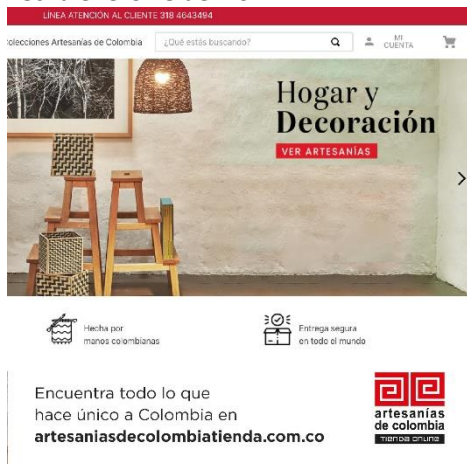


Mejoramiento y generación de Oportunidades Comerciales para el Sector Artesanal Colombiano

Código: 2018-011-000123

Fecha enero 28 de 2.021



ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.

De acuerdo con la demanda que hoy presenta el mercado, es importante examinar hacia qué sectores, con relación a la población dedicada a los distintos oficios, se deben orientar los oficios y la oferta.

Así mismo, la comercialización plantea unos retos específicos. Se requiere que haya agentes en el proceso de distribución de economía local, que no encuentra caminos expeditos para articularse a una economía de mercado, artesanía que existe y sobrevive en condiciones propias y que está amenazada por la industria y por las artesanías de otras latitudes.

En cuanto al acceso a las tecnologías para apertura de nuevos mercados, el artesano no cuenta con la posibilidad de acceso a ellos, no tiene capacitación ni conocimiento en su uso, lo que lo discrimina en este mercado globalizado y competitivo.

Los aspectos económicos de ingresos y gastos son muy importantes, hacen notar la marginalidad en que transcurre la artesanía.

Los tratados internacionales de comercio, como el T.L.C. con Estados Unidos, abre una nueva puerta de competencia con el mundo para el sector artesanal, los artesanos Colombianos deben prepararse para competir con los productos nuevos que puedan ingresar al país y la necesidad de penetrar mercados internacionales.

Hay debilidad en la conexión de los artesanos con la demanda. Esto por la escasa oportunidad que tienen los artesanos productores para participación en eventos comerciales, por el desconocimiento de los mercados existentes para el sector, por la dispersión y escasez de información relacionada con mercados y espacios de comercio y por la falta de herramientas y capacitación en el uso y manejo de tecnologías de mercado.

Se han identificado falencias en la participación de los artesanos en Ferias y eventos comerciales tales como: material promocional no adecuado para la demanda, la exhibición de los productos en las participaciones en ferias y eventos no es competitiva, no se cuenta con una identidad de producto consecuente entre calidad, imagen gráfica, precio, promoción y valor agregado del producto.

Para el fortalecimiento de la comercialización del sector artesanal y para lograr aumentar su participación en el mercado, se debe identificar los actores que demandan la artesanía tanto a nivel nacional como internacional, identificar las tendencias que el mercado requiere de productos relacionados con la Artesanía y ofrecer exhibiciones de Artesanía para conectar compradores y comerciantes de artesanía a nivel nacional e internacional.

El proyecto apoyará la solución de estos problemas teniendo en cuenta tres componentes, así: identificar la demanda y las tendencias del mercado relacionadas con la artesanía, organizar exhibiciones de artesanía transitorias y permanentes, ofrecer herramientas y capacitación de tecnologías de mercado realizando la conexión entre compradores y comerciantes de artesanía a nivel nacional e internacional.

OBJETIVO GENERAL

Incrementar la venta de productos artesanales.

DESCRIPCIÓN GENERAL

El proyecto “Mejoramiento y generación de Oportunidades Comerciales para el Sector Artesanal Colombiano”, está orientado a mejorar la calidad de vida de los artesanos por medio del incremento de sus ventas, lo cual desencadena una serie de actividades que se enfocan en dos aspectos principales: incrementar y mejorar la participación de los artesanos en eventos y espacios artesanales y facilitar el acceso a la información y a las tecnologías de mercado del sector artesanal. Dichas actividades se realizan mediante la capacitación de unidades artesanales en tecnología, vitrinismo y comercialización

ESQUEMA DE FINANCIACIÓN

AÑO	RECURSOS SOLICITADOS	RECURSOS ASIGNADOS	RECURSOS EJECUTADOS	%
2019	2.911.600.000	2.870.642.81	2.523.557.479	87,9%
2020	12.471.600.000	4.178.696.631	2.721.338.493,5	65,1%
2021	12.271.600.000	4.600.000.000		
2022	12.071.600.000			
APROPIACIÓN VIGENTE 2020			\$4.178.696.631	
COMPROMISOS 2020			\$3.342,226.774,5	

LOGROS Y METAS 2019

Este proyecto ha determinado los siguientes indicadores de producto y gestión en cuanto al cumplimiento de logros y metas:

* Indicadores actualizados a 31 de diciembre de 2019

Indicadores de producto

Indicador	Meta 2019	Avance 2019
Servicio de asistencia técnica para la actividad artesanal	980	980
Servicio de divulgación de la actividad artesanal	2	2
Servicio de asistencia técnica a unidades artesanales para acceder a mercados electrónicos	7	7

