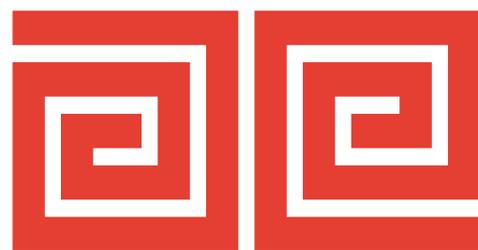


**MEJORAMIENTO
Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR
ARTESANAL COLOMBIANO:
Capacitación en mercadeo y ventas.**



**artesanías
de colombia**

Alejandra Eugenia Rosero Plazas.

Autor.

TABLA DE CONTENIDO:

1. Resumen.

Introducción.

1.1. Mapas de localización:

1.1.1. Asoarte segunda generación, Sutatauza

1.1.2. La Esperanza, Somondoco

1.1.3. Asopafit, Tibana

1.1.4. Sandra Artesanías, Usiacurí

1.1.5. Asociación de artesanos de la comuna uno,
Medellín

1.1.6. Mujeres víctima del conflicto armado San Jacinto

1.1.7. Asoarchi, Chimichagua

1.1.8. Manos creativas, Ricaurte Nariño

1.1.9. Tejidos Machines, Cumbal Nariño

1.1.10. Asociación la Esperanza, Sabanal

1.1.11. Ouliwou jekefnu epieyu, Maicao

1.1.12. Sinifana, Riosucio Caldas

1.1.13. Aduac.

1.1.14. Grupo de Artesanos Indígenas en Quibdó

1.1.15. Grupo de mujeres Wounaan del valle, Buenaventura

1.1.16. Jaiwera.

1.1.17. Asociación La Esperanza, Colon Genova

1.1.18. Hajsu.

1.1.19. El Chorote, Acevedo Huila

1.1.20. Tejidos en fibra de plátano, San Agustín

2. Descripción del trabajo

3. Resultados

3.1. Asoarte segunda generación, Sutatauza

3.2. La Esperanza, Somondoco

3.3. Asopafit, Tibana

3.4. Sandra Artesanías, Usiacurí

3.5. Asociación de artesanos de la comuna uno, Medellín

3.6. Mujeres víctima del conflicto armado San Jacinto

3.7. Asoarchi, Chimichagua

3.8. Manos creativas, Ricaurte Nariño

3.9. Tejidos Machines, Cumbal Nariño

3.10. Asociación la Esperanza, Sabanal

3.11. Ouliwou jekefnu epieyu, Maicao

3.12. Sinifana, Riosucio Caldas

3.13. Adauc, Cerinza Boyacá

3.14. Grupo de Artesanos Indígenas en Quibdó

3.15. Grupo de mujeres Wounaan del valle, Buenaventura

3.16. Jaiwera, Pueblo Rico

3.17. Asociación La Esperanza, Colon Genova

3.18. Hajsu, etnomoda, Carlosama

3.19. El Chorote, Acevedo Huila

3.20. Tejidos en fibra de plátano, San Agustín

4. Capacitación Expoartesano

5. Capacitación Expoartesánías

6. Seguimiento telefónico 20 comunidades
7. Conclusiones
8. Limitaciones y dificultades.
9. Recomendaciones y sugerencias.
10. Bibliografía.

GLOSARIO:

- **Aplicabilidad:** Cualidad de aplicable. Diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.
- **Artesanos:** 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

1. RESUMEN EJECUTIVO:

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 6 horas en venta estratégica y mercadeo a 20 comunidades en la región y a otras 20 telefónicamente con el fin de reforzar las formaciones dictadas durante los años anteriores en la comunidad y conocer la vivencia de la comunidad Artesanal luego de participar en el proyecto, 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 en sitio a las siguientes comunidades:

Asoarte segunda generación, Sutatauza

La Esperanza, Somondoco

Asopafit, Tibana

Sandra Artesanías, Usiacurí

Asociación de artesanos de la comuna uno, Medellín

Mujeres víctima del conflicto armado San Jacinto

Asoarchi, Chimichagua

Manos creativas, Ricaurte Nariño

Tejidos Machines, Cumbal Nariño

Asociación la Esperanza, Sabanal

Ouliwou jekefnu epieyu, Maicao

Sinifana, Riosucio Caldas

.Aduac.

Grupo de Artesanos Indígenas en Quibdó

Grupo de mujeres Wounaan del valle, Buenaventura

Jaiwera.

Asociación La Esperanza, Colon Genova

Hajsu, etnomoda.

El Chorote, Acevedo Huila

Tejidos en fibra de plátano, San Agustín

Como diagnostico general en estas comunidades, se evidencio en algún poco conocimiento sobre técnicas o habilidades para las ventas que les facilitara un mejor desempeño desde la relación con sus clientes y en otras un ejercicio de muchos años en el sector artesanal que les ha facilitado la comercialización de sus productos a nivel nacional.

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 20 comunidades en la región y a otras 20 vía telefónica con el fin de reforzar las capacitaciones hechas en las comunidades de los años anteriores.

Como antecedente, se pudo reconocer que algunas de 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 y otras tenían muchos años de experiencia en el sector comercial lo que les ha facilitado abrir nuevos mercados a nivel nacional e internacional.

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.

