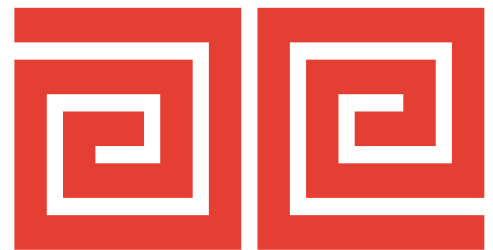


**MEJORAMIENTO Y
GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR
ARTESANAL COLOMBIANO:
Capacitación en mercadeo y ventas.**



**artesanías
de colombia**

Alejandra Eugenia Rosero Plazas.

Autor.

TABLA DE CONTENIDO:

1. Resumen.

Introducción.

1.1. Mapas de localización:

- 1.1.1. Comunidad artesanal de Tenza, (Boyacá)
- 1.1.2. Fundación Katanga, Cali, (Valle del Cauca)
- 1.1.3. Artesanos Ingenio Sandoná (Nariño)
- 1.1.4. Artesana Cabildo de Genero, Cumbal (Nariño)
- 1.1.5. Casa Taller Inga Auaska Santiago (Putumayo)
- 1.1.6. COARTEPINDO, Palermo (Huila)
- 1.1.7. Asociación Homacha, Leticia (Amazonas)
- 1.1.8. Seda y punto, Anserma (Caldas).
- 1.1.9. Artesanos unidos del Contento; San Andrés de sotavento (Córdoba)
- 1.1.10. Resguardo artesanal Koregüaje, resguardo Kokará (Caquetá)
- 1.1.11. Ismuina, Solano (Caquetá).
- 1.1.12. Artesanos, San Jacinto (Bolívar).
- 1.1.13. Taller artesanías El progreso las Sanjuaneras, Luruaco (Atlántico).
- 1.1.14. Atumarajai Pereira (Risaralda).
- 1.1.15. Coarwas, Siapana (Guajira)
- 1.1.16. Areagua, Curití, (Santander)
- 1.1.17. Amaitule, Necoclí (Antioquia)
- 1.1.18. Cubay (Mitú Vaupés).
- 1.1.19. Crear más Nuquí, (Choco)
- 1.1.20. Artesanías del choco Litoral del san Juan (Choco)

2. Descripción del trabajo

3. Resultados

- 3.1. Comunidad artesanal de Tenza, (Boyacá)
- 3.2. Fundación Katanga, Cali, (Valle del Cauca)
- 3.3. Artesanos Ingenio Sandoná (Nariño)
- 3.4. Artesana Cabildo de Genero, Cumbal (Nariño)
- 3.5. Casa Taller Inga Auaska Santiago (Putumayo)
- 3.6. COARTEPINDO, Palermo (Huila)
- 3.7. Asociación Homacha, Leticia (Amazonas)
- 3.8. Seda y punto, Anserma (Caldas).
- 3.9. Artesanos unidos del Contento; San Andrés de sotavento (Córdoba)
- 3.10. Resguardo artesanal Koregüaje, resguardo Kokará (Caquetá)
- 3.11. Ismuina, Solano (Caquetá).
- 3.12. Artesanos, San Jacinto (Bolívar).
- 3.13. Taller artesanías El progreso las Sanjuaneras, Luruaco (Atlántico).
- 3.14. Atumarajai Pereira (Risaralda).
- 3.15. . Coarwas, Siapana (Guajira)
- 3.16. Areagua, Curití, (Santander)
- 3.17. Amaitule, Necoclí (Antioquia)
- 3.18. Cubay (Mitú Vaupés).
- 3.19. Crear más Nuquí, (Choco)
- 3.20. Artesanías del choco Litoral del san Juan (Choco)

4. Capacitación Expo artesano
 5. Capacitación Expo artesanías
 6. Formación en mercadeo y ventas colaboradores ADC.
 7. Seguimiento telefónico 20 comunidades
 8. Formación en liderazgo gerentes de tienda ADC
 9. Acompañamiento en feria 20 comunidades artesanales.
 10. Conclusiones
 11. Limitaciones y dificultades.
 12. 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 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 participan los artesanos.

Se realizó la formación en sitio a las siguientes comunidades:

- ✓ Comunidad artesanal de Tenza, (Boyacá)
- ✓ Fundación Katanga, Cali, (Valle del Cauca)
- ✓ Artesanos Ingenio Sandoná (Nariño)
- ✓ Artesana Cabildo de Genero, Cumbal (Nariño)
- ✓ Casa Taller Inga Auaska Santiago (Putumayo)
- ✓ COARTEPINDO, Palermo (Huila)
- ✓ Asociación Homacha, Leticia (Amazonas)
- ✓ Seda y punto, Anserma (Caldas).
- ✓ Artesanos unidos del Contento; San Andrés de sotavento (Córdoba)
- ✓ Resguardo artesanal Koregüaje, resguardo Kokará (Caquetá)
- ✓ Ismuina, Solano (Caquetá).
- ✓ Artesanos, San Jacinto (Bolívar).
- ✓ Taller artesanías El progreso las Sanjuaneras, Luruaco (Atlántico).
- ✓ Atumarajai Pereira (Risaralda).
- ✓ Coarwas, Siapana (Guajira)
- ✓ Areagua, Curití, (Santander)
- ✓ Amaitule, Necoclí (Antioquia)
- ✓ Cubay (Mitú Vaupés).
- ✓ Crear más Nuquí, (Choco)

✓ Artesanías del choco Litoral del san Juan (Choco)

Como diagnostico general en estas comunidades, se evidencio en algunas, 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 herramientas 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.

