

ADMINISTRANDO MI TRABAJO ARTESANAL

Módulo Promoviendo y Vendiendo.



Tenemos que transformar la manera como pensamos acerca de nosotros mismos.



artesanías de colombia
Ministerio de Desarrollo Económico

INTRODUCCIÓN

Esta cartilla hace parte del tercer módulo de materiales pedagógicos, dentro del Programa Formación Integral del Artesano. Tiene como objetivo aumentar el conocimiento del artesano sobre sus clientes y sus preferencias, buscar salidas diversas a sus productos, aprovechando las oportunidades de ferias y mercados, así como los servicios que apoyan el mercadeo de las artesanías en el país.

A través de un estudio de caso, basado en la vida de las mujeres de la Cooperativa de Artesanas de Guapi, que antecede las cinco unidades que conforman esta cartilla, se describen las características de los diversos tipos de compradores o clientes de artesanías, sus gustos por diferentes diseños, formas y usos de los objetos. Asimismo se ilustran los conceptos de oferta y demanda, explicando cómo ellos influyen en las ventas. También se presentan varias formas de organización con el fin de buscar más y mejores mercados para vender sus productos.

Estudio de Caso

Artesanías de Guapi



En el departamento del Cauca, a pocos kilómetros del Océano Pacífico, se encuentra el municipio de Guapi, localizado sobre el río que lleva su mismo nombre.

Allí, muchas mujeres trabajan como artesanas. Tejen sombreros, canastos, individuales y otros artículos que generalmente venden a turistas. Estos llegan frecuentemente a Guapi, de paso, cuando van a visitar el parque natural Isla Gorgona, el cual queda muy cerca.

Anteriormente vendían sus artesanías a intermediarios quienes las llevaban al interior. Esta era la manera más Segura de encontrar salida a sus productos artesanales.

Hace aproximadamente diez años, algunas de estas artesanas, como: Dora María Ortiz, Secundina Mancilla (Cunda), Rosinda Rodríguez, Silveria Rodríguez y otras, decidieron organizarse en pequeñas asociaciones con el propósito de buscar formas diferentes de comercializar sus productos.

A través de estas asociaciones, participaron en interesantes procesos de capacitación que solicitaron a entidades como CVC, Plaidecop y Artesanías de Colombia. De sus experiencias sacaron algunas conclusiones, que nos dan a conocer:

- Logramos reconocer los beneficios del trabajo en grupo, la complejidad de los procesos de mercadeo y las posibilidades de comercialización de nuestras artesanías.



- Antes trabajábamos individualmente, por nuestra cuenta, sin interesarnos cómo y qué hacía cada una. En las casas hacíamos artesanías en poca cantidad. Solamente elaborábamos implementos de trabajo y cosas útiles para la vida cotidiana. Por ejemplo, hacíamos sombreros, canastos y otros elementos que las mujeres necesitaban para la casa o los hombres para ir al Campo.



La unión hace la fuerza

Vendíamos lo que podíamos. Lo que vendíamos, los intermediarios se lo llevaban para las ferias. Nos lo pagaban a bajos precios.

Entonces, decidimos comenzar a trabajar unidas. Primero, nos organizamos en pequeños grupos. Formamos el grupo de "Santa Teresa". Por el mismo tiempo, se organizó el de "Las orientadoras". Luego, colaboramos para que otras artesanas, que no tenían apoyo, se organizaran. Ahí nació el grupo de "La Integración".

Algunas artesanas siguieron trabajando solitas. Sus productos poco se vendían. Sus acabados eran malos y los intermediarios les compraban a bajos precios.

Cuando ellas empezaron a participar con nosotras en los talleres y en las distintas reuniones, mejoraron su producción, sus acabados y sus ventas y aprendieron nuevos diseños.

Después de estar organizadas como artesanas, empezamos a compartir nuestra experiencia con otras mujeres que realizaban actividades diferentes, como las vendedoras de pescado, las vendedoras de verduras, las que frían en la calle, las madres comunitarias, las panaderas, etc.

Resolvimos, entonces, formar un grupo más grande en el cual estuvieran todas las mujeres.





Buscábamos, de esta forma, solucionar problemas que se presentaban a nivel comunitario, a nivel familiar y a nivel productivo.