1.1.4. Sandra Artesanías, Usiacurí



3.1.5. Asociación de artesanos de la comuna uno, Medellín



1.1.6. Mujeres víctima del conflicto armado San Jacinto



1.1.7. Asoarchi, Chimichagua



1.1.8. Manos creativas, Ricaurte Nariño



1.1.9. Tejidos Machines, Cumbal Nariño



1.1.10. Asociación la Esperanza, Sabanal



1.1.11. Ouliwou jekefnu epieyu, Maicao



1.1.12. Sinifana, Riosucio Caldas:



1.1.13. Adauc,



1.1.14. Grupo de Artesanos Indígenas en Quibdó



1.1.15. Grupo de mujeres Wounaan del valle, Buenaventura



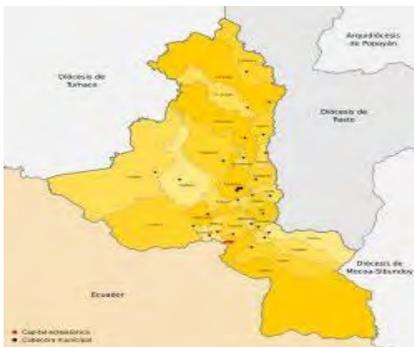
1.1.16. Jaiwera,



1.1.17. Asociación La Esperanza, Colon Genova, Nariño.



1.1.18. Hajsu, etnomoda.



1.1.19. El Chorote, Acevedo Huila



1.1.20. Tejidos en fibra de plátano, San Agustín, Huila



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 consciencia sobre cuales aspectos de su vida personal, profesional y laboral podrían 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 maquinas, 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:

| COMUNIDADES FORMADAS EN MERCADEO Y VENTAS | | |
|--|---|---------------------------|
| Numero | Comunidad | Artisanos Formados |
| 1 | Asoarte segunda generación: Sutatauza | 18 |
| 2 | La esperanza: La esperanza – Somondoco | 7 |
| 3 | Asopafit, Tibana | 11 |
| 4 | Sandra Artesanías, Usiacurí | 9 |
| 5 | Asociación de artesanos de la comuna uno, Medellín | 19 |
| 6 | Mujeres víctima del conflicto armado San Jacinto | |
| 7 | Asoarchi, Chimichagua | 17 |
| 8 | Manos creativas, Ricaurte Nariño | 11 |
| 9 | Tejidos Machines, Cumbal Nariño | 16 |
| 10 | Asociación la Esperanza, Sabanal | 9 |
| 11 | Ouliwou jekefnu epieryu, Maicao | 8 |
| 12 | Sinifana, Riosucio Caldas | 15 |
| 13 | Adauc, | 13 |
| 14 | Grupo de Artesanos Indígenas en Quibdó | 12 |
| 15 | Grupo de mujeres Wounaan del valle, Buenaventura | 12 |

| | | |
|----|--|------------|
| 16 | Jaiwera, | 10 |
| 17 | Asociación La Esperanza, Colon Genova | 10 |
| 18 | Hajsu, etnomoda, | 11 |
| 19 | El Chorote, Acevedo Huila | 4 |
| 20 | Tejidos en fibra de plátano, San Agustín | 16 |
| | TOTAL | 238 |

3.1. ASOARTE SEGUNDA GENERACIÓN: (SUTATAUZA)

Fecha de capacitación: 9 - 04 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 18

La comunidad ha venido trabajando de manera tradicional el tejido de sacos, ruanas, bufandas, gorras etc., han buscado ya desde hace algunos años organizarse como emprendedoras con el respaldo de la Alcaldía de Sutatauza, quien reconoce en el ejercicio artesanal un excelente recurso para la economía familiar y de la comunidad.

No existía conocimiento previo sobre técnica de ventas por lo que les pareció practica la técnica trabajada para la comercialización de sus productos.

El utilizar metodología vivencial, permitió integrar las diferentes escolaridades entre las asistentes, generando una base de construcción y respeto.

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. LA ESPERANZA: LA ESPERANZA – SOMONDOCO

Fecha de capacitación: 10 - 04 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 7

La comunidad de Somondoco ha venido trabajando el de calceta de platano para crear diferentes articulos como bolsos, canastos, individuales, etc.

Manifiestan gran dificultad actualemnte para conseguir la material prima ya que estan limitadas a un proveedor por lo que estan experimentando la necesidad de buscar nuevas fuentes de material.

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. ASOPAFIT - ASOCIACIÓN DE ARTESANOS PAJA BLANCA Y FIQUE DE TIBANA (TIBANA)

Fecha de capacitación: 30- 04 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 11

La comunidad de Tibana ha trabajado el tejido de paja blanca para la creación de diferentes artículos para el hogar como individuales, canastos, paneras, etc.

Han venido en un proceso activo de crecimiento y generación de nuevas oportunidades desde la maestra Magdalena, mujer activa en la multiplicación del conocimiento.

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. SANDRA ARTESANÍAS: (USIACURI)

Fecha de capacitación: 30- 04 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 9

La comunidad de Usiacurí ha trabajado de forma ancestral el tejido de la palma de Iraca y muchas de sus líderes más antiguas han tenido una relación directa con Artesanías de Colombia; manifiestan gran preocupación como la competencia por precios dentro de la misma comunidad ha ido afectando el mercado ya que por no saber costear algunos artesanos terminan dando su producto a mucho menor valor.

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. ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE LA COMUNA UNO: (MEDELLÍN)

Fecha de capacitación: 25- 04 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 19

En la ciudad de Medellín, comuna 1 la comunidad trabaja diferentes artes artesanales, principalmente talla en torno y ensamble de madera. Han tenido gran respaldo de la Alcaldía de Medellín en capacitaciones relacionadas con el emprendimiento.

