



## **PRIMER INFORME**

### **CONTRATO ADC-2022-349**

**Brindar asistencia técnica y capacitar en temas digitales, herramientas tecnológicas y de comercio electrónico a artesanos beneficiarios de proyectos de la Empresa, así como gestionar el desarrollo de la estrategia #ArtesanoDigital.**

### **ENTREGABLE No. 1**

## **PROYECTO MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO**

5/11/2022



NIT. 900.305.756 - 4

## CONTENIDO

### A. RESUMEN EJECUTIVO

### B. ENTREGABLES

10. Diagnóstico de los artesanos que ingresan al proceso de capacitación en el 2022, que contemple mínimo: nivel de conocimiento en comercio electrónico, uso de herramientas informáticas y manejo de dispositivos electrónicos y las temáticas propuestas por Artesanías de Colombia. Caracterización y clasificación en los niveles: básico, intermedio y avanzado a los artesanos vinculados con el proceso de capacitación de 2021.
11. Caracterización de los artesanos que realizaron su proceso de capacitación en 2021, de acuerdo con su nivel de aprendizaje y desarrollo de los módulos de formación.
12. Evaluación del avance de los 121 artesanos que realizaron el proceso de capacitación en 2021 y asesoramiento para completar el proceso durante 2022, de acuerdo su nivel de formación, tecnología disponible y conectividad.
13. Desarrollo de la metodología a aplicar, de acuerdo con los resultados del diagnóstico, según el nivel de conocimiento de los artesanos (básico, intermedio y avanzado).



NIT. 900.305.756 - 4

## A. RESUMEN EJECUTIVO

En el marco del MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO, la estrategia pedagógica y comunicativa para el “acompañamiento y asesoría en contenidos digitales para 130 artesanos seleccionados y beneficiados por Artesanías de Colombia”, parte de una encuesta diagnóstica de comunicación digital, con el fin de conocer más a profundidad el estado inicial en competencias digitales y accesibilidad tecnológica, y establecer temáticas, evidenciar alcances y definir procesos y herramientas asertivas en comunicación.

La estrategia de formación está compuesta por 36 talleres virtuales divididos en 6 módulos y una caja de herramientas para el comercio electrónico, integrada por 36 piezas pedagógicas (infografías, glosarios, videos, manuales, entre otras.), que soportan los contenidos de cada taller.

Actualmente se encuentran participando del proceso de formación digital el 90% de los artesanos convocados, quienes están recibiendo los contenidos del primer y segundo módulos de capacitación en comercio electrónico.

Durante el proceso se están implementando herramientas de sistematización, las cuales se relacionan en el presente informe con el fin de validar y evaluar el progreso de las actividades, efectuar las correcciones que sean pertinentes y evidenciar el impacto generado.

## B. ENTREGABLES

**10. Diagnóstico de los artesanos que ingresan al proceso de capacitación en el 2022, que contemple mínimo: nivel de conocimiento en comercio electrónico, uso de herramientas informáticas y manejo de dispositivos electrónicos y las temáticas propuestas por Artesanías de Colombia. Caracterización y clasificación en los niveles: básico, intermedio y avanzado a los artesanos vinculados con el proceso de capacitación de 2021.**

El proyecto 100 Artesanos, construido e implementado en colaboración entre Artesanías de Colombia y Canales de Comunicación, lanza en octubre de 2022 su tercera edición. La experiencia adquirida por parte de los equipos ha ido fortaleciendo tanto los contenidos como la estrategia de implementación para apoyar a los artesanos en su apropiación de diferentes herramientas digitales, para el comercio de sus productos.



NIT. 900.305.756 - 4

Por tratarse de una tercera edición, contamos con lecciones aprendidas y también nuevos desafíos. A continuación, se muestra una síntesis del alcance a finales de 2020 y 2021 e información de línea de base para este año.

	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Listado inicial</b>	100	142 (90 + 52)	130 (62 + 68)
<b>Sin contacto</b>	10	20	11
<b>No aceptaron</b>	0	10	10
<b>Iniciaron</b>	90	112	130
<b>Se retiraron a mediados noviembre</b>	20	15	
<b>Final</b>	70	97	Objetivo 130

En la carpeta anexa "10 - DIAGNOSTICO ARTESANOS" se incluye la herramienta implementada.