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.

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. Comunidad artesanal de Tenza, (Boyacá)



1.1.2. Fundación Katanga, Cali, (Valle del Cauca)



1.1.3 Artesanos Ingenio Sandoná (Nariño)



1.1.4. Artesana Cabildo de Genero, Cumbal (Nariño)



3.1.5. Casa Taller Inga Auaska Santiago (Putumayo)



1.1.6. COARTEPINDO, Palermo (Huila)



1.1.7. Asociación Homacha, Leticia (Amazonas)



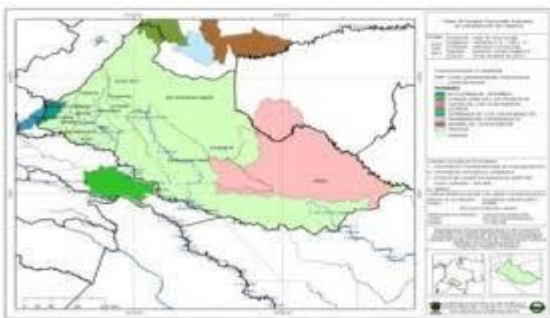
1.1.8. Seda y punto, Anserma (Caldas).



1.1.9 Artesanos unidos del Contenido; San Andrés de sotavento (Córdoba)



1.1.10. Resguardo artesanal Koregüaje, resguardo Kokará (Caquetá)



1.1.11. Ismuina, Solano (Caquetá).



1.1.12. Artesanos, San Jacinto (Bolívar).



1.1.13. Taller artesanías El progreso las Sanjuaneras, Luruaco (Atlántico).



1.1.14. Atumarajai Pereira (Risaralda)



1.1.18. Cubay (Mitú Vaupés).



1.1.19. Crear más Nuquí, (Choco)



1.1.20. Artesanías del choco Litoral del san Juan (Choco)



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 busco 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:**

COMUNIDADES FORMADAS EN MERCADEO Y VENTAS		
Numero	Comunidad	Artesanos Formados
1	Comunidad artesanal de Tenza, (Boyacá)	25
2	Fundación Katanga, Cali, (Valle del Cauca)	7
3	Artesanos Ingenio Sandoná (Nariño)	8
4	Artesana Cabildo de Genero, Cumbal (Nariño)	16
5	Casa Taller Inga Auaska Santiago (Putumayo)	20
6	COARTEPINDO, Palermo (Huila)	18

7	Asociación Homacha, Leticia (Amazonas)	18
8	Seda y punto, Anserma (Caldas).	9
9	Artesanos unidos del Contenido; San Andrés de sotavento (Córdoba)	9
10	Resguardo artesanal Koregüaje, resguardo Kokará (Caquetá)	11
11	Ismuina, Solano (Caquetá).	10
12	Artesanos, San Jacinto (Bolívar).	10
13	Taller artesanías El progreso las Sanjuaneras, Luruaco (Atlántico).	15
14	Atumarajai Pereira (Risaralda).	21
15	Coarwas, Siapana (Guajira)	2
16	Areagua, Curití, (Santander)	9
17	Amaitule, Necoclí (Antioquia)	5
18	Cubay (Mitú Vaupés).	8
19	Crear más Nuquí, (Choco)	8
20	Artesanías del choco Litoral del san Juan (Choco)	28
		257

3.1. Comunidad artesanal de Tenza, (Boyacá)

Fecha de capacitación: 22 - 05 – 2019

Horario: 10:00am – 4:00pm

Cantidad de asistentes: 25

Los artesanos de la comunidad de Tenza manifestaron gran interés por las temáticas programadas; al realizar los ejercicios sobre costeo generaron consciencia del gran desconocimiento que los ha llevado a establecer el mismo desde la intuición y no desde datos reales.

En el grupo hay una gran cantidad de artesanos mayores de edad.

Expresaron interés por mejorar actitudes que pueden afectar la interacción con 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.



3.2. Cali, (Valle del Cauca):

Fecha de capacitación: 24 - 05 – 2019

Horario: 10:00am – 4:00pm

Cantidad de asistentes: 7

La comunidad de Cali (afrocolombianos), está conformada hace muchos años como fundación dedicada a la capacitación de niños en situación de vulnerabilidad y los instrumentos son parte fundamental del proceso.

Mostraron gran interés por la estructura de la venta consultiva, reconociendo en la pregunta la base para la asesoría y el acompañamiento.