Expresaron 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 profundizo 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. ASOCIACIÓN MUJERES VÍCTIMAS DEL CONFLICTO ARMADO DE SAN JACINTO: (SAN JACINTO)

Fecha de capacitación: 1 - 06 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 10

En la comunidad de San Jacinto se trabaja de forma tradicional el tejido en telar de hamacas y mochilas; las Artesanas vinculadas al proceso han venido realizando fortalecimiento de la comunidad realizando diferentes actividades productivas.

Al ser el tejido una actividad ancestral, reportan una asignación desleal de precios por parte de otros artesanos que no cumplen con los compromisos hechos entre ellos, afectando de forma negativa el mercado.

No existía conocimiento previo sobre técnica de ventas por lo que les pareció practica la técnica trabajada para la comercialización de sus productos.

El utilizar metodología vivencial, permitió integrar las diferentes escolaridades entre las asistentes, generando una base de construcción y respeto.

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. ASOARCHI: (CHIMICHAGUA)

Fecha de capacitación: 12 - 06 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 17

La comunidad de Asoarchi en Chimichagua tiene mas de 15 años de funcionamiento y trabajan en tejido de esteras, alfombras, individuales, caminos de mesa en hoja de palma.

Hacia dentro de la comunidad tienen dificultades de comunicación entre la representante legal y una de las artesanas que es lider; la rivalidad entre ellas ha hecho que se generen peleas constantes con respecto a las decisiones que se toman.

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.



3.8. MANOS CREATIVAS/ GRUPO DE ARTESANAS DE RICAURTE NARIÑO

Fecha de capacitación: 18- 06 – 2018

Horario: 2pm – 8:00pm

Cantidad de asistentes: 11

La comunidad de Ricaurte Nariño trabaja el tejido de individuales en tetera, que compran a los indígenas de la región.

La representante Amparo Oliva reporta que el tejido había sido dejado por la comunidad ya que las ventas no cumplían con las expectativas generadas, pero que a partir del proyecto decidieron volver a ferias.

Es muy importante continuar con el refuerzo de la actitud y la capacidad de adaptación, ya que se evidencia resistencia a hacer las cosas diferentes y adaptarse a nuevos procesos.

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.

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. TEJIDOS MACHINES (CUMBAL NARIÑO)

Fecha de capacitación: 19- 06 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 16

La comunidad indígena de los pastos, trabaja el tejido ancestral en telar de ruanas, sacos, bufandas y ponchos en lana natural de oveja o lana sintética.

Las diferencias culturales por momentos se convierten en una limitación social ya que evitan hablar con el cliente o socializar durante el proceso comercial, el tono de voz tiende a ser bajo.

Al momento de revisar los costeos, se encuentra que la materia prima en la región vs el valor dado por la demanda, no les permiten generar mayor ganancia en las artesanías.

El analfabetismo de varios artesanos les dificulta la socialización y comprensión de algunos ejercicios por lo que se realizaron actividades lúdicas.

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.





3.10. ASOCIACIÓN LA ESPERANZA. (SABANAL)

Fecha de capacitación: 09- 07 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 9

En la comunidad Asociación la esperanza se trabaja el tejido de canastos, fruteros, individuales, en calceta de plátano e iraca.

Según reportan los artesanos se les dificulta el compromiso por parte de los mismos compañeros para los pedidos, planean la producción de cierta cantidad de productos y no los entregan a tiempo, esto mismo impidió su participación en EXPOARTESANO.

El nivel educativo y cultural es muy bajo, la mayoría son analfabetas y no tienen cálculo básico, por lo que el valor de la artesanía lo han venido sacando sin parámetro alguno.

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. OULIWOU JEKEFNU EPIEYU (MANTAS TRADICIONALES ETNIA WAYUU, MAICAO GUAJIRA)

Fecha de capacitación: 8 - 08 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 8

La comunidad indígena Wayuu de Maicao está dedicada a la hechura y comercialización de Mantas representativas de su cultura.

Es evidente el orden y profesionalización en la que han venido trabajando las artesanas como comunidad, muchas de ellas, son profesionales y han aportado sus conocimientos para el crecimiento de su proyecto artesanal.

Algunas tenían conocimiento previo sobre técnica de ventas por lo que les pareció valiosa la capacitación para perfeccionar su técnica de comercialización.

El utilizar metodología vivencial, permitió integrar las diferentes escolaridades entre las asistentes, generando una base de construcción y respeto.

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. SINIFANA (RIOSUCIO, CALDAS)

Fecha de capacitación: 14 - 08 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 15

La comunidad indígena Embera Chami de Sinifana trabaja el tejido de cestería en Caña Brava; lleva más de 30 años de constituida y es evidente el orden y compromiso de la gran mayoría de sus miembros hacia el proyecto.

Encontraron gran valor en capacitar a la comunidad en general en las habilidades para el mercadeo y las ventas ya que están acostumbrados a que solamente las personas que viajan a la feria son las que tienen conocimiento sobre como costear, ofrecer y mercadear los productos.

Participaron activamente en cada una de las actividades programadas.

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.





3.13. ADAUC ASOCIACIÓN DE ARTESANOS UNIDOS.

Fecha de capacitación: 23- 08 – 2018

Horario: 9:00am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 13

La comunidad de Artesanos de Cerinza, trabajan el tejido de cesteria en esparto como conocimiento tradicional de su region.