### **11. Caracterización de los artesanos que realizaron su proceso de capacitación en 2021, de acuerdo con su nivel de aprendizaje y desarrollo de los módulos de formación.**

El objetivo de esta tercera edición es alcanzar y acompañar a 130 artesanos y artesanas, para que fortalezcan sus habilidades de comercio electrónico. Para ello, Artesanías de Colombia elaboró un listado de base con 251 artesanos registrados, clasificados como:

- Artesanos que hacen parte de Expoartesanías.
- Artesanos que hacen parte del Marketplace.

El listado completo contiene 302 registros (cada registro es una persona), señalados por colores los artesanos que hacen parte de ambas estrategias. A su vez, se diferencian los que se encuentran Activos/Inactivos en el Marketplace. Este listado contiene dobles y triples registros de individuos.

Por eso, hicimos un primer filtro, para conocer exactamente cuántas personas están en el listado de base, lo que dio un total de 251 personas.



NIT. 900.305.756 - 4

Entre esas 251 personas, se realizó un segundo filtro para identificar quiénes podrían continuar con su proceso ya iniciado en las ediciones anteriores de 2020 y 2021, lo que indicó que 83 artesanos y artesanas ya habían participado antes.

Por la experiencia antes mencionada, sabemos que quienes ya conocen la estrategia toman la decisión de participar, o no hacerlo, de manera más informada y, por esa razón, más comprometida. Es decir, quienes aceptan participar y ya lo han hecho antes, suelen tener una participación más activa. También sabemos que el tiempo disponible para el trabajo con estos talleres es un factor determinante para la participación. Quienes ya conocen la estrategia suelen organizarse mejor para responder y se han apropiado de los contenidos de una manera más alineada con sus necesidades e intereses.

Por lo anterior, para construir el listado de participantes dimos prioridad a los 83 artesanos y artesanas que aparecen en el listado completo de Artesanías de Colombia y ya habían participado antes. Los contactamos a todos, les informamos acerca del inicio de los talleres y les consultamos si querían retomar. A quienes respondieron afirmativamente, se les solicitó responder un formulario de "Reenganche". Este contacto dio como resultado:

	<b>Contactados</b>	<b>No contactados</b>
<b>Retoma</b>	62	0
<b>No retoma</b>	10	11
<b>Subtotal</b>	72	11

Paralelamente, los equipos de Artesanías de Colombia contactaron de manera personalizada a cada uno de los artesanos y artesanas del listado completo. A ellos se les anticipó que Canales los llamaría y se les consultó su interés por participar. Este ejercicio supone un filtro adicional, ya que en sí mismo permite identificar los números de contacto no habilitados (como teléfonos fuera de línea o sin respuesta).

Para completar el listado, y en cumplimiento de la meta de este año (130 participantes), la estrategia consistirá en contactar a participantes nuevos, con prioridad para quienes hacen parte de Expoartesanías, han manifestado interés por participar y utilizan su Whatsapp. En caso de que alguno de ellos, una vez iniciado el proceso, decida abandonarlo o deje de contestar será reemplazado por alguien más del listado original. De esa manera, buscamos llegar a quienes estén realmente interesados, comprometidos y en capacidad de responder (por tiempo o por cualquier otra razón).



NIT. 900.305.756 - 4

CLASIFICACIÓN POR NIVEL	CLASIFICACIÓN POR OBJETIVO ECOMMERCE
Básico	Estrategia digital y contenidos digitales
Intermedio	Medios de pago y logística
Avanzado	Promoción y canales de ventas

En la carpeta anexa a este informe "11-Characterización-Artesanos" , se comparte el plan curricular que clasifica a los artesanos.

## 12. Evaluación del avance de los 121 artesanos que realizaron el proceso de capacitación en 2021 y asesoramiento para completar el proceso durante 2022, de acuerdo su nivel de formación, tecnología disponible y conectividad.

ARTESANO REPRESENTANTE LEGAL	Avance 2021 (entrega de tareas)	Contactado 2022	Interés por retomar	Respondió "reenganche"
ADDO OBED POSSU	36,11 %	Sí	Sí	No
ADEINIS BOSCAN GONZALES (SHARLEY HIJA)	47,22 %	Sí	Sí	No
ALCIDES MANUEL VIDES BOHORQUEZ	22,22 %	Sí	Sí	No
ANA GLADYS APONTE	0,00 %	Sí	No	No
ANA ISABEL JAGUA GALINDO	72,22 %	No	No	No
ANA ROSA TORRES DE CIFUENTES (GILBERTO - hijo)	0,00 %	Sí	No	No
ANA TULIA MITICANOY	58,33 %	Sí	Sí	Sí
ANGELICA CHILES	5,56 %	Sí	Sí	Sí
ARCENIO MOYA ORTIZ	66,67 %	Sí	Sí	Sí
BERTHA LIDIA ORTEGA (ORIKA - HIJA)	0,00 %	Sí	Sí	No
BLANCA ALICIA TARAPUES CHINGUA	83,33 %	No	No	No
BLANCA LILIA LEGUIZAMON	0,00 %	Sí	Sí	Sí
BLAS AGUSTÍN BLANCO	66,67 %	Sí	Sí	Sí