Indicadores de gestión

Indicador	Meta 2019	Avance 2019
Costo Por Artesano atendido por actividades organizadas o lideradas por Artesanías de Colombia	\$3.235.111	\$2.911.271
Talleres de capacitación realizados	40	40

AVANCE ACTIVIDADES

En 2019 se participa en siete ferias nacionales: Carnaval artesanal de Pasto, feria Artesanal de Manizales, Manos de oro en Popayán, Expoartesano La Memoria en Medellín, Mercado Artesanal del Claustro de Las Aguas en Bogotá, feria Nacional de Pitalito, Expoartesanías en Bogotá, y una internacional en la feria Folk Art Market Ifam 2019, realizada en Santa Fe Nuevo México, con la participación de artesanos beneficiarias del proyecto que pertenecen a talleres y asociaciones de 21 diferentes Departamentos colombianos, 15 grupos pertenecen a comunidades indígenas, dos grupos son

afrocolombianas y ocho grupos son comunidades tradicionales de artesanía, se contó con productos de diferentes categorías como mesa decoración, cocina y moda.

Exhibiciones de artesanía en eventos y ciudades de interés para el sector. Se realizarán exhibiciones con los productos de los beneficiarios del proyecto en eventos puntuales y ciudades de interés.

Año Oferta

Se realizaron 160 exhibiciones con los productos de los artesanos con el fin de promocionar la artesanía se participó en 31 ferias regionales de todo el país con 67 exhibiciones de producto de diferentes artesanos, se participó en los siguientes 37 eventos: International Fashion Showcase 2019 en Londres, en el que se presentó una línea de moda trabajada de la mano con el resguardo Karmata Rua de la comunidad Embera; Anato en Bogotá, exhibición de productos representativos de la artesanía colombiana; activación carnaval de Barranquilla con la ambientación del escenario con piezas emblemáticas de esta festividad colombiana; Festival internacional de cine de Cartagena de indias – FICCI en el que se promocionó el trabajo de los artesanos colombianos a través de espacios como la Rueda de Negocios FICCI – Procolombia; Bogotá Desing festival donde se realizó una exhibición exclusiva que mostró piezas seleccionados de moda y tradición; Bogotá Fashion Week donde se exhibió la colección institucional del Programa de Moda y Joyería; Macro rueda Bicentenario Procolombia en el que se comercializaron hamacas, máscaras del Carnaval de Barranquilla, canastos cuatro tetas, entre otras piezas representativas de la artesanía colombiana; Latin American Fashion Summit en el que Artesanías de Colombia fue invitado a participar con la ambientación del evento; visita de Donna Karan en el que de la mano de ProColombia y la Universidad de Los Andes participaron personalidades de la industria de la moda y la Primera Dama de la Nación; feria del Diseño, la mayor plataforma de exhibición y negocios del diseño en Colombia; Asamblea General de la OEA en la que se buscó mostrar piezas del sector artesanal colombiano a los participantes de la asamblea; Colombia moda en donde busca sumar conocimientos entre todos sus visitantes para continuar impactando y dinamizando la industria de la moda con propuestas artesanales; Seminario internacional de cultura en el que se expuso la artesanía como elemento relevante de la cultura y en los objetivos de desarrollo sostenible; Folk Art Market en donde el sector artesanal representa la segunda industria más grande del mundo; Destination Colombia - Visita Olivia López, una de las influencers más destacadas en la actualidad ; exhibición en la Feria de las flores llevada a cabo en el centro comercial de Oviedo en Medellín; Conmemoración