La comunidad tiene varios años de constituida y sus miembros han tenido la oportunidad de participar en oportunidades anteriores en ferias artesanales por lo que encuentran de gran valor la formacion en mercadeo y ventas.

Les pareció importante realizar un proceso de acompañamiento al cliente mucho más oportuno desde su necesidad.

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. GRUPO ARTESANOS INDÍGENAS EN QUIBDÓ, CHOCO

Fecha de capacitación: 28- 08 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 15

La comunidad indígena Wounaan, trabaja el tejido ancestral en chaquiras de collares, pecheras, pulseras, llaveros.

Las diferencias culturales por momentos se convierten en una limitación social ya que evitan hablar con el cliente o socializar durante el proceso comercial, el tono de voz tiende a ser bajo.

Al momento de revisar los costeos, se encuentra que la materia prima en la región vs el valor dado por la demanda, no les permiten generar mayor ganancia en las artesanías.

El analfabetismo de varios artesanos les dificulta la socialización y comprensión de algunos ejercicios por lo que se realizaron actividades lúdicas.

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.



3.15. GRUPO DE MUJERES WOUNAAN DEL VALLE, BUENAVENTURA, VALLE DEL CAUCA.

Fecha de capacitación: 5- 09 – 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 12

La comunidad de artesanas Wounaan trabajan el tejido de cestas, paneras, fruteros, en Werregue.

Las condiciones comerciales son limitadas debido a los altos costos que tiene el desplazamiento fuera de la comunidad indígena, por lo que es solamente Alejandrino el esposo de Lucita la artesana inscrita en el proyecto quien les intercambia la artesanía por productos de primera necesidad; al ser un mercado con demanda tan limitada es así mismo el, quien decide el precio asignado a cada una.

Se prestó especial atención al costeo del producto artesanal, ya que muchos de ellos culturalmente tenían la percepción de que es el cliente quien debe poner el precio de lo que están vendiendo y no ellas.

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. JAIWERA.

Fecha de capacitación: 21 – 10 - 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 10

Pueblo Rico es una comunidad Embera Chami que se encuentra localizada a las afueras de la Ciudad de Pereira; trabajan collares, manillas y aretes en chaquira.

Han tenido experiencia de varios años comercializando sus productos, por lo que al momento de dictar la formación expresaron que reforzó el conocimiento que ya tienen comercial.

No estaban muy claros en la forma como se debe sacar el costeo de la artesanía, por lo que el ejercicio les dio pautas valiosas para comercializar 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.



3.17. ASOCIACIÓN LA ESPERANZA, COLON GENOVA

Fecha de capacitación: 08 - 10 – 2018

Horario: 8:00am – 2:00pm

Cantidad de asistentes: 9

En Colon Genova se trabaja el tejido de sombreros y bolsos en Iraca.

La comunidad está compuesta por mujeres campesinas, de la región que tiene en la artesanía un ingreso importante para sus hogares.

Una de las grandes dificultades en el mercado está relacionada con los sombreros que venden los talleres de la región donde sacan sombreros de baja calidad y costo generando un ambiente de competencia desleal.

Mostraron gran interés por las temáticas trabajadas, sobre todo por la herramienta de costeo y los pasos para la venta consultiva.

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. HAJSU, ETNOMODA.

Fecha de capacitación: 10 - 10 – 2018

Horario: 1:00pm – 7:00pm

Cantidad de asistentes: 11

La comunidad indígena de los pastos, trabaja por conocimiento ancestral el tejido de la lana y el paño en ruanas, gorros, ponchos, chalecos, faldas.

Es ampliamente reconocida en la región por la calidad y características en sus diseños.

Han trabajado de la mano con el Gobernador indígena para tener una posición representativa en el mercado de las artesanías no solo en Nariño sino a nivel nacional.

AL revisar el costeo de sus productos encontraron que los precios hasta ahora establecidos no tenían la rigurosidad de evaluación necesaria, por lo que muchas veces estaban cobrando por debajo de lo posible y en ocasiones no estaban recuperando ni siquiera lo de la materia prima.

Se reforzaron las habilidades sociales necesarias para generar un proceso comercial efectivo y sobre todo las técnicas de cierre.

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. EL CHOROTE, ACEVEDO HUILA

Fecha de capacitación: 17 - 10 – 2018

Horario: 1:00pm – 7:00pm

Cantidad de asistentes: 4

La comunidad de Acevedo está compuesta por Fidencio, su esposa y sus hijos, quienes han venido trabajando por décadas el barro en miniaturas, bajillas, materas.

El arte fue aprendido de su padre y el hoy lo está transmitiendo a sus hijas con quienes comercializa productos en diferentes lugares a nivel nacional.

Tienen conocimientos limitados en lecto escritura, no tenían muy claro cómo sacar el costo de sus productos y muchos los determinaban a ojo y no por un método riguroso de costeo.

Se reforzaron las habilidades sociales, como generar una toma de contacto efectivo, como indagar las necesidades del cliente.

El maestro Fidencio aclara que el a la feria no lleva gran cantidad de productos, ya que por el tamaño de su producción y espacio no alcanza por lo que prefiere la calidad.

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. TEJIDOS EN FIBRA DE PLÁTANO, SAN AGUSTÍN

Fecha de capacitación: 18 - 10 – 2018

Horario: 1:00pm – 7:00pm

Cantidad de asistentes: 15

La comunidad artesanal de San Agustín trabaja el tejido del fique y fibra de plátano en carteras, centros de mesa, individuales, morrales.