Se comprometieron a revisar la lista de precios ya que hace muchos años no la realizan y al momento del ejercicio se dan cuenta de que pueden estar cobrando por debajo del mercado.

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. Artesanos Ingenio Sandoná (Nariño)

Fecha de capacitación: 11 - 06 – 2019

Horario: 2:00pm – 8:00pm

Cantidad de asistentes: 8

La comunidad artesanal de Sandona Nariño lleva un año de constituida y ha tenido gran acompañamiento por parte de Artesanías de Colombia en el aprendizaje del oficio, aunque el arte se ha sido transmitido de forma ancestral.

Es evidente el desconocimiento en costeo, en el proceso de venta y en pautas para el mercadeo.

Muestran gran actitud y compromiso hacia su proyecto, están habidas de construir, invertir y evaluar buscando el crecimiento en el sector artesanal.

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. Cumbal (Nariño)

Fecha de capacitación: 12 - 06 – 2019

Horario: 10:00am – 4:00pm

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 costos, 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.





3.5. Santiago (Putumayo)

Fecha de capacitación: 13 - 06 – 2019

Horario: 10:00am – 4:00pm

Cantidad de asistentes: 20

la comunidad de Santiago Putumayo, pertenece a la etnia indígena Inga, y trabajan la mostacilla en accesorios como pecheras, pulseras, tobilleras y otros.

Expresan desconocimiento al momento de costear sus productos y que muchas veces lo hacen por intuición sin considerar el costo real.

Ante la capacitación se muestran abiertos y participativos, reconociendo en la formación una gran oportunidad para su crecimiento comercial.

Pocos han tenido la oportunidad de asistir a ferias y desean gran interés en poderlo hacer.

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. COARTEPINDO, Palermo (Huila)

Fecha de capacitación: 2 - 07 – 2019

Horario: 1:00pm – 7:00pm

Cantidad de asistentes: 18

Los artesanos de la comunidad de Palermo Huila trabajan el tejido del Pindo en sombreros, carteras, zapatillas, conocimiento transmitido ancestralmente; manifiestan gran interés por posicionar de nuevo este arte, pero al obtener la materia prima del campo, a veces atraviesan largos periodos de escases de la misma.

Manifestaron gran interés por las temáticas programadas; al realizar los ejercicios sobre costeo generaron consciencia del gran desconocimiento que los ha llevado a establecer el mismo desde la intuición y no desde datos reales.

En el grupo hay una gran cantidad de artesanos mayores de edad.

Expresaron interés por mejorar actitudes que pueden afectar la interacción con 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.



3.7. Leticia, (Amazonas):

Fecha de capacitación: 09 - 07 – 2019

Horario: 2:00pm – 6:00pm

Cantidad de asistentes: 18

La comunidad Artesanal en Leticia Amazonas, está compuesta por varias comunidades indígenas de la región. Es de vital importancia el trabajo e integración que ha venido realizando el laboratorio de Artesanías de Colombia en compañía de otras entidades, donde se evidencian artesanos conscientes de la importancia de su labor y de la necesidad de integrarse entre todos bajo un mismo objetivo.

Mostraron gran interés por la estructura de la venta consultiva, reconociendo en la pregunta la base para la asesoría y el acompañamiento.

Se comprometieron a revisar en conjunto la lista de precios y al momento del ejercicio se dan cuenta de que pueden estar cobrando por debajo del mercado.

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. Seda y punto, Anserma (Caldas)

Fecha de capacitación: 16 - 07 – 2019

Horario: 2:00pm – 8:00pm

Cantidad de asistentes: 9

La comunidad artesanal de Anserma Caldas está compuesta por tejedoras de la seda, en chales, bufandas y accesorios

Es evidente la desactualización en precios que ha llevado a cobrar por debajo los productos en ferias pasadas de su valor total.

Reconocen la gran importancia que tiene trabajar en la actitud y en los pasos para la venta consultiva de tal forma que se logre realmente asesorar a los clientes.

Muestran gran actitud y compromiso hacia su proyecto, están habidas de construir, invertir y evaluar buscando el crecimiento en el sector artesanal.

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. Artesanos unidos del Contenido; San Andrés de sotavento (Córdoba)

Fecha de capacitación: 8 - 08 – 2019

Horario: 1:00pm – 7:00pm

Cantidad de asistentes: 9

Los Artesanos de El contenido pertenecen a la comunidad Indígena Zenu y realizan tejido de sombreros, bolsos, adornos etc. en caña flecha.

La comunidad tiene más de 10 años de fundada y es evidente el orden que han venido dando al proceso comercial y administrativo, aunque son evidentes las diferencias en algunos momentos entre los socios.

Manifestaron gran interés por las temáticas programadas; al realizar los ejercicios sobre costeo generaron consciencia de que no habían ajustado los precios a los costos actuales por lo que habían sacado varios productos al mercado por debajo de su valor.

Familias enteras viven del ingreso que genera la venta de las artesanías.

Su característica cultural es ser extremadamente amables lo que puede llegar a facilitar la interacción con 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.