Pedimos colaboración a la CVC, Plaidecop, Artesanías de Colombia y al SENA. Nos enviaron una asesora que nos motivó y ayudó para que integráramos estos grupos.

Ya que los recursos que teníamos no alcanzaban para comprar material suficiente y realizar una producción mayor, solicitamos ayuda a INDECOL, que nos envió un instructor para organizar nuestra cooperativa. Hace dos años está funcionando. Todos los grupos ahorramos y pudimos obtener préstamos para mejorar nuestro trabajo.

Ya organizadas en grupos, trabajamos en nuestras casas y llevamos la mercancía al almacén. Allí registran lo que cada una aporta. Mensualmente nos pagan los productos vendidos.

En el almacén trabaja Alba Lucía, quien es una soda. Nosotras llevamos las artesanías y les ponemos un precio, por ejemplo \$ 2.000.00. Ella la vende por lo menos en \$ 2.500.00. Con las ganancias que se obtienen se paga el arriendo del puesto y el salario de Alba Lucía.

Ella lleva unos cuadernos en los que anota qué entra y qué sale; qué recibe y qué entrega. También lo que compra.



Al fin de cada mes, hacemos un inventario. Ahí sabemos cuáles productos fueron vendidos. Es importante que cada una lleve su propio registro.

Nosotras confiamos en la vendedora, porque de acuerdo con lo que entregamos, eso recibimos. No hay motivos para desconfiar.



Al llegar el artículo al almacén, hay que seleccionarlo. Allí un grupo se encarga de mirar todos los detalles. Se busca ofrecer artículos de buena calidad para atraer al cliente.

Hay cosas que por baratas que estén, el cliente no las compra.

Hay que trabajarle mucho a la calidad para que el cliente pague con gusto y quede con deseos de volver.

Los buenos terminados tienen salida

Nosotras nos preocupamos por los acabados de las artesanías, porque cuando quedan bien hechas, tiene más salida.

Nos exigimos calidad. Tratamos de mejorar el producto para aumentar el mercado.



Nuevos diseños

Aunque la materia prima es la misma, los diseños varían de acuerdo con la creatividad. Uno los va cambiando. A veces los compradores o los turistas, nos dan ideas. Nos dicen, por ejemplo:

- *Yo quiero un artículo de tal forma, de este estilo...*



Entonces inventamos más estilos. Al compartir con otras compañeras, creamos nuevas cosas. Así vamos mejorando los diseños y vamos elaborando variedad de productos. No solamente los que se requieren para la casa o el campo.

En la variedad está el gusto

Es importante variar diseños y colores ya que la gente se cansa de lo mismo.

Cuando los almacenes dejan de vender diseños nuevos, disminuyen los clientes.

Hay que variar. Siempre hay que tener cosas nuevas.



Estrategias para vender

En las ferias, para conseguir más clientes, damos pequeños obsequios. Regalamos tarjetas o hacemos descuentos. Es una Buena forma de atraerlos.



La buena atención también hace parte de la estrategia para vender. Se debe escoger una persona que sepa atraer al cliente. No todo el mundo sirve para las ventas.

Las ferias

Durante todo el año se realizan ferias en diferentes lugares: Medellín, Cali, Manizales, Popayán, Armenia, entre otros. Siempre procuramos participar en ellas.

Hay ferias buenas y ferias malas. La mejor ha sido **EXPOARTESANIAS**. A ella va una representante de cada grupo. Al regresar, se revisan las facturas y los inventarios. De acuerdo con lo que cada una haya entregado y lo que se haya vendido, se revisan las cuentas.

Se lleva un cuaderno en el que se anota lo que cada una entrega, lo que se vende y lo que se trae. Con esos datos se "cuadran" las cuentas.



Las ferias también se aprovechan para conseguir más clientes y recibir nuevos pedidos, no siempre de contado, ya que, generalmente, son a crédito.

Los pedidos

Cuando nos hacen pedidos a través de la cooperativa, la presidenta comunica a una representante de los distintos grupos.

En cada grupo se hace una reunión para distribuir las actividades y se decide si se aporta o se hace un



préstamo a la cooperativa, para la compra de materia prima.

Luego acordamos la fecha en la cual se haría el control de calidad; se empaca de acuerdo con la clase de mercancía y se despacha, generalmente en avión. Por este medio de transporte sale caro, pero se asegura que la mercancía llegue bien. Es importante cumplirle al comprador.