El arte que trabajan ha sido transmitido como conocimiento ancestral por una de las artesanas de la región que fue maestra de artesanos y se ha mantenido vivo gracias a la labor de sus hijos quienes aún se encuentran apoyando a los artesanos de la región.

La gran mayoría de la comunidad es analfabeta, muchos no saben firmar ni hacer cálculos con respecto al costeo de la artesanía por lo que el ejercicio que realizaron en compañía de todos les gustó, por los parámetros claros de acción que les brinda.

Se reforzaron las habilidades sociales, presentación personal, lenguaje no verbal, saludo y despedida y la forma de gestionar una labor comercial mucho más efectiva.

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 EXPOARTESANO:

El día 7 de julio de 2018 se realizó la formación ¿QUE VENDES? Dictada a los artesanos asistentes a EXPOARTESANO en la ciudad de Medellín.

Se contó con la asistencia de 52 artesanos con los que se trabajó:

- La importancia de la actitud y motivación ante la gestión comercial.
- La artesanía como representante de una historia cultural.

- Lenguaje verbal y no verbal.
- Como saludar al cliente.
- Como establecer confianza.
- Distancias personales comerciales.
- Pasos para la venta consultiva.

Los asistentes participaron activamente de cada una de las actividades programadas, expresando gran interés por aplicar lo aprendido en su interacción comercial.

Es muy importante continuar con el refuerzo de las habilidades sociales y comerciales ya que hay diferencias culturales que dificultan la interacción con los clientes.



5. CAPACITACIÓN EXPO ARTESANÍAS:

El día 10 de diciembre se realizó la capacitación en Expo Artesanías, Herramientas para el mercadeo y las ventas a los artesanos asistentes.

Se contó con la asistencia de 24 artesanos a los que se reforzó las siguientes temáticas:

- Actitud para las ventas.
- Preparación para la venta
- Indagación de necesidades.
- Argumentación.
- Manejo de objeciones.
- Cierre de la venta.

Los participantes mostraron gran interés por las actividades planteadas, reconociendo la importancia de organizar el proceso de contacto con los clientes y de revisar constantemente la actitud hacia las relaciones.

Así mismo se realizaron durante los días de la feria diferentes acompañamientos en los stands a las comunidades artesanales, buscando reforzar en vivo lo dictado durante las formaciones.



6. SEGUIMIENTO TELEFÓNICO A COMUNIDADES ARTESANALES:

Se realizó acompañamiento telefónico a 20 comunidades artesanales, donde se reforzó lo dictado en la capacitación de mercadeo y ventas.

Las comunidades refuerzan la gran importancia que ha tenido poder participar en el proyecto ya que les ha permitido crecer, generar nuevos espacios de negociación, nuevos recursos con los que hoy se mueven diferente en el mercado artesanal.

Algunas comunidades no pudieron ser contactadas por datos desactualizados por lo que fueron remplazadas por otras.

A continuación, se anexa la lista de llamadas:

| AÑO PROYECTO | No. | ARTESANO | TELEFONO | CORREO ELECTRONICO | TALLER | PERSONA CONTACTADA | FECHA | RETRO ALIMENTACION |
|--------------|-----|-------------------|-------------|--|---------------|--------------------|----------------------|---|
| 2014 | 1 | Alfonso Rodriguez | 311 2586046 | artelartunja@gmail.com | Artelar Tunja | ALFONSO RODRIGUEZ | 29/11/2018 3.20pm | No asisten desde hace 4 años a las ferias. Están dedicados a las ventas locales. Recuerdan cómo debe venderse un producto, diseñando la oferta con el cliente gracias a la escucha y ofreciéndole sobre todo beneficios, porque algunos productos son más costosos que otros. Diseñan en telar horizontal, paños para tapizar muebles, paños para cortinas, sobre madera, sillas tubulares, ruanas de diseño. Este año no asisten a la feria. |

| | | | | | | | | |
|------|---|---------------------------------|-------------|--|-------------------------|---------------------|----------------------------|---|
| 2014 | 2 | Bibiana Pedraza | 312 5332642 | finarteduitama@gmail.com | Finarte | BIBIANA PEDRAZA | 29/11/2018 3.36pm | Este año vienen con el Stan de la alcaldía, los años anteriores les ha ido muy bien en Bogotá. Fabrican cestería en mimbre y varilla, algunos productos destacados son: paneras, vineras, porta velas y jarrones. Realizan el costeo de los productos con la herramienta que incorporaron desde la capacitación; lo más importante es que el cliente le gusten los productos y se esmeran por la calidad, que es una de sus mayores ventajas. No se les dificulta vender debido que los diseños son únicos y en eso se han enfocado para ser atractivos para las ventas debido que son piezas únicas. |
| 2014 | 3 | María Aliria Moreno Castiblanco | 320 3017283 | fundadoresfuque@gmail.com | Asociaciones Fundadores | MARIA ALIRIA MORENO | 28/11/2018 1.18pm | Nuevo Fuquene. Laguna de Fuquene. Materias primas: Junco y Enea. hilo torcido: anchetas ropero, floreros, papeleras, individuales, revisteros y para esta época anchetas. Recuerdan de la formación: la manera de costear los productos, la manera de sacar el valor del jornal de cada persona, la actitud con la que hay que abordar a los clientes, la mirada, la postura del cuerpo, como mostrar los productos. "muy felices con la capacitación, muy productiva, este año vamos a Bogotá" |
| 2014 | 4 | Martin Wilches | 311 5949265 | cerarcoopltda@yahoo.com | Crearcoop | | 28/11/2018 y 29/11/2018 | sistema correo de voz. No se generó contacto. |