3.10. Koreguaje, (Caquetá):

Fecha de capacitación: 14 - 08 – 2019

Horario: 9:00am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 11

La comunidad Koregüaje ubicada en el resguardo Cocara, es liderada por la cacica Flerida quien esta reportada como beneficiaria en el proyecto formación comunidades Artesanales.

Al ser ella la única persona que tiene contacto con el proyecto, la comunidad se queja de la falta de oportunidades y del bajo costo al que ella les compra las mochilas, collares e instrumentos musicales hechos en cumare y semillas y que no les permite conocer el valor al que son vendidos en las ferias.

Los temas de la formación generaron evidente incomodidad en Flerida quien no los dejaba hablar y cuando uno de ellos expresaba su inconformidad, buscaba callarlo peleando en su idioma lo que limito la interacción de la formadora en las posibles soluciones a ofrecer.

Florida tiene la única lancha de río y los costos para entrar y salir de la comunidad son altos por lo que el resto de artesanos están limitados a que ella les quiera o no comprar.

Aun así, expresaron interés y deseo de aplicar los temas tratados.

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. Solano (Caquetá)

Fecha de capacitación: 15 - 08 – 2019

Horario: 10:00am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 10

La comunidad indígena Uitoto se encuentra localizada en la cabecera urbana de solano y trabajan en tejido de cestería en guarumo y cumare.

Manifiestan que el mercado de los canastos ha perdido valor en la región porque los clientes no desean pagar el costo que realmente tienen por la materia prima que utilizan (guarumo y cumare) afectando así mismo el valor al que pueden ofrecerlos a público. Cuando se sacaron los costos fijos según la fórmula propuesta por Artesanías de Colombia generaron conciencia de estarlos ofreciendo muy por debajo de lo que están invirtiendo en tiempo de trabajo y producción.

Al trabajar los pasos para la venta lograron identificar los posibles errores que están generando al momento de la interacción con el cliente y el perfil de la persona que debe asistir a la feria.

Ven en las redes una valiosa oportunidad para dar a conocer 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.



3.12. San Jacinto (Bolivar)

Fecha de capacitación: 2 - 09 – 2019

Horario: 1:00pm – 7:00pm

Cantidad de asistentes: 10

Las artesanas de San Jacinto realizan el tejido ancestral de hamacas y mochilas en telar.

En este momento están empezando a organizarse como comunidad artesanal ya que anteriormente cada una trabajaba de forma independiente; el liderazgo de Ledys la artesana líder ha incrementado los niveles de exigencia con respecto a la calidad del producto y el cumplimiento, lo que en ocasiones genera choques entre las afiliadas al proyecto. Por la misma razón expresaron no asistir a la capacitación.

Una vez se inició, manifestaron gran interés por las temáticas programadas; al realizar los ejercicios sobre costeo generaron consciencia de que no habían ajustado los precios a los costos actuales por lo que habían sacado varios productos al mercado por debajo de su valor.

Familias enteras viven del ingreso que genera la venta de las artesanías.

Su característica cultural es ser extremadamente amables lo que puede llegar a facilitar la interacción con 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.



3.13. Taller artesanías El progreso las Sanjuaneras Luruaco (Atlántico):

Fecha de capacitación: 03 - 09 – 2019

Horario: 9:00am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 15

La comunidad de Luruaco realiza el tejido de enea en canastos, lámparas, floreros, etc.

Toda la actividad se ha centrado en Yenis la artesana contacto con el proyecto por lo que la comunidad no tiene mayor conocimiento en costeo y pasos para la venta, casi todas son madres cabeza de familia con grandes limitaciones económicas.

La materia prima la extraen del lago.

Expresaron interés y deseo de aplicar los temas tratados.

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. Tumarajai Pereira (Risaralda).

Fecha de capacitación: 18 - 09 - 2019

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 21

La comunidad en Pereira pertenece a la etnia Embera Chami y realizan el tejido de chaquiras en aretes, collares y accesorios.

La gran mayoría de los asistentes son analfabetas, lo que les dificulta la comprensión de costeo y lecto escritura.

Se muestran receptivos y comprometidos con la formación, reconociendo que es necesario ordenar la estructura de la 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.



3.15. Coarwas, Siapana (Guajira)

Fecha de capacitación: 13- 09 – 2019

Horario: 1:00pm – 6:00pm

Cantidad de asistentes: 2

La comunidad artesanal de Siapana pertenece a la etnia wayuu y realizan el tejido de mochilas y chinchorros por conocimiento ancestral.

anteriormente estuvieron vinculados al proyecto de etnias por lo que han revisado el costeo de la artesanía por lo que se reforzaron las habilidades comerciales ya que por diferencias culturales el trato hacia los clientes tiende a ser poco cálido.

Las familias vinculadas al proyecto viven en sitios aislados con pocos recursos económicos y con limitaciones en agua y alimentación, por lo que la líder el proyecto Irene ha procurado que las ganancias generadas por las artesanías mejoren su calidad de vida.