El mercado

Hemos visto que el mercado está mejorando. El año pasado vinieron funcionarios de Artesanías de Colombia, en compañía de personas de INCONTRO. A través de ellos enviamos las primeras muestras a Europa y Estados Unidos.

Para asesorarnos en la preparación de las muestras, con el fin de que fueran aceptadas y así, asegurar el mercado, vino una diseñadora de Artesanías de Colombia, quien nos ayudó a preparar mejor la materia prima, escoger los diseños, establecer las medidas, mirar los acabados y realizar el control de calidad.



Ahora pensamos trabajar más en las ventas y participar en ferias, para asegurar mercados nacionales e internacionales.

Por esto vamos a dejar una persona exclusivamente en la comercialización. Que siempre haya una representante de la asociación, buscando nuevos mercados, no importa a dónde tenga que viajar o en qué época del año.

Los proyectos: nueva motivación

Ahora queremos conseguir un mercado que nos permita trabajar en grande y dedicarnos únicamente a la artesanía. Un mercado que nos permita ser verdaderas artesanas y artesanas de calidad.

A través de la unión y del trabajo, las mujeres han conseguido su principal objetivo: ampliar el mercado para sus productos, aprovechando los conocimientos adquiridos sobre los procesos de mercadeo y venta, desde la atención al cliente hasta la presentación de un artículo de excelente calidad.

Ahora son conscientes de que con el esfuerzo y las ganas de superación de todas y cada una de ellas, podrán desarrollarse cada día más y mantener en alto la esperanza de un futuro mejor.





LOGROS DE APRENDIZAJE

Esperamos, amigo artesano, que al terminar de desarrollar esta unidad, usted pueda identificar los diferentes tipos de compradores o clientes.

Aprendamos cosas nuevas

¿Cuánto sabemos?

Con mis compañeros comentamos

¿Qué características tienen los clientes de nuestras artesanías?

¿Cómo los podemos clasificar?

Aprendamos algo más **Los clientes**

El mercado está constituido por los *clientes reales*, que son todas las personas que compran el producto o utilizan los servicios, y por los *clientes potenciales*, que son las personas que, aunque actualmente no compran el producto, en un futuro pueden llegar a hacerlo, ya que viven cerca, consumen productos similares, etc.

Si un producto es bueno, responde a las necesidades de la gente y lo damos a conocer, lo lógico es que aumenten los clientes reales.

El comprador de artesanías

No todo el que compra artesanías lo hace porque quiera utilizarla ni tampoco todo el que la compra para utilizarla le da el mismo uso. Existen varios tipos de compradores, a saber:

Comprador intermediario

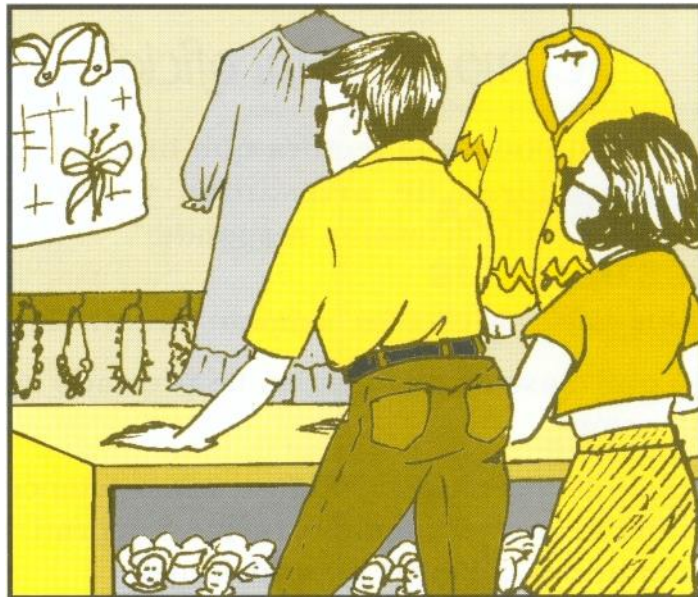
Este tipo de cliente compra para vender a un comprador final quien sí va a utilizar el producto o compra para vender a otro intermediario.

A este comprador le interesa ante todo sacar ganancias en el proceso de compra-venta. Sin embargo, debemos suministrarle información adecuada sobre la calidad, características y proceso de producción de nuestras artesanías, y así aumentar las ventas.