| | | | | | | | | |
|------|---|---------------------|-------------|------------------------------|-----------|---------------|------------------------|--|
| 2014 | 5 | Bertha Lidia Ortega | 312 7532791 | berthalidiaortegam@gmail.com | Berly | BERTHA ORTEGA | 28/11/2018 1.30pm | <p>Sandoná. palma de iraca. Bolsos, sombreros, pavas, bisutería, línea de mesa, decoraciones. Taller</p> <p>Berly no asiste este año a Corferias porque no había cupo, el año pasado si asistieron y el resultado fue positivo de acuerdo a las expectativas. Sirvió la capacitación para reconocer como atender a los clientes, saber tratarlos, saber cómo ofrecer una venta cruzada, fue fundamental. En algunas ocasiones hacemos los productos sin saber cómo sacarle el precio, y esa capacitación nos ayudó para estar tranquilos con el valor que podíamos negociar con los clientes sin quedarnos a perdida.</p> |
| 2014 | 6 | Elena Zenith | 312 6192381 | asoararte@outlook.com | Asoararte | ELENA ZENITH | 12/12/2018; 11:30AM | <p>San Jacinto: aprendieron a costear, tienen una atención clara para los clientes, la postura corporal, la mirada y la sonrisa son importantes a la hora de ofrecer sus artesanías, la presentación personal es bella porque sus prendas son llamativas para los clientes, la conversación de ventas se concentra en escuchar muy bien la necesidad del cliente porque tienen productos costosos, por la dedicación de las materias primas y el tiempo que una persona diseña y fabrica una hamaca. Las ventas están bajas por ahora, están en Bogotá este año, ya tienen la denominación de origen, la calidad, los precios, la lista de precios, reseña histórica, tienen una página y ahí venden. Pabellón 3 3 Stan 231. tienen compradores nacionales, no</p> |

| | | | | | | | | |
|------|---|---------------|--------------|-------------------------|--------------|---------------|-----------------------|---|
| | | | | | | | | tienen compradores internacionales. |
| 2015 | 7 | Álvaro Acosta | (311)3411016 | arfiplat2012@gmail.com | Arfiplat | ALVARO ACOSTA | 14/12/2018; 3:00PM | se ha aplicado el proceso de la venta visto en la capacitación; aunque las artesanas han cambiado, se les ve con los pies más sobre la tierra y conscientes de la importancia de capacitarse en lo comercial; no vinieron a la feria pero han recibido apoyo de Artesanías con capacitaciones en diseño y fueron premiados por ser el primer grupo artesanal del Llano; les encantaría poder nuevamente estar en capacitación presencial; durante la llamada se reforzó el lenguaje no verbal, los pasos para la venta consultiva y la importancia de la actitud. |
| 2015 | 8 | Sara Niño | (318)2093562 | zakuarumuke@hotmail.com | Zaku Arumuke | SARA NIÑO | 12/12/2018 12.00m | No asistió este año a Corferias, pero si está en Bogotá en la calle 97 con 19, con el apoyo de la fundación Funda Marín. representante de Pueblo bello Cesar (Arhuacos). Ellas le entregaban las artesanías a Duria y ella las vendía al inicio muy bien, después bajaron los precios de 180 mil a 120 mil y se dificultó la venta porque no estaban ganando, tienen el hábito algunas de costear sus productos. Son muchas mujeres que no tienen conocimientos básicos y es fácil que no sepan cómo organizarse para mejorar sus ventas. Ella fue muy responsable y cuidadosa con representarlas. Producen mochilas, la asociación: atiquinchucwa, es la única que realmente representa dignamente a las artesanas de la región. Trabajan el fique, mochilas de lana o de algodón. teñidos con |

| | | | | | | | | |
|------|----|------------------------|--------------|--------------------------|----------------------|------------------|----------------------------|--|
| | | | | | | | | colores naturales. Saben que el liderazgo y la organización hace que sean reconocidas y su labor perdura en el tiempo. |
| 2015 | 9 | María Inés Atana | (314)2765722 | afintrel@hotmail.com | AFINTRE L | MARIA INES ATANA | 14/12/2018 3:30PM | se encuentra muy agradecida por la capacitación, el proyecto y Artesanías de Colombia ya que han logrado posicionar sus productos en mercado nacional e internacional; este año se encuentran en la feria como tejedoras y ha sido muy exitosa la venta; durante la llamada se reforzó la importancia de la gestión comercial y la interacción con los clientes, cuidando el lenguaje no verbal. |
| 2015 | 10 | Jhonny Jiménez | (320)4884106 | jhonnyjimenez@gmail.com | Truta | | 28/11/2018 y 29/11/2018 | sistema correo de voz. No se generó contacto. |
| 2015 | 11 | Alirio Liberato | (310)5234117 | equiru041683@hotmail.com | Comunidad Macedoni a | ALIRIO LIBERATO | 29/11/2018. 3.59pm | Este año asisten a la feria en el Stan 528. Vienen 5 puestos. Todos los años vienen. Destacan de la capacitación: Mantener clientes fieles a través del respeto por el tiempo en la entrega de los pedidos, y buscar hacer ventas al por mayor. La amabilidad, la presentación personal, la puntualidad, como ofrecer los productos. Fue muy agradable la capacitación, y les ayudó para llenarse de más confianza y ganarse a los clientes. Los productos por si se venden muy bien, pero con la capacitación han alcanzado superarse cada año. |
| 2015 | 12 | Edinson Paima Bautista | (312)6298690 | ramaetedoc@gmail.com | Mowa | | 28/11/2018 y 29/11/2018 | sistema correo de voz. No se generó contacto. |