Día Internacional de Los Pueblos Indígenas, en el que se busca promover la preservación de la tradición y la cultura de las comunidades indígenas; Raíces "Encuentro De Relatos y Artesanías" en el que se mostraron piezas representativas de la artesanía colombiana; el Festival Musical de Ibagué en el que hubo talleres de creación musical, clínicas de luthería y conversatorios sobre la industria musical colombiana; visita de la señora Ivanka Trump, hija del presidente de los Estados Unidos, en la que se hizo la ambientación del lugar con una muestra representativa de artesanía Colombiana; visita Rosa Tous, artífice de la marca joyera que fomenta la artesanía como vía de capacitación profesional para jóvenes emprendedores; Maison & Objet, donde se presenta una oferta de productos de 360°. Decoración, diseño, muebles, accesorios, textiles, fragancias, vajillas, en la que se presentaron productos de los artesanos del país; Inauguración Exposición Múcura, en la que se propuso el rescate de muchas de las piezas que se han producido en la Chamba - Tolima; ARTBO, un espacio que se ha consolidado como un centro fundamental en el intercambio cultural y la investigación para la promoción de la escena tradicional del país; Bazar De La Memoria Afrodescendiente, en el que se contó con la participación de expertos, activistas, investigadores y representantes de la cultura afrodescendiente; Congreso PACDA 2019; la Visita Guiada Con Miguel Ángel Rojas - Exposición Múcura, en la que se exhiben piezas de La Chamba; Salón Artesanal Del Caribe - IXELMODA, en el que se conjugan magistralmente la experiencias y capacidad creativa de los artesanos y el conocimiento de los diseñadores logrando piezas dotadas de gran valor en su sentido estético y en su significado práctico; XX Conferencia Iberoamericana De Ministras y Ministros De Cultura, en la que se busca reforzar el aporte de la cultura al desarrollo y la inclusión; Mercado artesanal de Panaca, en el que participaron 25 grupos artesanales de 14 departamentos del país; Cena de la Presidencia de la República – OCDE, participando con la ambientación del evento; Cumullus - The Desing After, llevado a cabo en la Universidad de Los Andes, en donde se abre un espacio en América Latina para desarrollar el papel del diseño en estos territorios diversos y cambiantes; Lanzamiento Tous - Artesanías de Colombia, TOUS lanzó una colección de joyería en colaboración con Artesanías de Colombia para poner en valor la artesanía local, un claro ejemplo de la apuesta de la marca por mostrar su compromiso con el arte colombiano y el oficio joyero en general, así como por ayudar a preservar la artesanía; Latin American Fashion Summit, realizado en las instalaciones del Teatro Adolfo Mejía y de Casa 1537, en Cartagena de Indias; Lanzamiento Expoartesanías 2019 en el que se presentó de manera oficial la edición número 29 de la feria en la que participaron artesanos provenientes de 30 departamentos del país; Inauguración Expoartesanías 2019, en el que se

dio apertura oficial a la feria a realizarse entre el 4 y el 17 de diciembre; Inauguración Diseño Colombia, un programa de la Entidad que involucra marcas de diseño y artesanos del país; Premiación medalla a la maestría artesanal, con el objeto de hacer un reconocimiento a aquellos artesanos, empresas y comunidades artesanales que, contando con una trayectoria en el quehacer, se destacan a nivel nacional por la excelencia en el oficio, el respeto por el medio ambiente y perpetuar el quehacer artesanal; Inauguración de la nueva tienda Promocional de Artesanías de Colombia en plaza la Serrezuela en Cartagena. Las Exhibiciones de producto descritas se realizan con el objetivo de resaltar el trabajo de los artesanos y realizar promoción y divulgación del sector artesanal.

Se realizaron 18 exhibiciones de producto a través de talleres de oficio, como: taller de tejeduría en paja tetera con Claudia Saa, taller de luthería con Wadis ortega, taller de luthería con Deivis Ortega, taller de luthería con Yoel Londoño, taller de luthería con Iber Gómez, taller de luthería con Héctor Tello, taller de luthería con óscar Montaña, taller de joyería con Andrés caro, taller de tejeduría en telar con Elvis flores, taller de talla en madera y pintura de máscaras del carnaval con Luis Alberto Pertuz, taller de tejeduría en lana de ovejo con dwrya izquierdo, taller de joyería con Ana cristina Berrio, taller de tejeduría en caña flecha con maría Felicia Carvajal, taller de talla en tagua con Fabio Bonilla, taller de tejeduría wayúu con Yudelis Sapuana, taller de talla en madera con pedro González, taller de tejeduría en lana de ovejo con Uhayra Ati Álvarez y taller de tejeduría en telar con maría del Carmen Chingal.

Se intervienen las vitrinas comerciales de 37 comunidades beneficiarias del proyecto en los municipios de San Jacinto – Bolívar, Palermo – Huila 4 vitrinas, Cali y Cartago – Valle del Cauca, Luruaco, Galapa y Barranquilla – Atlántico, Curití – Santander, Tenza – Boyacá, Uribía La Guajira, Necoclí, Apartadó – Antioquia, Anserma – Caldas, San Francisco y Sibundoy – Putumayo, Pasto – Nariño, Mitú – Vaupés, Milán y Solano – Caquetá, Filandia – Quindío, Leticia – Amazonas, Sandoná – Nariño, Nobsa – Boyacá, Tuchín – Córdoba. Beneficiando 284 artesanos con la mejora de su espacio de venta directa.

Se realiza la intervención a las comunidades beneficiarias del proyecto para el año 2019 en las comunidades de Medellín – Antioquia, Tenza – Boyacá, Cali – Valle del Cauca, Sandoná y Cúmbal – Nariño, Santiago – Putumayo, Palermo – Huila, Leticia – Amazonas, Anserma – Caldas, Anserma - Caldas, Solano y Milán – Caquetá, El Contento – Córdoba, San Jacinto - Bolívar, Luruaco - Atlántico, Bogotá, Pereira – Risaralda, Necoclí – Antioquia, Curití – Santander, Mitú – Vaupés, Nuquí y Litoral de San Juan – Chocó,

beneficiando 280 artesanos con la capacitación en mercadeo y ventas.

Se realizan reuniones de seguimiento a las 98 empresas nacionales y 17 internacionales que participaron de la rueda de negocios en el marco de feria Expoartesano. Y se lleva a cabo la rueda de negocios en el marco de la feria Expoartesánias 2019, con la participación de 138 empresas nacionales y 33 empresas internacionales, se alcanzan negocios a través de la realización de ruedas de negocios por valor de \$2.357.091.160 pesos.