El comprador que utiliza el producto

Dentro de éstos es necesario tener en cuenta grupos más pequeños:

- Quienes compran el producto y le dan el uso "utilitario" en su función primaria para la cual fue elaborado: un canasto para cargar algo, un sombrero o unas cotizas para ponérselas, etc. Este comprador, generalmente, es el comprador del pueblo.
- El comprador que utiliza el artículo para decorar un espacio o ambientar un negocio o un estudio.
- Algunos otros que compran los productos para promocionar a Colombia en el exterior.



El comprador que conoce y le gustan las artesanías



Son clientes convencidos, generalmente leídos, cultos y que se interesan también por la parte histórica del producto y hacen comparaciones con artículos que se producen en otros lugares. En este grupo también podemos clasificar a los compradores con interés cultural, generalmente universitarios, quienes compran el artículo para estudiar su diseño, colorido, proceso de elaboración, etc.

El comprador turista extranjero

Estos se dividen en dos grupos: 1. el de los turistas que ven en los artículos piezas raras, las valoran por ser hechas a mano. Generalmente son turistas extranjeros. 2. el turista que compra artículos pensando simplemente en "llevar un detalle".



Ejercitemos lo aprendido

Comentemos el caso

¿Qué clases de clientes han tenido las tejedoras de Guapi, desde que trabajaban independientemente hasta ahora que trabajan en forma asociada?

De los clientes que han tenido las artesanas de Guapi, ¿cuáles les garantizan mejores ventas?

Pensemos en otros artesanos

Comentemos con nuestros compañeros:

¿Qué otras artesanías conocemos y qué clases de compradores tienen los artesanos que las producen?



Practiquen lo aprendido

¿Cómo hago mi oficio?

Teniendo en cuenta la lectura que hice acerca de los compradores de artesanías y según mi experiencia como artesano, respondo:

- ¿Qué clases de clientes compran mis artesanías?
- ¿A qué clase de clientes les he prestado mayor atención?
- ¿Qué clientes puedo identificar como potenciales, es decir, que actualmente no me compran, pero me pueden comprar más adelante?

Apliquemos lo aprendido

Contemos nuestras experiencias

Con mis compañeros comentamos:

¿Por qué es conveniente identificar las clases de clientes que atendemos?

¿Qué podemos hacer para conocer más a los clientes y para atraerlos al negocio?

¿Cómo mejorar nuestro trabajo?

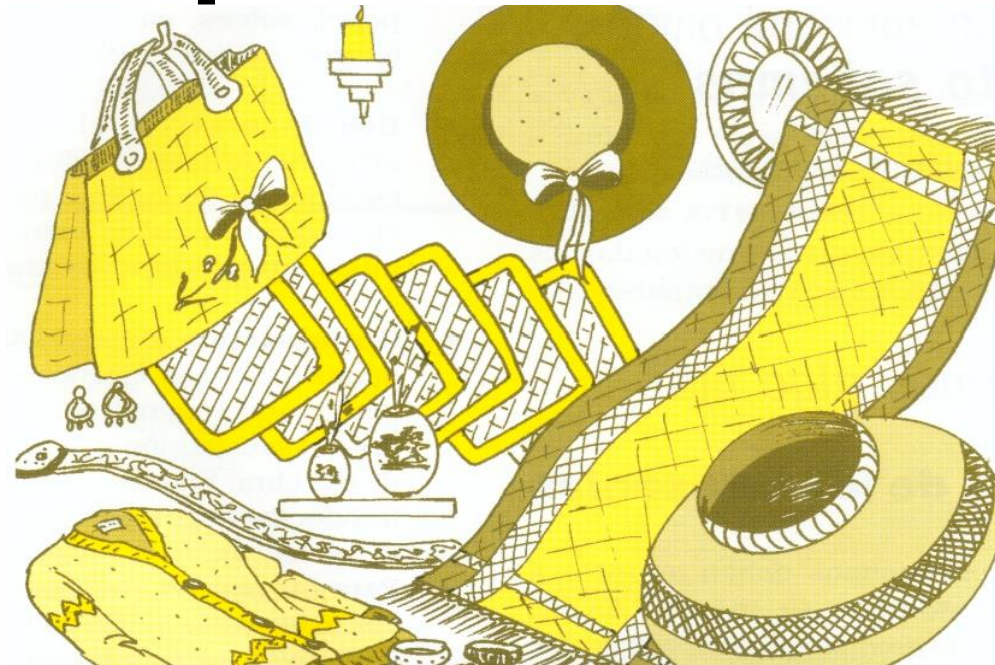
Pienso y comento con mis compañeros cuatro o cinco acciones concretas que vamos a realizar para aumentar los clientes o compradores de nuestras artesanías. Tenemos en cuenta aspectos como los siguientes:

- ¿Cómo variar la producción de artesanías?
- ¿Cómo interpretar el gusto de los clientes?
- ¿Qué es lo que más se ofrece?
- ¿Qué es lo que más solicitan?
- ¿Cómo organizar la comercialización?

**Además de ser de buena calidad,
si nuestras artesanías responden
a las necesidades de la gente
y las damos a conocer,
es lógico que aumenten
nuestros clientes.**

UNIDAD 2

¿Qué utilidades le pueden dar los clientes a mis artesanías?



LOGROS DE 'APRENDIZAJE

Al finalizar de desarrollar esta unidad esperamos que usted amigo artesano, identifique varias de las utilidades que le pueden dar a sus artesanías y cómo puede mejorarlas para que tengan más pedido.

Aprendamos cosas nuevas

¿Cuánto sabemos?

Con mis compañeros comentamos:

- ¿Qué utilidades creemos que le pueden dar los clientes a las artesanías que elaboramos?

Aprendamos algo más

Las utilidades de las artesanías

Las artesanías que producimos deben apuntar a satisfacer una necesidad o un interés de un comprador, lo cual puede manifestarse de diferentes formas, así:

- **Uso cotidiano:** cuando el comprador busca que el producto le solucione o le facilite realizar una actividad, un trabajo o sirva como un artículo de uso frecuente. Entre las muchas utilidades que en este sentido se le pueden dar a la artesanía, destacamos las siguientes:

Como prenda de vestir (*sombrero, chat, bufanda, ruana, etc.*). Como utensilio casero (*vasija, vasos, copas, platos, cazuelas, lajas o tiestos, cubiertos*). Como mueble (*cama, silla, mesas, etc.*). Como artículos de oficina (*papelera, porta-lapiz, pisa-papel, sobres, etc.*). Como prendas decorativas (*aretes, anillos, pulseras, cadenas, etc.*).

- **Uso decorativo:** el comprador adquiere la artesanía fundamentalmente para adornar algún espacio sea de la casa, estudio, oficina, negocio, etc. Aquí se pueden mencionar, entre otros, las tallas, los cuadros, los tapices y cerámicas.
- **Gusto estético:** el comprador adquiere la artesanía dándole un valor estético especial. No lo hace sólo por decorar y menos por su uso utilitario, sino por la gran satisfacción que le representa ser poseedor de esa obra. En este caso prima para él lo artístico (productos originales, artesanía contemporánea).
- **Para dar regalos:** muchos compradores adquieren las artesanías para poder contar con detalles llamativos, raros y baratos con los cuales puede hacer excelentes regalos.
- **Para hacer mis llamativos otros productos:** algunos comerciantes compran las artesanías como empaques de otros artículos, dándoles mayor presentación y haciendo más atractivos sus productos. Ejemplo: venta de dulces.

También en muchos casos una artesanía puede ser comprada con el fin de que preste varias utilidades como, por ejemplo, una canasta que se emplea como revistero, presta utilidad en la decoración y use cotidiano.

Ejercitemos lo aprendido

Comentemos el caso

- ¿Qué usos les daban a las artesanías que elaboraban las tejedoras de Guapi antes de organizarse? Para gusto estético, decorar o para usar en los oficios que realizaban?
- ¿Se presentó algún cambio en cuanto a la variedad de artesanías que elaboran las mujeres de Guapi, después de haber ampliado el mercado?

Pensemos en otros artesanos

Comentemos sobre otras utilidades que generalmente se les de a las artesanías que elaboramos nosotros u otros artesanos.

Practiquemos lo aprendido

¿Cómo hacemos nuestro oficio?

- Con base en lo que estudiamos en esta guía y en nuestra experiencia como artesanos, completamos el siguiente cuadro.