El acompañamiento inicial se realizó en la Feria de las Aguas.

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. Aregua (Curiti Santander)

Fecha de capacitación: 4 - 10 – 2019

Horario: 9:00am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 09

La comunidad Artesanal de Curiti Santander realiza el tejido de fique en telar horizontal y la mayoría de las artesanas han vivido del arte durante gran parte de su vida.

Hoy están buscando realizar la transmisión del conocimiento ancestral a nuevas generaciones, ya que son pocos los que manifiestan el deseo por vivir del arte.

Expresan que los mayoristas han dañado el mercado ya que compran la artesanía con mucho menos valor del que la producción genera, lo que ha afectado económicamente el sustento de sus hogares; es evidente que tienen muy buenas habilidades sociales y que les gusta el relacionamiento con los clientes; la tarea del laboratorio en la región ha sido muy valorada ya que les ha permitido innovar en nuevos diseños.

Una vez se inició, manifestaron gran interés por las temáticas programadas; al realizar los ejercicios sobre costeo generaron consciencia de que no habían ajustado los precios a los

costos actuales por lo que habían sacado varios productos al mercado por debajo de su valor.

Familias enteras viven del ingreso que genera la venta de las artesanías.

Su característica cultural es ser extremadamente amables lo que puede llegar a facilitar la interacción con 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.



3.17. Amaitule, Necoclí (Antioquia)

Fecha de capacitación: 09 - 10 – 2019

Horario: 9:00am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 5

La comunidad Indígena de Necocli Antioquia pertenece a la etnia Amaitule y realizan en bordado de Molas en tela; la comunidad depende de la venta de las artesanías y del cultivo de plátano, maíz y arroz.

La gran mayoría de la comunidad es analfabeta, solamente saben firmar, lo que les dificulta la comunicación lecto – escrita al momento de relacionarse con los clientes, unos pocos saben leer y escribir por lo que son los encargados de realizar la parte comercial

Desconocen como costear los productos por lo que lo venían haciendo por intuición.

Expresaron interés y deseo de aplicar los temas tratados.

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. Cubay (Mitu Vaupes)

Fecha de capacitación: 21 y 22- 10 – 2019

Horario: 2:00pm – 7:00pm

Cantidad de asistentes: 8

La comunidad artesanal de Cubay en Mitu Vaupes, trabaja la cerámica étnica en vasijas, ollas, fruteros.

Por diferencias con el resto de la comunidad, solo la familia de Rodrigo el artesano representante es la que está participando en el proyecto.

Mostraron gran interés por sacar los costos de los productos, ya que hasta el momento lo venían haciendo por intuición.

En los pasos para la venta lograron reconocer la gran importancia que tiene monitorear el lenguaje no verbal ante el cliente y asesorarlo en el producto que mejor satisface 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.



3.19. Crear más Nuguí, (Choco)

Fecha de capacitación: 5 - 11 – 2019

Horario: 9:00am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 08

La comunidad Artesanal Afrocolombiana de Nuqui Choco, realiza la talla en madera de barcas, remos, cucharas y diferentes implementos funcionales y decorativos para el hogar.

Todos los miembros de la familia participan en el ejercicio artesanal y se aprende desde pequeños.

Aunque se evidencia que son juiciosos en la producción, son evidentes las grandes dificultades que tienen para sacar las artesanías fuera de la región ya que solo se puede salir y entrar por vía aérea y dependiendo del peso que pueda cargar el avión lo que incrementa los costos para participar en ferias.

La gran mayoría de los artesanos son analfabetas y con grandes dificultades para el cálculo matemático lo que les limita al momento de costear sus productos.

Una vez se inició, manifestaron gran interés por las temáticas programadas; al realizar los ejercicios sobre costeo generaron consciencia de que no estaban claros los precios por lo que habían sacado varios productos al mercado por debajo de su valor.

Familias enteras viven del ingreso que genera la venta de las artesanías.

Su característica cultural es ser extremadamente amables y comprometidos lo que puede llegar a facilitar la interacción con 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, página 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. Artesanías del choco (Choco)

Fecha de capacitación: 5- 09 - 2018

Horario: 9am – 3:00pm

Cantidad de asistentes: 28

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 solamente la profesora Jenny artesana beneficiaria del proyecto es quien se encarga de recoger y gestionar las ventas.

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 ellos.

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:

Fecha de capacitación: 16 - 05 – 2019

Horario: 8:30am – 9:30am

Cantidad de asistentes: 12

El día 16 de mayo de 2019 se realizó la formación “YO NO VENDO A MI ME COMPRAN” Dictada a los artesanos asistentes a EXPOARTESANO en la ciudad de Medellín.

Se contó con la asistencia de 12 artesanos con los que se trabajó:

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

- Como saludar al cliente.
- Como establecer confianza.
- Pasos para la venta consultiva.
- Presentación exprés, como vender mi negocio en 60sg.