Se realizó la planeación y diseño del montaje de los stands y de la exhibición de productos en ferias y eventos en los que participaron las comunidades beneficiarias del proyecto durante el año 2019.

Se realizó la capacitación en exhibición y participación en ferias a 292 artesanos de San Jacinto – Bolívar, Palermo – Huila, Cali – Valle del Cauca, Pereira – Risaralda, Luruaco – Atlántico, Tenza – Boyacá, San Andrés de Sotavento – Córdoba, Curití – Santander, Urbía - La Guajira, Necoclí – Antioquia, Cúmbal – Nariño, Anserma - Caldas, Santiago y Sibundoy – Putumayo, Mitú – Vaupés, Milán y Solano – Caquetá, Leticia – Amazonas, Nuquí y Litoral de San Juan - Chocó.

Se identifican siete comunidades beneficiarias del proyecto a las que se les ofreció asistencia técnica en e.commerce. Resultados de la sensibilización y del avance de cada una de ellas se implementaron dos tiendas virtuales para las comunidades Hajsu y Sinyak y se capacitó a cinco grupos en temas relacionados con mercado electrónico tales como:

- Uso de las redes sociales como herramienta de venta
- Textos para vender en línea.
- Fotografía para venta en línea.
- Tips para montar una tienda en línea.

A partir de la línea base de los beneficiarios del proyecto para el año 2019, Se realiza el informe de intervención en las comunidades beneficiarias con los resultados alcanzados por la participación en ferias, capacitaciones en mercadeo y ventas y exhibición de producto, participación en ruedas de negocio, capacitación en e.commerce e ingresos generados por venta de producto artesanal. Se realiza actividad de retroalimentación a los beneficiarios sobre el avance y resultados del proyecto, participaron 19 representantes de las comunidades beneficiarios del proyecto 2019.

Durante el trayecto del proyecto del año 2019 se facilitó la consecución y cierre de acuerdos y negocios comerciales a más de 50 artesanos por un valor total de 2.904.436.725. Se anexan las listas de los negocios facilitados a través del año 2019.

Con relación al incremento de los ingresos de los artesanos de un año respecto al otro, se incrementaron los ingresos en un 114% respecto a la meta del año 2019 de \$25.203.600.000 se alcanzaron ingresos por \$28.629.627.390.

LOGROS Y METAS 2020

Este proyecto ha determinado los siguientes indicadores de producto y gestión en cuanto al cumplimiento de logros y metas:

* Indicadores actualizados a 31 de diciembre de 2020

Indicadores de producto

Indicador	Meta 2020	Avance 2020
Servicio de asistencia técnica para la actividad artesanal	900	900
Servicio de divulgación de la actividad artesanal	5	5
Servicio de asistencia técnica a unidades artesanales para acceder a mercados electrónicos	600	600

Indicadores de gestión

Indicador	Meta 2020	Avance 2020
Costo Por Artesano atendido por actividades organizadas o lideradas por Artesanías de Colombia	\$3.087.733	\$2.228.151
Talleres de capacitación realizados	60	60

AVANCE ACTIVIDADES

Se participa con las comunidades beneficiarias en seis ferias artesanales: Carnaval artesanal de Pasto, la feria artesanal de Manizales, la feria Farex en Cartagena, la feria artesanal de Pitalito, Expo artesano La Memoria en Medellín y Expoartesánias Digital en Bogotá. Participan artesanos de talleres y asociaciones de 32 Departamentos y Bogotá.

Se diseñaron alternativas virtuales para atender los artesanos durante la pandemia, se publicó un Directorio Artesanal, el cual se ha promocionado a través de diferentes canales, cuenta con 215 artesanos de 26 Departamentos y ha vendido a diciembre de 2020 \$227.315.000; se están promocionando 115 páginas web de artesanos de 15 Departamentos y 66 cuentas de Instagram de artesanos. Se logran \$6.611.000 en ventas a través de páginas web y \$95.357.000 en ventas a través de Instagram.