Taller de artesanías: _____

ARTESANIA QUE ELABORO	UTILIDAD QUE PRESTA
Ejemplo:	
ARTESANIAS QUE ELABORO	UTILIDAD QUE PRESTA
Cerámicas en forma de búho	-Decoración, -Porta-lápices.

Apliquemos lo aprendido

Contemos nuestras experiencias

Con mis compañeros comentamos

- ¿Por qué es importante tener en cuenta los usos que pueden dársele a las artesanías que elaboramos?

- Identificamos algunas de las necesidades que tiene la gente de nuestra región.
- ¿Cómo podemos, a través de nuestras artesanías, ayudar a solucionar esas necesidades?

Como mejorar mi trabajo?

- De las artesanías que produzco, ¿cuáles puedo mejorar buscando que presten más utilidad o que gusten más? ¿Qué cambios debo hacer para lograrlo?

Artesanías que produzco	Cambios que debo hacer

UNIDAD 3 LA OFERTA Y LA DEMANDA

¿Cuáles factores influyen en la oferta y la demanda?



LOGROS DE APRENDIZAJE

Esperamos, amigo artesano, que al finalizar el desarrollo de esta unidad, pueda identificar algunos aspectos de la oferta y la demanda que debe tener en cuenta para aumentar sus ventas.

Aprendamos cosas nuevas

¿Cuánto sabemos?

Comento con mis compañeros

- En qué época del año se venden más las artesanías?
- ¿Qué factores influyen para que las artesanías suban o bajen de precio?
- Cuando voy a vender mis artesanías, ¿cómo tengo en cuenta lo que los clientes más solicitan y las artesanías que más ofrecen los artesanos de mi región?

Aprendamos algo más

El vendedor debe ser quien más conoce sus productos y sus clientes. Debe ser conocedor de:

- **La oferta:** es decir, conocer qué se está ofreciendo en el mercado, qué están produciendo otros artesanos, a qué precios están vendiendo y de qué calidad son sus artesanías.
- **La demanda:** es decir, en qué están interesados los clientes y qué están en posibilidad de adquirir.
- **El mercado:** saber identificar las necesidades de los clientes para ofrecerles el producto que ellos necesitan

a un precio justo y con un margen de ganancia. Aquí es necesario tener muy en cuenta las condiciones y modo de pensar del comprador.

El vendedor debe conocer el mercadeo o conjunto de actividades que se realizan para ofrecer e intercambiar un producto. Debe saber negociar, que es mucho más que vender.

Otros vendedores, esto es qué están produciendo sus vecinos, en qué cantidad, a qué precios; qué es lo que más compran los clientes, en qué cantidad, cuáles son las buenas ocasiones para vender.

Ejercitemos lo aprendido

Comentemos el caso

Teniendo en cuenta la lectura anterior y el estudio de caso, respondamos las siguientes preguntas:

- ¿Qué aspectos concretos han tenido en cuenta las artesanías de Guapi para aumentar la demanda de sus artículos?
- ¿Qué han hecho las artesanías de Guapi para que la gente no se canse de sus artesanías y las siga comprando?

Lo invitamos a seguir aplicando lo aprendido:
 ¿Qué otros artesanos ofrecen la misma clase de artesanía que yo produzco?
 ¿Qué características principales tiene esa artesanía?

Artesanías	Artesano que las produce	Precio	Características de esta artesanía Calidad	Otra

Ejemplo:

Artesanías	Artesano que las produce		de esta artesanía	
	Precio		Calidad	Otra
Canastos decorativos	Luis Pérez	Baratos	Buena	Produce poca cantidad