Los asistentes participaron activamente de cada una d 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 46 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. FORMACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS PARA COLABORADORES ARTESANÍAS DE COLOMBIA:

Buscando reforzar las herramientas en mercadeo y ventas a los colaboradores de Artesanías de Colombia que tienen contacto directo con las comunidades artesanales en región o en feria, se dictó la formación con una intensidad de 4 horas en los siguientes temas:

- Preparación para la venta (la actitud, lenguaje verbal y no verbal)
- Toma de contacto con el cliente.
- Desarrollo (preguntar y vender desde el beneficio)
- Como cerrar la venta.
- Despedida.
- Análisis del proceso y post venta.

Los participantes expresaron gran interés por el proceso y manifestaron la gran importancia que tiene para el resto de la organización conocer y estandarizar con las comunidades la fórmula para costear las artesanías y el proceso efectivo de venta.



7. 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:

<u>AÑO PROYECTO Y MUNICIPIO</u>	<u>No.</u>	<u>ARTESANO</u>	<u>TELEFONO</u>	<u>TALLER</u>	<u>PERSONA CONTACTADA</u>	<u>FECHA</u>	<u>RETRO ALIMENTACION</u>
2014 USIACURI	1	Frida Padilla	300 6855732	Cooperativa de Desarrollo Integral Turística y de Usiacurí	Frida Padilla	19 - 11 - 2019	<p>Frida reporta que luego de participar en el proyecto han logrado seguir participando en diferentes ferias invitados por Artesanías de Colombia y con medios propios ya que con la formación en Mercadeo y Ventas han hecho seguimiento y acompañamiento a sus clientes.</p> <p>Este año no pueden participar en Expo artesanías ya que su esposo se encuentra enfermo y no hay otra persona de la comunidad que pueda asistir.</p> <p>La mayor cantidad de ventas las tienen por wats app y por medios electrónicos.</p>
2014 CARMEN DEL VIBORAL	2	Olimpia Pabón	312 5817808	APROLOZA Asociación de productores de loza de El Carmen de Vibora	Olimpia Pabón	19 - 11 - 2019	<p>Olimpia expresa que luego de participar en el proyecto encontraron la gran importancia que tiene mantenerse en formación constante, lo que les ha facilitado permanecer en el mercado mediante el uso efectivo de las redes; han aplicado los pasos de la venta consultiva, reconociendo la necesidad de sus clientes y asesorándolos en el proceso de compra. Han continuado participando en diferentes ferias y hoy cuentan con el apoyo y acompañamiento del laboratorio de Antioquia.</p>
2014 QUIMBAYA/QUINDIO	3	Edelmira Collazos	311 3174354	Artesanías Collazos	Zoraida Collazos	19 - 11 - 2019	<p>Zoraida expresa gran agradecimiento hacia el proyecto y el impacto que tuvo en su nivel de vida y el de su familia; cuando participo en el 2014 hasta ahora estaba iniciando en el ejercicio artesanal y hoy su nivel de ventas se ha incrementado de tal forma que no logran asistir a ferias Artesanales porque su capacidad de producción está desbordada.</p> <p>Continúan con el apoyo del laboratorio de Quindío.</p> <p>Se repasaron los pasos para la venta consultiva.</p>
2015 BOGOTA	4	Olga Zapata	31929250 87	Nefonoguera	Olga Zapata	2-12-2019	<p>Comunidad Embera Chami, viven en un albergue del estado hace varios años, pero en este se les esta solicitando vivan en otro lugar, ya que el albergue y la ayuda se terminan; ellos trabajan joyería en chaquiras. Pero después del proyecto no han vuelto a asistir porque no han tenido según reporta "ayuda"; cuando participaron en el proyecto se incremento el nivel de ventas y la capacitación, que fue reforzada durante la llamada les sirvió para incrementar sus ventas.</p>