NIT. 900.305.756 - 4

CARLOS MUTUMBAJOY	2,78 %	Sí	Sí	Sí
CARMEN GONZALEZ	33,33 %	Sí	No	No
CELMIRA BUELVAS ESCALANTE (JAIME ARRIETA - encargado)	0,00 %	Sí	Sí	Sí
CHEIKARUNGUMU TORRES	22,22 %	Sí	Sí	Sí
CLAUDIA MARLENY RAMIREZ	0,00 %	Sí	Sí	Sí
DARIO WILLIAM PAMPLONA QUINTERO	16,67 %	Sí	Sí	No
DEIRA TOMASA QUIÑONES MURILLO	25,00 %	Sí	Sí	No
DENIS SALCEDO (ROSA ORTEGA - encargada)	0,00 %	Sí	Sí	No
DIEGO FERNANDO ARIAS MARÍN	0,00 %	No	No	No
DORA FLOR ALBA BRICEÑO	0,00 %	No	No	No
DORIS MARIA DEL CARMEN JAJOY CHINDOY	0,00 %	Sí	Sí	No
EDGAR NAPOLEON ZAMBRANO	0,00 %	Sí	Sí	Sí
EDILMA LANA - MANUELA CONDE CONDE	16,67 %	Sí	Sí	No
EDILSA ISABEL BALDOMINO DE ANGULO	16,67 %	Sí	Sí	Sí
EDIO MIGUEL BARRIOS MARQUEZ (JOHNNY TORRES)	13,89 %	Sí	Sí	Sí
EISENHOWER RAMOS	0,00 %	Sí	No	No
ENITH PATRICIA HURTADO	61,11 %	Sí	Sí	Sí
ERICA MERCEDES BARRAZA VALETH	19,44 %	Sí	Sí	No
EVELIN MERIÑO	83,33 %	Sí	Sí	Sí
FLOR DEL CARMEN IMBACUAN PANTOJA	16,67 %	Sí	Sí	No
FRANCISCO JAVIER SILVA GOMEZ	86,11 %	Sí	Sí	Sí
GABRIELA PERTIAGA GONZALEZ.	50,00 %	Sí	Sí	Sí
GLORIA ELFY BAYER	19,44 %	Sí	Sí	Sí
GLORIA TILE (LUZ DARY ARISTIZABAL)	0,00 %	Sí	Sí	No



NIT. 900.305.756 - 4

HERMES MANJARREZ ALMENDRALES (ROMULA HIUPA)	0,00 %	Sí	Sí	No
HILBER MAURICIO HIUPA NACAVERA	16,67 %	Sí	Sí	No
IGNACIO CABRERA ERAZO	2,78 %	Sí	No	No
ISNARDI GIUPA GUASIRUMA	0,00 %	Sí	Sí	Sí
JORGE MANJARREZ ALMENDRALES	27,78 %	Sí	Sí	No
JOSE FELIX MURILLO	8,33 %	Sí	No	No
JOSE PABLO NEIKASE	8,33 %	Sí	Sí	No
JUANA DE DIOS DIAZ	16,67 %	Sí	Sí	Sí
JUDITH MARINA TORRES SOLIS (ATY HIJA)	44,44 %	Sí	Sí	Sí
LAUREANO MELO	2,78 %	Sí	Sí	No
LEDIS ONEIDA JARAMILLO ARIZA	8,33 %	Sí	Sí	Sí
LIBIA HERMINIA VILLANEDA	2,78 %	Sí	Sí	No
LIGIA MARINA JUAJIBIOY MUTUMBAJOY	88,89 %	Sí	Sí	No
LILIANA GRUESO DURA	0,00 %	No	No	No
LISTBINA BECERRA RENGIFO	0,00 %	Sí	Sí	No
LUDYS MARIA CARVAL SABALA	5,56 %	No	No	No
LUIS FERNANDO PIRAZA ISMARE	66,67 %	Sí	Sí	No
LUIS LIZANDRO RODRIGUEZ RODRIGUEZ	5,56 %	Sí	Sí	No
LUIS PERTUZ (LUISA MARÍA - HIJA)	8,33 %	Sí	Sí	No
LUISA ISABEL FLOREZ SALGADO	13,89 %	Sí	Sí	Sí
LUZ MARIA RODRIGUEZ RODRIGUEZ	41,67 %	Sí	Sí	No
MARCELINO CHASOY (JENNY MEJÍA- encargada)	5,56 %	Sí	Sí	Sí
MARÍA PATROCINIO PIMIENTO ORTIZ	22,22 %	Sí	No	No
MARIA SOFIA MARTINEZ (SANDRA PATRICIA MESTRE)	11,11 %	Sí	Sí	No
MARINA NIÑO CELIS	5,56 %	Sí	Sí	Sí



