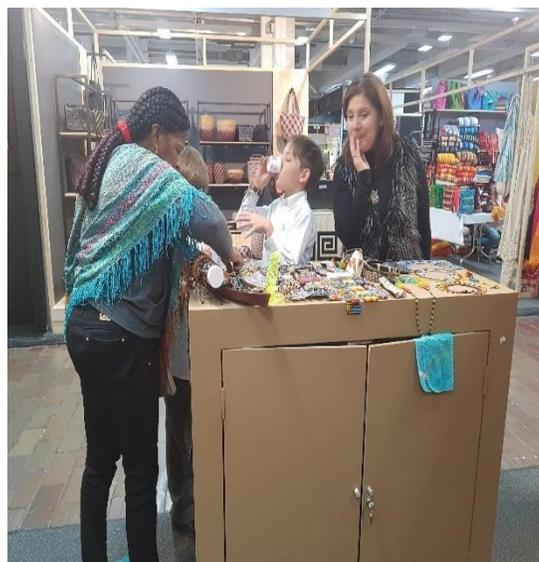
Durante en proceso de formación se le hablo de la importancia de invertir tiempo y recurso en la organizar los productos con el precio.

Es muy importante reforzar el conocer la historia de las artesanías que se ofrece ya que finalmente es lo que genera valor a lo que el cliente está llevando.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.16. Comunidad:	Buenaventura, Khapan: mini cadena productiva artesanal de mujeres nonam
Numero de artesanos formados:	2 (en Expoartesañas)
Fecha de capacitación:	8 – 12 – 2017

Las artesanas formadas son de la comunidad indígena de Joaquincito Buenaventura donde una de las principales fuentes de ingreso son las artesanías,

donde trabajan la cestería en diferentes maderas de la región y la joyería en chaquiras.

Las diferencias culturales y del idioma hacen que muchas veces la interacción con los clientes se vea afectada por lo que se reforzó el reconocimiento del lenguaje no verbal al momento de abordar a los clientes y los pasos para la venta.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.17. Comunidad:	Buenaventura, Asociación de pensamientos de mujeres indígenas Artesanas
Numero de Artesanos formados:	2 (en Expoartesanías)
Fecha de capacitación:	11 – 12 – 2017

Las artesanas formadas pertenecen a la comunidad indígena de Joaquincito en Buenaventura.

Por su identidad cultural por momentos presentan dificultades en la interacción con los clientes por lo que fue necesario reforzar el saludo, mirar a la persona a la cara cuando se le habla, la amabilidad y los pasos para la venta.

Son mujeres comprometidas que están agradecidas con Artesanías por todo el apoyo recibido durante el proceso.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)

- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.18. comunidad:	Cauca, Cooperativa multiactiva de mujeres productivas de Guapi Coop mujeres
Número de artesanos formados:	2 (en Expoartesanías)
Fecha de capacitación:	11 – 12 – 2017

En Guapi la comunidad trabaja el tejido de cestas, bolsos, individuales en productos como la palma.

Las artesanas formadas son mujeres activas y comprometidas con el proceso de comercialización de sus productos en la feria, han buscado capacitación con otras entidades para generar progreso a nivel comunitario.

Con respecto a la formación muestran gran interés por reconocer y aplicar los pasos para la venta y la forma de aplicarlos en su cotidianidad.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



3.19. Comunidad:	Guajira, Fundación indígena Kanasü
Numero de artesanos formados:	1 (en Expoartesanías)
Fecha de capacitación	09 – 12 – 2017

La comunidad wayuu Kanasü se encuentra muy cerca de la Mina a cielo abierto del cerrejón. Las mujeres de esta comunidad, forman parte de la misma familia por lo que son primas, cuñadas, hermanas y demás que se dedican al tejido en croché de mochilas y chinchorros en los que plasman las historias de vida y familiares.

La artesana formada tiene nivel educativo profesional por lo que facilito la realización de los ejercicios y se comprometió a la multiplicación al volver a su comunidad.

Se profundizo en la importancia que tiene adquirir conocimientos con respecto a la gestión comercial de sus productos.

Es muy importante continuar con el refuerzo de las habilidades comerciales y sociales de tal forma que se puedan fortalecer las relaciones interpersonales ya que las diferencias culturales, en ocasiones hace que se vuelvan abrumadoras ante el cliente frente a la toma de decisión de compra.

Así mismo es necesario el fortalecimiento de pasos como la argumentación, manejo de objeciones y habilidades relacionadas con adaptación a circunstancias variadas.

Muchas de las habilidades están enfocadas en realizar actividades repetitivas que no generen ansiedad ni presión alguna por lo que su enfoque comercial no es evidente.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.





3.20. Comunidad:	Bolívar, Artesanos de cascajal
Numero de artesanos formados:	1 (en Expoartesanías)
Fecha de capacitación:	10 – 12 – 2017

La comunidad de Cascajal trabaja el tejido de contenedores y canastos.

Durante el acompañamiento se reforzó sobre todo las habilidades sociales y el relacionamiento con los clientes ya que la artesana representante de la comunidad por diferencias culturales tendía a establecer poca relación con los clientes.

Es muy importante continuar reforzando los pasos para la venta y el proceso para sacar los costos de los productos.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.

- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



#### 4. Capacitación Expoartesanías:

Con el fin de brindar un refuerzo general sobre mercadeo y ventas se realizó una formación para 20 artesanos invitados a la feria.

Los artesanos asistentes manifestaron gran interés en el tema y por aplicar las tematicas abordadas, según reportaron hasta el momento no habian tenido la oportunidad de aplicar una tecnica tan sencilla y dinamica hacia las ventas.

Se enfatizo la importancia que tiene el compromiso hacia la formacion en temas diferentes a diseño y producto.

Los temas tratados durante la formación fueron los siguientes:

- Como costear las artesanías.
- La actitud como parte fundamental para establecer relaciones comerciales y de confianza con el cliente.
- La importancia del lenguaje no verbal en la comunicación. (gestos y postura corporal)
- Toma de contacto con el cliente (como saludar, generar interés)
- Indagación de necesidades (escuchar, preguntar)
- Como argumentar desde el beneficio.
- Manejo de las objeciones.
- Cierre de venta.
- Manejo de medios digitales (Facebook, correo electrónico, pagina web).

Esta cartilla construida por Artesanías es de gran valor ya que brinda herramientas a los artesanos hacia el reconocimiento del costo real de su trabajo y les refuerza

habilidades sociales necesarias para generar nuevas relaciones y canales comerciales.



## 5. Conclusiones:

Como conclusiones generales encontradas durante el proceso de evaluación y formación a estas comunidades señaladas anteriormente se encontró:

5.1. Nos encontramos con que las comunidades intervenidas con este proceso de formación no contaban con capacitaciones en ventas, es decir este tema fue de total aporte para los asistentes.

5.2. Faltan habilidades de liderazgo entre las comunidades para motivar la cooperación y así fortalecer la comunidad hacia el resultado que esperan tener ofreciendo y comercializando sus productos.

5.3. Hay una manera de pensar que se generaliza y es, que sin mucho esfuerzo van a conseguir patrocinio y reconocimiento para que los apoyen en su actividad.

5.4. Consideran que hacer un buen trabajo es suficiente. Por eso cuando llegaban a la formación su actitud no era la mejor. Hay que desarrollar el empoderamiento para cultivar nuevas herramientas que les sirvan para mejorar sus conocimientos y habilidades acerca de su actividad.

5.5. Una vez terminadas las formaciones en ventas se daban cuenta que debían sacar tiempo para este tipo de espacios y que invertir en educación si es tiempo que les garantiza eliminar hábitos poco productivos por otros más sanos para sus resultados e incluso para sus relaciones.

## 6. Limitaciones y dificultades:

6.1. En algunas comunidades fue el espacio para desarrollar las capacitaciones, el clima, el ruido y las condiciones físicas. Se resolvió con el compromiso y la disposición de los asistentes cuando no teníamos un espacio físico acorde para las

formaciones. La formadora estaba preparada para las condiciones no solo de los espacios sino de los traslados, incluso de las actitudes iniciales de las personas. Todo lo anterior fue un apoyo importante para conseguir el éxito en los resultados obtenidos.

6.2. El grado de escolaridad de algunos artesanos era bajo, en ocasiones personas que no sabían leer ni escribir. Los ejercicios y las actividades se diseñaron con métodos de formación para apoyar de manera individual a cada asistente al proceso, esto obtuvo como resultado la tranquilidad y la confianza de cada persona con el facilitador para que este prestara todo el apoyo necesario.

6.3. La convocatoria llegó a todas las comunidades sin embargo no todos los invitados llegaban a la hora de la formación.

## **7. Recomendaciones y sugerencias**

7.1. Las capacitaciones deben ser constantes y se debe hacer seguimiento a las mismas.

7.2. Evidenciar el aprendizaje a través de acompañamientos en puesto de trabajo para verificar que lo aprendido se esté practicando.

7.3. Facilitar temas relacionados con manejo del tiempo, manejo de clientes difíciles servicio al cliente, liderazgo, trabajo en equipo y cooperativismo.

## 8. Bibliografía:

- Cialdini, R.B., Wosinska, W., Barrett, D.W., Butner, J. & Gornik-Durose, M. (1999). Compliance with a request in two cultures: The differential influence of social proof and commitment/consistency on collectivists and individualists. *Personality and Social Psychology Bulletin* 25, 1242-1253.
- Cialdini, R. B., Sagarin, B. J., & Rice, W. E. (2001). Training in ethical influence. In J. Darley, D. Messick, and T. Tyler (Eds.). *Social influences on ethical behavior in organizations* (pp. 137-153). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Covey Stephen R; (1989); los siete hábitos de la gente altamente efectiva; editorial Paidós.
- Monografías.com; (2014); diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.
- Navarro Carlos Fernando; (2.007) conceptos generales sobre venta consultiva y centralización del cliente; editorial Cumpliendo la Cuota.
- Redondo Emilio y Vidales Castro Juan Carlos;(2.007) como crear una relación de confianza con el cliente; editorial Piramide.
- Trabajando.com; [www.trabajando.com](http://www.trabajando.com)
- Vidales Castro Juan Carlos; (2007); la venta consultiva; ediciones Piramide.