Apliquemos

lo aprendido

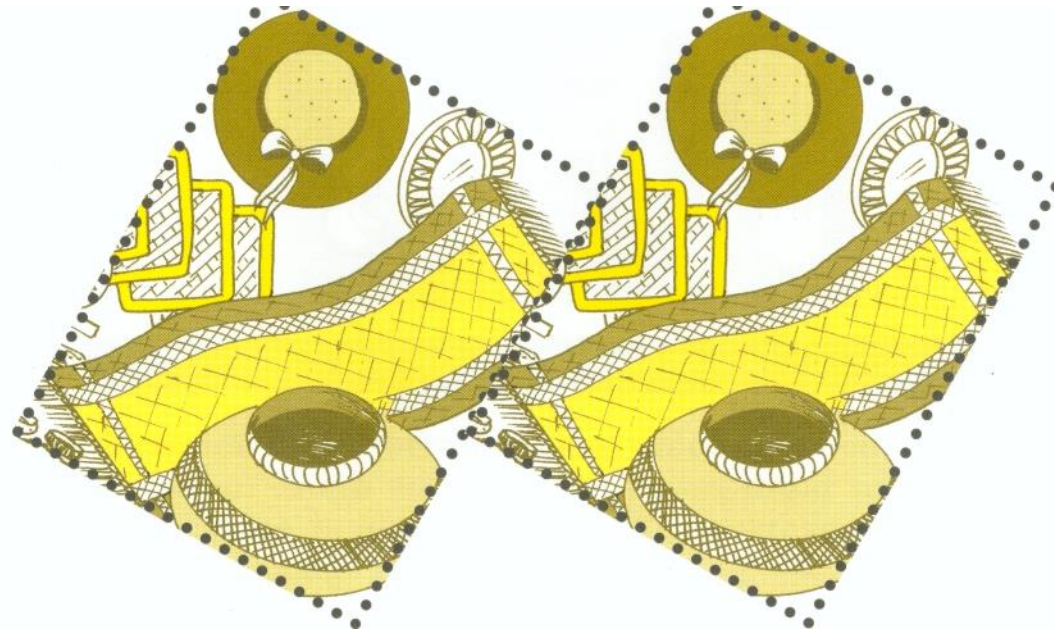
Contemos nuestras *experiencias*

Con mis compañeros comentamos

- ¿Por qué es necesario que el artesano conozca su producto, las características de sus clientes, los precios, las épocas de buenas y de malas ventas?

Como mejorar mí trabajo

- ¿Cómo puedo aumentar el conocimiento que tengo de las artesanías que yo elaboro? ¿Tengo en cuenta usos, características de materiales, dónde más las hacen, etc.?
- ¿Cómo puedo obtener más conocimientos de mis clientes en cuanto a gustos y necesidades, entre otros aspectos?
- ¿Dónde puedo obtener mayor información sobre las épocas en que más se requieren mis artesanías?



UNIDAD 4 ORGANIZACIÓN PARA VENDER

Como nos podemos organizar para mejorar las ventas?



LOGROS DE APRENDIZAJE

Después de desarrollar esta unidad, usted amigo artesano, estará en capacidad de organizar mejor su taller y de organizarse con otros artesanos para garantizar unas mejores ventas.

Aprendamos

cosas nuevas

¿¿Cuánto sabemos?

Comentamos con nuestros compañeros:

- ,Cómo tengo organizado mi taller para mejorar las ventas?
- Si estoy asociado a alguna organización de artesanos, ¿cuál ha sido mi experiencia?
- ¿¿Qué acciones, realizadas conjuntamente entre artesanos, nos ha permitido aumentar las ventas?

Aprendamos algo más

La venta es el proceso por el cual intercambiamos un bien (artículo o producto). Hay venta cuando se cambia la propiedad de un producto, en común acuerdo y a cambio de algo considerado de similar valor.

La venta depende del mercadeo y es sólo una parte de este proceso

Existen unas buenas condiciones para vender cuando organizamos el taller y el producto:

- Llamar la atención de los posibles compradores.
- Elaborar un buen producto, atractivo para el cliente y de buena calidad.
- Prestar un esmerado y excelente servicio.
- Lograr que el producto esté disponible y en lugares adecuados.
- Establecer un precio justo para el producto.

Para aumentar las ventas, debemos organizarnos con otros artesanos a fin de:

- Negociar las condiciones de venta.
- Aumentar la clientela.
- Capacitarnos en temas como: ventas, organización comunitaria y administración, para perfeccionar el oficio y su organización.
- Mantenernos en la búsqueda de información para que ello nos permita cualificar nuestro trabajo y explorar cómo era el oficio en otras épocas y lugares.
- Entender que el oficio es uno sólo, pero que es de todos los que lo practicamos en el lugar.

Ejercitemos lo aprendido

Comentemos el estudio de caso

Teniendo en cuenta el estudio de caso y la lectura que acabamos de hacer, contestamos lo siguiente:

- Antes de organizarse en grupos, ¿cómo vendían las artesanas de Guapi?
- ¿Quién realiza ahora el trabajo que antes hacían los intermediarios?
- ¿Qué otros aspectos tuvieron en cuenta las artesanas de Guapi para mejorar las ventas?