2015 VELEZ /SANTANDER	5	Esperanza Roa Larotta	31430875 46	La Veleñita	Esperanza Roa Larotta	2-12-2019	<p>Participar en el proyecto fue una excelente oportunidad, crecieron y se organizaron, pero por envidias de los mismos artesanos no siguen juntos.</p> <p>Este año asisten con apoyo de la Cámara de comercio de Santander.</p> <p>La capacitación la han podido aplicar en diferentes espacios, pero ya por la edad no han podido trabajar en varios espacios.</p>
2015 SAN SEBASTIA/N CORDOBA	6	Placida Rosa Castro	30160510 00	Artesanías Feliges	Placida Rosa Castro	2-12-2019	<p>Pertenece a la asociación de artesanos de Córdoba, siguen asistiendo a la feria del festival del burro, no han podido volver al EXPOARTESANIAS porque era el esposo quien asistía y esta muy enfermo por lo que solo están participando en ferias locales. El participar en el proyecto le brindo grandes oportunidades para ofrecer sus productos y la capacitación le dio un orden a su trabajo y contacto con los clientes.</p>
2015 SAN ANDRES ISLAS	7	Aurea Oliveira Santos	30047653 95	Island basket	Aurea Oliveira Santos	2-12-2019	<p>La comunidad ha crecido gracias al aporte de Artesanías de Colombia han continuado participando en las ferias. No han contado con apoyo de la Isla ya que no existe política pública con respecto a las comunidades artesanales.</p> <p>La formación les sirvió para incrementar sus ventas y recursos, pero hoy consideran que es necesario formar la comunidad para que se perciba más como empresa.</p> <p>Los recursos que los artesanos obtienen aportan a la manutención de sus hogares.</p> <p>No creen estar listos para independizarse del apoyo que presta Artesanías de Colombia a la comunidad.</p>
2016 SUTATENZA BOYACA	8	María Ilvania del Carmen muñoz	31033211 71	Corporación arte y cultura de Sutatenza 2005	María Ilvania del Carmen muñoz		<p>María Ilvania reporta que han crecido como comunidad y han podido regresar a las ferias, en este momento se encuentran EXPOARTESANIAS con el apoyo de Corpochivor; la formación en mercadeo y ventas les permitió mejorar la relación con los clientes.</p>
2016 JAGUA/ HUILA	9	Nora Cuellar Fernández	31336672 36	Asociación de productores artesanales de la jagua Artefique	Nora Cuellar Fernández	3 – 12 - 2019	<p>Participar en el proyecto les ha permitido crecer como comunidad aunque siguen aportando las mismas personas; este año van a participar en la feria con el apoyo de Artesanías de Colombia y es una de las artesanas la que viene a representar el proyecto.</p> <p>Aún continúan siendo proveedores de artesanías para varios clientes.</p> <p>Se reforzaron los pasos para la venta y actitud de servicio.</p>

2016 CHIMICHAGUA/ CESAR	10	María Concepción Flores	31157911 91	ASOARCHI	María Concepción Flores	3-12-2019	<p>Han continuado participando en las ferias, pero con una nueva asociación; este año no participan porque la gobernación no les ha vuelto a apoyar.</p> <p>Ahora la artesana tiene un proyecto diferente que se llama Esteras del Chimichagua y la formación en mercadeo y ventas les sirvió para incrementar sus ingresos y clientes.</p> <p>La comunidad con la que participaron en este momento ha tenido dificultades de orden jurídico por lo que no esta participando en todos los eventos.</p>
2017 CHOCO	11	Belarmino Tunay Majoré	314 839 9813	Mujeres Embera Dobita el 21	Belarmino Tunay Majoré	9-12-2019	<p>Participar en el proyecto abrió espacio a nuevas oportunidades, este año se encuentran en la feria con recursos propios.</p> <p>Quisieran poder participar en nuevos proyectos ya que la ayuda brindada por Artesanías de Colombia ha sido vital para esta comunidad.</p> <p>Se repasaron los pasos de la venta consultiva.</p>
2017 SAN FRANCISCO/ PUTUMAYO	12	Carmela Agreda Cerón	321 712 3401	Asociación Binchioka	Carmela Agreda Cerón	9-12-2019	<p>Luego de participar en el proyecto no han podido volver a la feria ya que no pasan por producto, no han recibido retro alimentación del porqué.</p> <p>15 familias dependen de los ingresos de la comunidad.</p> <p>Desean volver a participar, pero no han tenido oportunidad.</p> <p>La capacitación les permitió ser mas cercanos y puntuales con los clientes, continúan vendiendo por cuenta propia</p> <p>Pueden enviar todos los soportes necesarios para poder participar.</p>
2017 BUEAVENTURA/ VALLE DEL CAUCA	13	Sandra Patricia Mejía Chichiliano	315 282 1154	Asociación de pensamientos de mujeres indigenas artesananas	Sandra Patricia Mejía Chichiliano	9-12-2019	<p>Participar en el proyecto les dio orden y nuevos recursos hasta el punto de que abrieron un fondo común con el que hoy están participando en las ferias.</p> <p>La comunidad sigue tejiendo, aunque algunas mujeres por decisiones personales no continuaron participando.</p>
2017 QUBDO/ CHOCO	14	Abelino Palacios Rentería	32183025 06	Asorec	Abelino Palacios Rentería	9-12-2019	<p>Este año han estado muy activos participando en varias ferias; han continuado vinculados con artesanías de Colombia.</p> <p>Sienten que han crecido, implementando nuevas formas de relacionarse con los clientes.</p> <p>Tienen pedidos a nivel nacional.</p>