| | | | | | | | | |
|------|----|-----------------------------------|--------------|----------------------|---------------|----------------------|----------------------------|---|
| 2015 | 13 | Cecilia Margarita Velásquez | (311)6345708 | dcoralia@hotmail.com | Decoralia | CECILIA VELASQUEZ | 28/11/2018 3.00 pm | Es el mejor año que han tenido hasta ahora. El señor que viene este año se llama Jaime Giraldo. Stan 538. Ella no viene porque tiene 72 años de edad. Para ellos lo que más recuerdan de la capacitación es la atención al cliente. eso es más importante que pensar en vender solamente por ganar dinero. Un cliente satisfecho trae más clientes, así no vendan hay mismo, les entregan siempre tarjetas y ellos llaman y compran. Nuestros productos no son económicos. Nos encargamos que sean de excelente calidad. Los insumos que utilizamos son caros y muy buenos y eso lo aprecian los clientes. Nos quedó también, hacer buenas relaciones con las personas porque nos gusta mantener relaciones a largo plazo con los clientes, eso nos gustó mucho de la capacitación, fortalecer las relaciones sociales. |
| 2015 | 14 | José Vargas | (313)6392921 | | SOMBRE RIA | | 28/11/2018 y 29/11/2018 | sistema correo de voz. No se generó contacto. |

| | | | | | | | | |
|------|----|---|------------|--|---|----------------------|------------------------|---|
| 2016 | 15 | NELIDA EMPERAT RIZ COLON FRANCO | 3205499509 | | GRUPO PRECOR PORATIV O CENTRO ARSENA L DE MORRO A | NELIDA EMPERATRIZ | 28/11/2918 2.29 pm | <p>Morroa. 100% algodón en telar vertical, hechos a mano. Poncho, sacos, hamacas, individuales, caminos de mesa, bolsos, manteles, cubre lechos, cinturones. Les mostró la forma de atender a los clientes para brindar un mejor servicio. El año pasado les fue regular, el 2016 estuvo mejor. este año van a estar en el Stan 209. No tienen marca representativa aún, esperan de Artesanías que les ayuden. Uno de los mensajes claros de la capacitación fue tener una herramienta de cómo sacar los costos de los productos tradicionales, pero también traer productos innovadores año. Ofrecer productos sustitutos y complementarios para no dejar ir a los clientes y que se lleven varios productos a la vez. Esmerarse en la presentación personal para sentirse muy bien y que los clientes se sientan agradados con los artesanos.</p> |
| 2016 | 16 | DUBERLY GALEANO | 3146671343 | | ASOCIA CIÓN DE ARTISTA S ARTESA NOS CREATIV OS DE SALENT O | DUBERLY GALEANO | 26/11/2018/ 11:00am | <p>han notado la diferencia fuera del proyecto ya que durante el año que participaron se generaron grandes beneficios que les han permitido nuevos clientes y mercado. Duberly reporta: Uno vende su producto y eso pero hacen falta refuerzos hacia lo contable, tener más seguridad en la comercialización; Artesanías de Colombia lo ha seguido apoyando como artesano independiente lo que le va a permitir venir a la feria en diciembre; se repasaron los pasos para la venta y relación con los clientes.</p> |

| | | | | | | | | |
|------|----|--|----------------------------|--------------------------|--|---------------------------|---------------------------|---|
| 2016 | 17 | GILBERTO CIFUENTES O ROSA CIFUENTES | 3144130545/862 5092 | | TALLER ESCUELA ARTESANAL FONQUETA | 26 /11/2018 7 /12/2018 | responde el correo de voz | |
| 2016 | 18 | AURA TULIA GUEVARA | 3115981121 | | CACIQUE E CUITI | AURA TULIA GUEVARA | 26/11/2018 11:30am | para mi Artesanías de Colombia ha sido un ángel, cuando me llamaron yo estaba en una quiebra grave, había tenido mucho problema y estaba muy mal económicamente, me mandan clientes, me han ayudado en lo comercial y cada cosa recibida ha sido de gran beneficio; con tantas leyes esta difícil contactar gente fija y me gustaría un buen curso en marroquinería; tengo clara la gestión comercial y como sacar costos; se repasaron los pasos para la venta y relación con los clientes. |
| 2016 | 19 | ANTONIO MARIN | 3176432427 | | CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CERICULTURA DEL CAUCA | ANTONIO MARIN | 7/12/18 10:13am | el estar en el proyecto le genero a la comunidad grandes beneficios, se reforzaron durante la llamada la actitud, los pasos para la venta consultiva y como es importante abordar a los clientes; este año están en la feria por cuenta propia pero no se sienten satisfechos con la ubicación en la feria, argumenta que están en medio de un lineal lo que confunde a los clientes, se le refuerza la importancia de que ante estas condiciones llamen a los clientes antes de asistir a la feria y que su actitud sea de disposición para atraer a los que llegan ya que son condiciones con las que muchas veces no se puede contar |
| 2017 | 20 | Marelys Esther | 3004058560 - 3116740571 | mare17esma@ gmail.com | Artesanía s Mare | | 10/12/2018 14/12/2018 | CORREO DE VOZ |