Se realizaron 160 exhibiciones con los productos de los artesanos en: Expomalocas en Villavicencio donde hubo la participación de 170 expositores, contando con la participación Institucional de Artesanías de Colombia, la cual presentó lo más representativo de los artesanos de diferentes regiones del país con alto contenido de diseño y tradición.; ANATO en donde se contó la participación de 35 países, todos los departamentos de Colombia y 16 pueblos patrimonio; Visita del Presidente de la república a Davos – Suiza, donde el mandatario ofreció un almuerzo que estuvo ambientado con productos artesanales; Visita de damas Americanas, en el que se exhibieron los productos de la tienda promocional del Claustro de Las Aguas; Juntos nos reactivamos en Santa Marta, la cual tuvo como propósito generar un espacio alternativo de promoción y comercialización de los productos de los emprendedores de la ciudad; Tapiz Artesanal en Pasto, liderada por la Alcaldía con el apoyo del Laboratorio de Innovación y Diseño de Nariño, en el marco del Onomástico de Pasto; Bogotá una joya solidaria, promovida por la Cámara de Comercio de Bogotá, en el marco de la cuarta versión de la bienal de arte Bogotá una Joya, que para este año fue solidaria con el sector Artesanal de Joyería Colombiana. Diseñadores, Orfebres, Artistas y Maestros de joyería, donaron una pieza de su autoría que fue subastada, con la colaboración de la plataforma de subastas virtual Superbid; Día del sombrero Tolimense, evento virtual en el que se contó con el apoyo y la colaboración de la Alcaldía de Guamo, beneficiando a la asociación de artesanos Asopalguamo; la Subasta alianza Diageo en Bogotá, en donde se realizó online la subasta de la edición limitada “Hilos de la Tierra” a través de la página web de la Galería Espacio Continuo, en alianza entre Diageo y Artesanías de Colombia para apoyar a los artesanos del departamento de Nariño; se participa en el Seven’s Fashion Industry en Santander beneficiando 27 artesanos; la feria Expoartesano La Memoria llevada a cabo en la ciudad de Medellín, que se constituye como la segunda vitrina comercial más importante para los artesanos del país, que se realizó gracias a la alianza entre Artesanías de Colombia S.A. y Plaza Mayor Medellín. La feria llegó a su XI edición del 29 de octubre al 08 de noviembre, en un formato híbrido que mezcló experiencias presenciales transmitidas a través de la plataforma de la feria y en la que se contó con la participación de 300 artesanos y la feria Expoartesanas digital llevada a cabo en Bogotá, en donde se reinventó la feria pasando a un formato digital, con el fin de marcar un diferencial de un antes y un después, integrando diferentes componentes, experiencias y formas de relacionar a los artesanos con el público general. Hubo 104.964 usuarios que visitaron la plataforma y participaron 271 artesanos.

Se implementó la estrategia de venta online a través de la cuenta en Instagram @artesaniasdecolombiatienda para apoyar la compra de producto artesanal a los artesanos; durante 2020 se compró producto artesanal por valor de \$2.315 millones de pesos.

Se realizaron 25 talleres virtuales de demostración de oficio beneficiando a 25 artesanos de 16 departamentos del país, con el objetivo de resaltar el trabajo de los artesanos y realizar promoción y divulgación del sector artesanal.

1. Taller de demostración de música tradicional con gaita con el artesano Marlon Peroza – Córdoba.
2. Taller de demostración de joyería efímera con la artesana Ana Cristina Berrio – Antioquia.
3. Taller de demostración de alfarería con el artesano Fidencio Cueltán – Huila.
4. Taller de demostración de telar horizontal con el artesano José Rafael Ladino – Boyacá.
5. Taller de demostración de máscaras tradicionales con el artesano Luis Demetrio Llanos – Atlántico.
6. Taller de demostración de telar vertical con la Artesana Damaris Buelvas – Bolívar.
7. Taller de demostración de tejeduría en fique con la artesana Aura Rosa Montero – Cesar.
8. Taller de demostración de tejeduría en telar de guanga con la artesana Flor Imbacuán – Nariño.
9. Taller de demostración de tejeduría en cumare con el Artesano Leónidas Gutiérrez – Caquetá.
10. Taller de demostración de luthería con el artesano Jimmy Parra – Bogotá.
11. Taller de demostración de marroquinería con el artesano Javier Sarmiento – Bogotá.
12. Taller de demostración de luthería del pacífico con el artesano Addo Possu – Cauca.
13. Taller de demostración de tejeduría en telar con la artesana Luz Germania Almendra.
14. Taller de demostración de Bullerengue, tejido colectivo de identidad con el artesano Francisco Álvarez.
15. Taller de demostración de talla en madera con el artesano Eisenhower Ramos Jacanamejoy.
16. Taller de demostración de cestería en rollo con la artesana Omaira Manrique.
17. Taller de demostración de Bullerengue, modelado en cerámica con el artesano Santiago Cifuentes.
18. Taller de demostración de calado -carpintería con el artesano Carlos Ovidio Jiménez.
19. Taller de demostración Luthería con el artesano Eddy Edgar Flores.
20. Taller de demostración de joyería en filigrana con la artesana Liliana Patricia Herrera.
21. Taller de demostración de joyería con el artesano Jesús Libardo Suarez.
22. Taller de demostración de tejeduría en fique con la artesana María Patrocinio Pimiento.
23. Taller de demostración de tejeduría arhuaca con la artesana Judith Marina Torres.

24. Taller de demostración de tejeduría en chaquiras con la artesana Mariela Pujimoy.

25. Taller de demostración de trabajo con frutos secos con el artesano Luis Antonio Galindo.

Se llevaron a cabo 20 capacitaciones virtuales en mercadeo y ventas beneficiando 24 comunidades artesanales de los Departamentos de Antioquia, Boyacá, Caldas, Norte de Santander, Quindío, Atlántico, Risaralda, Magdalena, Tolima, Cauca, Magdalena, Córdoba, Nariño, Cundinamarca y Cesar, se benefician 437 artesanos.

