# TALLER EMPRESARIAL:

# ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL SECTOR DE LA ARTESANÍA

## MEMORIA EXPLICATIVA DE ACCIONES FORMATIVAS

## SERVICIO DE POLÍTICAS DE IGUALDAD DE GÉNERO

## DIPUTACIÓN DE MÁLAGA

Grupo Pandora, Consultora | C/ Antonio Ferrandis, nº 16, Nerja (Málaga) | Tlf: 952520215 | Fax: 952527223
E-mail: info@grupopandora.es | http://grupopandora.es

- DENOMINACIÓN DEL CURSO

TALLER EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL SECTOR ARTESANÍA

- EMPRESA

GRUPO PANDORA CONSULTORA: PANDORA GESTIÓN DE SERVICIOS SOCIOCULTURALES SCA

- DOCENTES

ÁLVARO CASTRO
ESTHER CHÁVEZ

- OBJETIVOS (General y Específicos)

& Mejorar la estrategia comercial de las participantes.
& La comercialización y venta de productos en el sector de la artesanía por medios electrónicos.
& Capacitar en la compra y venta tanto con medios tradicionales como medios electrónicos.
& Facilitar aplicaciones, tutoriales y referencias web para el manejo del comercio electrónico.
& Indicar las líneas de financiación existentes para la puesta en marcha y mejora del comercio electrónico.

## METOLOGÍA

Eminentemente participativa, se llevó a cabo la siguiente metodología de aprendizaje:

1.- Exposición de la temática.- Consistió en el traslado magistral de los conocimientos de trabajo durante el seminario.

2.- Proyección de power point explicativo.- Se trasladaron los conocimientos del temario con una metodología dinámica.

3.- Ejercicio de consultas ajustadas a su desempeño empresarial y propuesta de mejoras

4.- Ejercicio On Line Grupal a tiempo real en relación a la temática de comercio electrónico y propuesta de ejemplos reales.

## CONTENIDOS

1. Acercamiento a la materia: Sensibilización:
2. Análisis de la situación actual del mercado para conciliarla con las oportunidades de negocio. Visión empresarial.
3. Demandas del mercado: sector artesanía
    1. Captación de clientela
    2. Fidelización de clientela
    3. Incremento del valor de la clientela
4. Elementos básicos de una tienda electrónica del E-Commerce
5. Buenas prácticas en el E-Commerce
6. Posicionamiento y comercialización del mercado electrónico

- MATERIALES (Aula Polivalente/ Aulas-Taller)

Aula polivalente

Material fungible

Material didáctico (manual en soporte papel y digital)

- CALENDARIZACIÓN

| FECHA | LUGAR | DURACIÓN | Nº MUJERES PARTICIPANTES |
|---|---|---|---|
| 25 enero | Vélez Málaga | 16:30 a 20:30 h. | 40* |
| 26 enero | Pizarra | 16:30 a 20:30 h. | 20 |
| 27 enero | Campillos | 16:30 a 20:30 h. | 20 |

*Nº de mujeres participantes previstas: 20

- EVALUACIÓN

Al inicio de la acción formativa se les entregó a cada una de las asistentes un manual personalizado con los contenidos que se iban a trabajar en las sesiones.

La metodología llevada a cabo ha sido eminentemente participativa, tanto por la labor llevada a cabo por el y la docente como por la actitud de las personas participantes que expresaron un manifiesto interés por la temática a tratar por su potencialidad como herramienta generadora de oportunidades de negocio.

Consideramos que los resultados esperados se han cumplido en parte, tanto por la sensibilización en la temática como por la capacitación y entrega de herramientas para la puesta en marcha de una posible vía de comercialización como es la on line *o comercio electrónico.* Sin embargo, no se ha incidido lo suficiente en las vías de comercialización y estrategias de venta para el sector de la artesanía.

Un factor que nos ha dificultado en la consecución de los objetivos planteados ha sido la duración de las sesiones expositivas, ya que el tiempo destinado a dichas sesiones no fue suficiente para abarcar todas las posibles estrategias comerciales existentes en el mercado de la artesanía por lo que se pretendió dar un abanico general de las opciones que las participantes podían encontrar. En este sentido intentamos dar una visión global de lo que una empresaria debe de contemplar en su plan de ventas (herramientas del marketing mix), el cómo hemos llegado a la situación actual de mercado y qué alternativas deben de contemplar para seguir siendo competitivas, siendo una de ellas la introducción en el mercado on line.

Por otro lado, el conocimiento empresarial de las asistentas era muy escaso, la mayoría no estaban aún incorporadas al mercado laboral, procedían de talleres de manualidades y estaban planteándose iniciarse en el mercado de la artesanía por ellas mismas.

Con todo ello conseguimos dar una visión global percibiendo una alta satisfacción por partes de todas las participantes.

## Si se han cumplido los objetivos, en qué nivel

Se han cumplido todos los objetivos al 100% excepto uno en relación al contenido expositivo del comercio tradicional y el manejo de lenguaje de género que tiene un carácter transversal

## Valoración de la participación

La asistencia de las mujeres emprendedoras y empresarias participantes ha sido muy numerosa. En todas las sesiones se ha cubierto el objetivo de asistencia al 100% y destaca la participación de la sesión realizada en Vélez Málaga superando con creces la asistencia prevista, que llegó a duplicarse en relación al resto de los municipios. La asistencia como indicador ha ofrecido un resultado alto aunque también habría que hacer especial mención también al interés de las asistentes en la materia propuesta y su nivel de participación lo que concedió un carácter dinámico a las sesiones.

## La opinión de la clienta

La valoración ha sido buena, si bien manifiesta que no se han cubierto al 100% sus expectativas en el uso de la perspectiva de género por parte de la persona docente. La capacitación previa realizada con la persona docente por parte de Pandora y su sensibilización a la igualdad de género y la lectura del manual de lenguaje administrativo de género no ha resultado suficiente para que el resultado final se haya correspondido con un manejo de la perspectiva y lenguaje de género que debe velarse en todos los proyectos y en este en particular. Nos manifiestan que les consta la dificultad que existe de encontrar personal

profesional cualificado en el mercado que lleven innata ésta perspectiva de su realidad, especialmente en el mundo empresarial, si bien éste resultaba un elemento importante para ellas que nos quieren hacer saber.

En cuanto a los contenidos consideran que han sido suficientes e incluso extensos, aunque es mejorable que el momento del seguimiento metodológico hubiera coincidido con el visionado del material didáctico. En cuanto a su edición ha sido valorado como excelente y recogen específicamente que ha superado sus expectativas.

Nos interperlan que para el correcto desempeño de la sesión el docente tendría que haber ahondado en la exposición de las estrategias de comercialización tradicional y pasar más de soslayo o dejar para futuras ediciones la comercialización electrónica ya que a efectos metodológicos parece mejor solución.

## En que hemos mejorado, impactado

En dinamismo, en aportar un profesional en la temática de alto nivel y en la generación de espacios de consulta y reflexión en la sesión presencial.

## En qué podemos mejorar y qué vamos a hacer para mejorar

Como *mejora* y atendiendo al informe de oportunidad que nos presenta la empresa hemos propuesto que se realizará entrega del contenido, en formato digital, de las sesiones ampliado y mejorado en las dos líneas propuestas, en concepto de estrategias generales del

proceso de venta y marketing así como que se procederá a la revisión e integración tanto del lenguaje de género como de la visión integral del mismo.