2017 BUENAVENTUR A/ VALLE DEL CAUCA	15	Zuñigo Chamarra Moña	31176532 71	Khapan: mini cadena productiva artesanal de mujeres noman	Zuñigo Chamarra Moña	9-12-2019	<p>Participar en el proyecto les ha permitido crecer y estar de nuevo en ferias por cuenta propia.</p> <p>Le gustaría poder tener apoyo nuevamente ya que, por los altos costos, a veces se ven cortos en lo diario.</p> <p>Se repasaron los pasos para la venta consultiva.</p>
2018 RIOSUCIO/ CALDAS	16	Libia Herminia Villaneda	32161584 65	Libia Herminia Villaneda	Sinifana	9-12-2019	<p>Participar en el proyecto les abrió puertas a varias ferias, pero este año no pudieron participar en EXPOARYESANIAS porque no fueron aceptados.</p> <p>Han continuado creciendo como comunidad y organizándose para generar espacios diseño y trabajo.</p> <p>La capacitación en mercadeo y ventas les aporta una nueva lectura de la venta y la relación con los clientes.</p>
2018 SOMONDOCO/ BOYACA	17	Nohemí Sánchez	31081674 47	Nohemí Sánchez	La Esperanza	9-12-2019	<p>Este año están participando de nuevo en la feria con el apoyo de Corpochivor; a partir de 20 comunidades incrementaron sus ventas y generaron contacto con clientes que les han venido comprando hasta ahora; se han seguido preparando y formando para acompañar mejor a sus clientes.</p>
2018 SUTATAUZA/ BOYACA	18	Luz María Rodríguez	31055486 34	Luz María Rodríguez	Asoarte segunda generación	9-12-2019	<p>Estar en el proyecto abrió espacio a nuevos negocios como demostración de oficio que ha permitido a los clientes reconocer el valor de la artesanía.</p> <p>Han crecido como comunidad, presentando adicional sus productos en nuevos espacios.</p> <p>Este año están participando en la feria patrocinados por otra entidad.</p> <p>Se encuentran muy agradecidos por las oportunidades y las formaciones.</p>
2018 USIACURI/ ATLANTICO	19	Sandra Patricia Muñoz	30122350 25	Sandra Patricia Muñoz	Sandra Artesanías	9-12-2019	<p>Participar en el proyecto les permitió abrir espacio a nuevos clientes y mercados.</p> <p>Les gusto la experiencia de la feria por lo que este año están asumiendo con recursos propios la estadía en Bogotá.</p> <p>Aprendieron a proyectarse mucho mas desde el mercadeo y las ventas.</p>

<p>2018 SAN AGUSTIN/ HUILA</p>	<p>20</p>	<p>Rosario Becerra</p>	<p>31145957 40</p>	<p>Rosario Becerra</p>	<p>Sin nombre</p>	<p>9-12-2019</p>	<p>Participar en el proyecto les permitió conocer nuevos clientes que han venido manteniendo a la largo del tiempo; actualmente están en la feria como independientes y creen que las formaciones les abrieron a la conciencia hacia la negociación y una venta más profesional.</p> <p>Se repasaron los pasos para la venta consultiva</p>
--	-----------	----------------------------	------------------------	----------------------------	-------------------	------------------	---

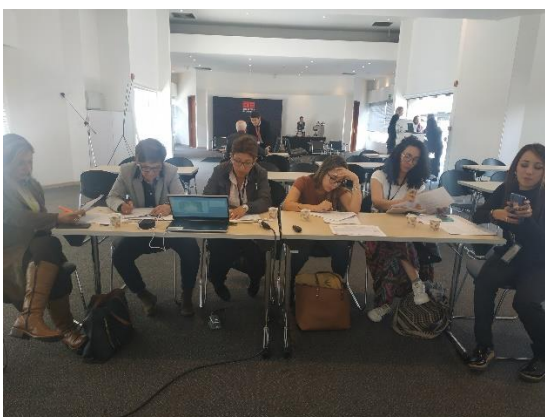
8. FORMACION EN LIDERAZGO GERENTES TIENDAS ADC:

Con el fin reforzar las habilidades en liderazgo de las gerentes de tienda en ASC de tal forma que apoyen el crecimiento de sus equipos llevándolos hacia el alto desempeño se dictó la formación “Liderazgo y equipos de alto desempeño”

Los temas abordados fueron:

- Diferencias entre jefe, líder y líder coach.
- Estilos motivacionales.
- Posturas ante el equipo.
- Inteligencia emocional en el liderazgo.

Es necesario resaltar que al ser una temática extensa y de refuerzo constante, sería importante generar nuevos espacios de seguimiento y construcción.



9. ACOMPAÑAMIENTO EN FERIA 20 COMUNIDADES ARTESANALES:

Con el fin de hacer seguimiento a las 20 comunidades formadas en el año 2019, se realizó acompañamiento en la feria de tal forma que retroalimentara en vivo los conocimientos adquiridos durante la formación.

Se evidencio que algunos de los artesanos asistentes a la feria no fueron los que asistieron a la formación, por lo que se genero acompañamiento constante para reforzar la venta consultiva.





10. CONCLUSIONES:

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

10.1. 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.

10.2. 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.

10.3. 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.

10.4. 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.

10.5. 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.

11. LIMITACIONES Y DIFICULTADES:

11.1. 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 adaptado para las formaciones.

La formadora estaba preparada para las condiciones no solo de los espacios sino de los traslados e incluso de las actitudes iniciales de las personas. Esto facilitó el éxito y los resultados obtenidos.

11.2. El grado de escolaridad de algunos artesanos era bajo, en ocasiones se encontraron a 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.

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

12.RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS

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

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

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

13. BIBLIOGRAFÍA:

- a) 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.

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