Se hicieron 20 capacitaciones virtuales en exhibición y participación en ferias a comunidades beneficiarias del proyecto de los departamentos de Putumayo, Nariño, Chocó Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Bogotá, Cundinamarca, Quindío, Risaralda, Valle del Cauca, Santander, La Guajira, Sucre, Meta, Cauca, Amazonas y Nariño beneficiando a la fecha a 601 artesanos.

Se realizaron 20 capacitaciones en e-commerce donde se brindó acompañamiento y asesoría en contenidos digitales a 100 artesanos de 27 departamentos, mediante la implementación de 20 sesiones (talleres virtuales) de formación de capacidades y competencias digitales distribuidas en 6 módulos – Marketing digital, Redes sociales, promoción y venta digital, Finanzas y medios de pago, Logística, Estrategia de marketing digital - donde las sesiones tienen un componente teórico y otro práctico enfocado en “aprender haciendo” y se desarrollan de manera asincrónica con el fin de que los artesanos participantes gestionen el acceso a los contenidos. Para este proceso se usaron las siguientes herramientas:

- Whatsapp.
- Correo electrónico
- Plataforma Padlet la cual facilita el seguimiento de acceso a contenidos y actividades

Para integrar los enfoques transversales en cada sesión, se aplicaron ejercicios y casos relacionados con las diferentes temáticas, a partir de los cuales se desarrollan prácticas y usos de las diversas plataformas tecnológicas.

Dentro de la actividad realizar curaduría de producto para participar en ferias, se realizaron asesorías de producto en las que se incluyeron diversas dinámicas con el fin de establecer unos lineamientos de trabajo con las comunidades pertenecientes al proyecto, dentro de las cuales están: estado del arte de la comunidad (producto natural o con intervención de entidades públicas o privadas), establecer las categorías de producto, plantear espacios donde se pueden ubicar los productos, desarrollo de dos líneas de productos por asociación, explicación de la teoría del color, desarrollo de paletas de color teniendo en cuenta la rotación del producto dentro del mercado.

Se intervinieron de forma virtual a 20 comunidades del proyecto con la curaduría de producto para potenciar la venta a través de canales digitales y ferias artesanales como Expoartesano la Memoria y Expoartesánías digital.

En cuanto a la actividad asesorar sobre el desarrollo de imagen y manejo de marca a los artesanos, durante el año, el componente de diseño gráfico del proyecto llevó a cabo 20 asesorías de desarrollo de marca y catálogo, mediante las cuales se buscó otorgar las herramientas necesarias a nivel de comunicación gráfica para que los artesanos, asociaciones y comunidades puedan generar una relación directa con sus compradores a través de una imagen gráfica sólida que transmita la esencia de la marca. Se beneficiaron las comunidades de Artesanías Tule Kuna – Necoclí y Wango Wango – Frontino, Antioquia, Artesanías Karen Dayana – San Jacinto, Bolívar, Madre Tierra Tsbatsanamama – Sibundoy, Putumayo, Arte y tradiciones ancestrales - Ráquira, Boyacá, Artesanas de Colosó, Sucre, Kajúyali - Puerto Gaitán, Meta, Katanga y Zuñigo Chamorra – Cali Valle del Cauca, Asociación Papayo – Papayo Chocó, Espiral Misak – Silvia, Cauca, Artesanías Josenid – Bogotá, Arrendajo – Leticia, Amazonas, tejedores de tradición y Luciarte – Curití Santander, Artesanías estrella de David – Pasto, Nariño, Dwryameina – Pueblo Bello, Cesar, Kanasü – Barrancas, La Guajira, Asopicumbes – Cumbal, Nariño, Getuchá – Milán, Caquetá. Este proceso tuvo en cuenta dinámicas de co-diseño para la ejecución de las actividades y generación de productos finales donde el diseñador y el artesano son gestores en conjunto de los resultados en términos de diseño.

Como complemento a la actividad de desarrollo de imagen y manejo de marca a los artesanos, se diseñó una capacitación virtual denominada, “Mejora la comunicación a través de la fotografía”, tiene como propósito acercar a los artesanos al mundo de la fotografía y sobre la importancia de ésta para construir al desarrollo de imágenes que seduzcan a sus clientes. Se inicia entendiendo los procesos técnicos y sociales de la imagen fotográfica para luego hacer una descripción de las categorías de la fotografía como fotografía de moda, de producto o de naturaleza, entre otros, que permitan abrir la mente de los participantes en cuanto a los diferentes lenguajes de la imagen. Luego se explican los conceptos básicos de la composición fotográfica y en el final de la charla se muestran diferentes tipos de fotografía y sus diferentes particularidades y recomendaciones técnicas. Al final de la capacitación se abre la discusión a partir de preguntas del público. De la misma forma se establece un contacto a través del correo electrónico para que los artesanos planteen inquietudes sobre su trabajo fotográfico. Se beneficiaron 698 artesanos.