Pensemos en otros artesanos

- ¿Qué acciones concretas han realizado otros artesanos que han tenido éxito en las ventas?

Practique lo aprendido

¿Cómo hacemos nuestro oficio?

- ¿Qué acciones he aplicado como artesano para mejorar las ventas y qué resultado me han dado?

Acciones	Resultados

- ¿Cuáles de las acciones que aparecen en esta unidad no he puesto en práctica?

UNIDAD 5. FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN



LOGROS DE APRENDIZAJE

Esperamos, amigo artesano, que al terminar de desarrollar esta unidad, usted identifique algunas formas de comercializar sus productos y pueda escoger la que más le convenga.

Apliquemos lo aprendido

Contemos nuestras experiencias

Con mis compañeros comentamos:

- ¿Por qué es necesario tener una mejor organización de las artesanías y del taller para vender?
- ¿Cuáles técnicas de organización para vender creo que dan mejores resultados?
- ¿De qué manera la organización con otros artesanos contribuye a mejorar las ventas?

Cómo mejorar mi trabajo

- ¿Cómo voy a organizar mi taller para mejorar las ventas de mis artesanías?
- ¿Cómo me voy a organizar con otros artesanos para mejorar las ventas?

Aprendamos cosas nuevas

¿Cuánto sabemos?

Comento con mis compañeros:

- Generalmente, ¿de qué manera comercializo mis artesanías?
- ¿De qué otras maneras pudiera comercializarlas?
- ¿Cuáles son las ventajas y limitaciones del trabajo individual?

Aprendamos algo más

La comercialización

Uno de los temas que más interesa a los artesanos es la comercialización, tal vez porque esta actividad es la que más dificultades les representa.

Existen diferentes formas de comercializar las artesanías. Estas van desde las ventas en la casa, la venta a través de intermediarios, la participación en ferias, la organización de tiendas o almacenes comunales, la organización de cooperativas. Se busca

hacer de la comercialización una actividad profesional que garantice las suficientes entradas para que una persona o un grupo de personas pueda dedicarse exclusivamente a ella, obteniendo un buen nivel de vida para ellos y todos los afiliados.

Según las personas que se dedican a la comercialización, esta actividad se puede clasificar en comercialización individual, familiar y organizada en grupos solidarios.

Aunque existen casos aislados exitosos de comercialización en forma individual, generalmente se asocia el éxito con el nivel de organización y con la cantidad de personas que se comprometen a trabajar asociadamente.

El artesano por lo general empieza y termina la elaboración de su producto, razón por la cual puede llegar a no ver la importancia de asociarse y trabajar en grupo con otras personas.

El trabajo individual trae varias desventajas, entre ellas:

La comercialización puede ser organizada en forma individual, familiar y en grupos solidarios.

- En un momento dado nos puede convertir en personas individualistas, o sea en individuos que a toda hora están buscando sólo el beneficio para sí mismos, sin importarles el bien común.
- Nos puede llevar a que nos encerremos en nuestro propio mundo, dejándonos en inferioridad de condiciones con respecto a otros competidores que están organizados y obtienen mayores ganancias.
- Nos puede volver conformistas.
- Evita que veamos la importancia de trabajar en grupo, de organizarnos con otros artesanos aunque sólo sea para comprar los materiales y para vender las artesanías.
- Se paga más por las materias primas, el transporte y la distribución de los productos.

De acuerdo con lo anterior, una acción muy necesaria para poder afrontar positivamente la comercialización, es conformar grupos solidarios. En general, los grupos solidarios son un conjunto de personas que, intencional y decididamente, se unen para apoyarse y colaborar, para trabajar por metas que interesan y benefician a todo el grupo.

Ejercitemos lo aprendido

Comentemos el caso

- Según el estudio de caso que presentamos al comienzo de esta cartilla, ¿qué formas de comercialización emplearon las artesanas de Guapi?
- ¿Cuál de esas formas de comercialización les dio más resultados?
- ¿Por qué sería que esa determinada forma de comercialización les dio mejores resultados a las artesanas de Guapi?

Pensemos en otros artesanos

Comentemos con nuestros compañeros

- ¿Qué formas de comercialización que hayan tenido éxito, utilizan aquellos artesanos conocidos por usted?