| | | | | | | | | |
|------|----|--------------------------------|--------------|----------------------------|--|----------------------------|----------------------|--|
| | | Escalante Márquez | | | | | | |
| 2017 | 21 | Ignacio Faustino Cabrera Erazo | 320 231 5803 | igna0509@gmail.com | ASOCIACIÓN ARTESANAL AGROPECUARIA RURAL DE SANDONA (AAARS) | IGNACIO FAUSTINO CABRERA | 10/12/2018 2:00PM | después del proyecto hemos trabajado y recordado todo lo que nos enseñaron, los pasos para la venta nos han ayudado a incrementar las ventas; me gustaría que fueran al pueblo porque las señoras muchas veces no quieren viajar; les he insistido mucho, pero prefieren que yo venga con lo que aprendí en el proyecto es más fácil vender. Durante la llamada se repasó la importancia de la actitud, de preguntar al cliente durante la compra y argumentar desde el beneficio. |
| 2017 | 22 | Edgar Napoleón Zambrano | 318 813 7256 | COOPECOTEMA@YAHOO.COM | Cooperativa Ecotema | EDGAR NAPOLEON ZAMBRANO | 10/12/2018 2:30PM | estamos trabajando hemos creado nuevos productos pero no los pudimos llevar a la feria porque no alcanzo la producción; hemos estado tomando datos, hemos generado nuevos clientes; estamos aplicando los pasos para la venta; durante la llamada se refuerza la importancia de preguntar, de argumentar desde el beneficio. |
| 2017 | 23 | Leónidas Gutiérrez Pizarro | 314 373 7118 | misionleonidas@hotmail.com | Artesanías koreguaje Pairepa | LEONIDAS GUTIERREZ PIZARRO | 14/12/2018 1:30pm | la comunidad este año ha seguido participando en proyectos con Artesanías de Colombia lo que les ha facilitado el proceso comercial de sus productos; durante la llamada se reforzó la actitud de servicio al momento del contacto con el cliente, preguntar antes de ofrecer todos los productos; argumentar desde el beneficio. |

| | | | | | | | | |
|------|----|----------------------------------|--------------|--|---------------------|-----------------------|------------------------------------|--|
| 2017 | 24 | Rodrigo Cesar Lázaro Zurita | 300 330 6168 | rolazu09@gmail.com | Artesanos de Tuchín | RODRIGO CESARO LAZARO | 12/12/2018: 2:00pm | Este año asistieron a la feria de Barranquilla por el proyecto comunidades artesanales y se encuentran en la feria hoy apoyados por otro proyecto de Artesanías; han podido poner en práctica los pasos para la venta, revisando lenguaje verbal y no verbal y asesorar al cliente en línea compra; se repasó la importancia de saludar, de repasar el contacto con el cliente desde el respeto de las diferencias y asesorar en el producto que realmente satisface su necesidad. |
| 2017 | 25 | Joherlis Carolina Arrieta Oviedo | 302 331 9121 | jesusitaartesanas@hotmail.com | Vereda Polonia | | TELEFONO FUERA DE SERVICIO/ 3:58pm | |
| 2017 | 26 | Alcides Manuel Vides Bohórquez | 312 896 9810 | yasminvidesmartinez@gmail.com | Corpoayapel | | NO CONTESTADA | |
| 2017 | 27 | María Ortega | 311 422 3328 | artesanosanjacinto@yahoo.es | San Jacinto | MARIA ORTEGA | 14/12/2018 4:00PM | vive muy agradecida con el proyecto porque les ha permitido crecer en las ventas: están aplicado lo aprendido en la capacitación, se repasó los pasos para la venta consultiva, lenguaje no verbal, asesorar desde el beneficio. |
| 2017 | 28 | Teodula Mancilla Rodriguez | 311 385 1014 | guapicoopmujeres@yahoo.es cooperativademujeresguapi@gmail.com | Cauca | | 14/12/2018 430PM CORREO DE VOZ | |
| 2017 | 29 | Rosa magnolia Salazar | 315 595 0351 | miquelh-1973@hotmail.com | La Chamba | Miguel Ángel | 14/12/2018 5:00pm | han podido aplicar lo visto en la feria este año están muy enfocados en asesorar al cliente; se reforzó el tomar siempre los datos de las posibles personas interesadas en los productos y mantener actitud y disposición hacia el servicio. |

7. CONCLUSIONES:

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

7.1. Nos encontramos con algunas de 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.

7.2. 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.

7.3. 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.

7.4. 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.

7.5. 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.

8. LIMITACIONES Y DIFICULTADES:

8.1. 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.

8.2. 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.

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

9. RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS

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

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

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

10. BIBLIOGRAFÍA:

- 10.1. 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.
- 10.2. 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.
- 10.3. Covey Stephen R; (1989); los siete hábitos de la gente altamente efectiva; editorial Paidós.
- 10.4. Monografías.com; (2014); diccionario de la lengua española edición 23 de octubre de 2014.
- 10.5. Navarro Carlos Fernando; (2.007) conceptos generales sobre venta consultiva y centralización del cliente; editorial Cumpliendo la Cuota.
- 10.6. Redondo Emilio y Vidales Castro Juan Carlos;(2.007) como crear una relación de confianza con el cliente; editorial Piramide.
- 10.7. Trabajando.com; www.trabajando.com
- 10.8. Vidales Castro Juan Carlos; (2007); la venta consultiva; ediciones Piramide