Se participó con los beneficiarios del proyecto en las ruedas de negocios en el marco de las ferias Expoartesano La Memoria 2020, con la participación de 90 empresas, 80 nacionales y 10 internacionales. Y Expoartesanas digital, con la participación de empresarios de 21 países donde se concretaron 451 citas. Se obtuvieron ventas por valor de \$6.450.000 y se realiza seguimiento a posibles acuerdos de negocios.

Resultado del producto “Servicio de divulgación de la actividad artesanal” el proyecto reporta mínimo seis eventos para la promoción de la actividad artesana, estos se anexan como informes resultado de las diferentes estrategias para generar ingresos a los artesanos colombianos y son:

- ✓ Informe capacitación en e-commerce
- ✓ Informe capacitación en mercadeo y ventas
- ✓ Informe capacitación en exhibición y participación en ferias
- ✓ Informe final de montaje
- ✓ Informe intervención gráfica a los artesanos
- ✓ Informe desarrollo de líneas de producto
- ✓ Informe resultados rueda de negocios
- ✓ Informe participación en ferias
- ✓ Informe diseño e implementación de la plataforma digital para incrementar ingresos a los artesanos colombiano a través del mercado electrónico
- ✓ Informe trazador presupuestal de equidad para la mujer

Resultado del producto “Servicio de asistencia técnica a unidades artesanales para acceder mercados electrónicos” dentro de la actividad “Diseñar e implementar plataforma digital para realizar mercados electrónicos de artesanía colombiana”, que tiene como objetivo implementar la plataforma e-commerce de Artesanías de Colombia especializada en artesanía nacional de alta calidad, que permita la generación de ingresos para los artesanos del país, se realizaron diversas acciones para generar una plataforma comercial digital que este a la altura del comercio actual y que permitan insertar la artesanía colombiana de manera oportuna en el comercio electrónico. Se realizó el lanzamiento de la primera fase de implementación de la plataforma de comercio electrónico el 24 de diciembre de 2020 en la URL www.artesaniadescolombiatienda.com.co, para lo cual se contó con dos departamentos: 1. Catálogo de Artesanías y 2. Colecciones Artesanías de Colombia, que están enfocados a la comercialización directa de los productos, se ejecutaron acciones de carácter estratégico, técnico, operativo, comunicativo y tecnológico que permitieron que en este espacio digital confluyan los elementos necesarios para la adecuada comercialización de las artesanías alrededor del mundo. El punto de partida del desarrollo de la plataforma de comercio electrónico

de Artesanías de Colombia, fue el análisis de las posibilidades a nivel tecnológico existentes y que fueran factibles e idóneas para la realización de las diversas actividades planteadas en el proyecto, para esto se realizó una consultoría especializada que tuvo como resultado las definiciones tecnológicas, estratégicas y de diseño que permitieron el desarrollo del proyecto hasta la etapa I, planteada de manera estratégica y evolutiva de tal forma que se pudiera de manera muy ágil salir al aire con la plataforma comercial en los estándares de calidad esperados y que de manera consecuente y posterior se generen lanzamientos de nuevas secciones en la misma plataforma que generen novedad y permitan abarcar las estrategias inicialmente proyectadas.

De manera paralela, se dio inicio a la selección de artesanías y artesanos que están presentes en este espacio comercial en su primera etapa de lanzamiento, se desarrollaron diversos insumos requeridos para la plataforma, es así como se logró el mejoramiento e implementación de bodegaje y administración de producto para el desarrollo de la estrategia, envíos de artesanías a Bogotá sin costo para los artesanos, desarrollo de fotografías de producto tipo e-commerce en las características requeridas por el mercado global, fotografías de ambientes en donde el producto se muestra con una composición estética espacial, fotografías con enfoque en producto de moda y accesorios, desarrollo de una campaña de publicidad y re diseño de logotipo de la entidad con enfoque a comercio electrónico que permite la promoción de la estrategia en el mercado, desarrollo de textos de historias de vida de artesanos que dan cuenta de su contexto artesanal, desarrollo de narrativas en audio de artesanos que permiten acercarnos a los artesanos por medio de canales no presentes (tipo podcast), elaboración de los parámetros legales de la plataforma digital, desarrollo de matrices de carga de productos en la plataforma, traducción y corrección de contenidos generales para la plataforma, desarrollo de la estrategia de lanzamiento para canales digitales y los insumos necesarios para la misma, desarrollo de la estrategia de relaciones públicas para la etapa de lanzamiento con el fin de dar a conocer la plataforma entre públicos segmentados, gestión de freepress para el proyecto, avances en los temas relacionados con ruedas de negocio y compradores especializados, así como desarrollo de contenidos culturales que estarán presentes en la plataforma en su segunda y tercera etapa de implementación, entre otras acciones requeridas para la implementación de esta plataforma de comercio electrónico única en el mercado de las artesanías a nivel nacional.

A través del proyecto en el año 2020 se facilitó la consecución de más de 20 acuerdos y negocios comerciales a los artesanos beneficiarios del proyecto por valor de \$3.370 millones.

El proyecto benefició a 1.500 artesanos de 32 departamentos y de Bogotá en las diferentes actividades de capacitación y de generación de oportunidades comerciales, así:

DEPARTAMENTO	META BENEFICIARIOS	AVANCE A DICIEMBRE
Antioquia	136	136
Amazonas	36	36
Putumayo	40	40
Huila	21	21
Santander	90	90
Boyacá	130	130
Caldas	33	33
Choco	56	56
Nariño	115	115
Risaralda	35	35
Valle	60	60
Vaupés	10	10
Atlántico	130	130
Bolívar	52	52
Córdoba	19	19
La Guajira	52	52
Caquetá	24	24
Cesar	32	32
Sucre	33	33
Guainía	7	7
Magdalena	36	36
Cundinamarca	88	88
Tolima	52	52
Quindío	28	28
Arauca	1	1
Meta	9	9
Vichada	4	4
Cauca	33	33
Bogotá	138	138
TOTAL	1500	1500

Como resultado de estas actividades realizadas durante el año 2020 se logró generar ingresos a los artesanos por valor de \$6.944.540.908, a través de tres grandes estrategias: Organización de ferias artesanales \$644.916.373, participación en ferias regionales nacionales e internacionales \$614.914.580, negocios facilitados \$3.369.728.570 y por inversión en producto artesanal \$2.314.981.385. A pesar del número reducido de ferias que hubo en 2020, tan solo se tuvo una reducción del 9% frente a la participación en ferias en 2019, se incrementó la participación en ruedas de negocio en un 357%. Las comunidades intervenidas participaron en ocho ferias artesanales, intervención en 39 vitrinas artesanales, participación en dos ruedas de negocios: Rueda de negocios en el marco de la feria Expoartesano 2020 en Medellín y la Rueda de negocios en el marco de la feria Expoartesanas 2020 en Bogotá, participaron en las capacitaciones en mercadeo y ventas,

e-commerce y en la de exhibición y participación en ferias.

El resultado del trazador presupuestal de equidad para la mujer, durante el año 2020 el proyecto atendió 1500 beneficiarios de 28 Departamentos y Bogotá D.C., de los cuales 1.082 son mujeres y 418 son hombres, mostrando así una participación porcentual de la mujer del 72% y una participación de los hombres del 28%. En cuanto a ingresos facilitados en la consecución y cierre de acuerdos y negocios comerciales, las artesanas beneficiarias del proyecto alcanzaron ingresos por valor de \$680.520.518, que se derivan de las diferentes estrategias virtuales que se implementaron para mitigar el impacto negativo de la pandemia. Se publicó un Directorio Artesanal, el cual se ha promocionado a través de diferentes canales, cuenta con 131 artesanas de 26 Departamentos que lograron ventas por valor de 133.572.000; se promocionaron 115 páginas web de artesanas de 15 Departamentos y 66 cuentas de Instagram de artesanas, por este canal las artesanas lograron \$800.000 en ventas a través de páginas web y \$80.977.578 en ventas a través de Instagram; a través de los negocios derivados de la estrategia denominada "Diseño Colombia" las artesanas obtuvieron \$137.960.400 de ingresos; y por acuerdos comerciales en las regiones las artesanas consiguieron ventas por valor de \$327.210.540. A pesar de las restricciones para realizar ferias artesanales por las medidas sanitarias implementadas por el Gobierno, a través del proyecto se logró la participación de las artesanas en ferias artesanales, donde alcanzaron ingresos en ventas por valor de \$419.211.310.

RESTRICCIONES Y LIMITACIONES

Para el cumplimiento de las metas del proyecto se hizo necesario reenfocar algunas estrategias existentes teniendo en cuenta las restricciones de movilidad del año 2020, en junio se reenfocaron las ferias físicas a formatos virtuales, los talleres de demostración de oficio se hicieron a través de formatos virtuales, las capacitaciones se rediseñaron a módulos enfocados para la virtualidad, estos ajustes se realizaron teniendo en cuenta la imposibilidad de ejecutar lo realizado en años anteriores y en la mira de lograr el objetivo del proyecto de generar ingreso a los artesanos colombianos.

Se destaca la falta de conectividad que tienen muchos artesanos del país para lograr una calidad en la comunicación y relacionamiento con medios virtuales.

Es importante contar con la participación activa tanto de la alta dirección de la entidad como de todos los funcionarios y empleados, quienes hasta la fecha han

demostrado su compromiso frente al Mejoramiento y generación de oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano. Así mismo es importante contar con la asignación de los recursos necesarios para su sostenimiento y la ejecución oportuna y efectiva de cada uno de los planes que operacionalizan los diferentes componentes y políticas del mismo.

CONTACTOS DEL PROYECTO

Janneth González Ariza
Coordinadora operativa
Subgerencia de promoción y generación de
oportunidades comerciales
Artesanías de Colombia
Teléfonos: (1) 5550325 Ext. 1016 Bogotá D.C.
Jgonzalez@artesaniasidecolombia.com.co
www.artesaniasidecolombia.com.co

BIBLIOGRAFÍA DEL DOCUMENTO

Metodología General Ajustada MGA Versión 4.