NIT. 900.305.756 - 4

MARTHA BORJA	2,78 %	Sí	Sí	No
MINERVA ISABEL CORENA PEREZ	11,11 %	Sí	No	No
NELLY FLECHAS SANDOVAL	0,00 %	Sí	Sí	Sí
NORELIS JIMENEZ GARCIA	8,33 %	Sí	No	No
OCTAVIO TORO OCAMPO	19,44 %	Sí	No	No
OLGA GUAURIYU (AILIN ACOSTA PUSHAINA)	0,00 %	Sí	Sí	Sí
OMAIRA MANRIQUE	22,22 %	Sí	Sí	Sí
REINALDO ANTONIO HERNANDEZ TILANO	2,78 %	Sí	Sí	No
REINALDO NIÑO HERNANDEZ	16,67 %	Sí	Sí	Sí
ROSALÍA TRIANA	41,67 %	No	No	No
SANDRA PATRICIA HOYOS	0,00 %	Sí	Sí	No
SANDRA PATRICIA MUÑOZ PEÑA	16,67 %	No	No	No
SILVIA AMÉZQUITA VARGAS	33,33 %	Sí	Sí	Sí
SOL ANGEL BRIÑEZ	33,33 %	Sí	Sí	Sí
TEODULA MANCILLA RODRIGUEZ	2,78 %	Sí	Sí	No
TERESA DE LA PAZ BARRIOS GOMEZ	0,00 %	No	No	No
TUMINEL SANTACRUZ MONTOYA	13,89 %	Sí	Sí	Sí
VALERIA ANGELINA PUSHAINA MARIN	0,00 %	Sí	Sí	No
YANELY ISMARE PIRAZA	0,00 %	Sí	Sí	Sí
YINELA PIRANGA VALENCIA	0,00 %	No	No	No
YUDY MILENA JAMIOY CHICUNQUE	0,00 %	Sí	Sí	No

### **13. Desarrollo de la metodología a aplicar, de acuerdo con los resultados del diagnóstico, según el nivel de conocimiento de los artesanos (básico, intermedio y avanzado).**

La implementación se sustenta en el desarrollo, monitoreo y evaluación de resultados obtenidos en la estrategia durante 2020 y 2021, considerando un criterio transversal de caracterización de artesanos y artesanas, que consiste en la participación en Expoartesánías y el Marketplace de Artesanías de Colombia.



NIT. 900.305.756 - 4

A partir de estas bases se dará continuidad al trabajo avanzado durante 2021 con los artesanos y artesanas que vienen en proceso y, a quienes se incorporan por primera vez a la estrategia., se desarrollarán estrategias puntuales enfocadas en habilidades para la feria y la gestión del marketplace.

## **Contenidos**

La propuesta se conforma, al igual que en 2021, por 36 talleres virtuales organizados en 6 módulos. Cada taller consta de uno o más videos explicativos de una temática específica, anclada en una habilidad digital a desarrollar en los participantes, una herramienta de apoyo que sintetiza, amplía o detalla el contenido del taller (infografías, glosarios, paso a paso, entre otras) y una tarea a resolver por cada participante. Los 36 talleres se mantuvieron en las temáticas y organización por módulos propuesta en la primera edición. La propuesta busca ser autogestionada por cada artesano y artesana participante, de manera asincrónica y acompañada por tutores de manera personalizada.

## **Estrategia**

El equipo de Canales que lleva adelante la estrategia de “acompañamiento y asesoría en contenidos digitales para 130 artesanos que serán seleccionados y beneficiados por Artesanías de Colombia” se conforma por un coordinador y tres tutores que monitorean y acompañan el desempeño de los participantes de manera personalizada. Cada miembro del equipo mantiene contacto con un grupo de artesanos, se asegura de que reciban los contenidos, hace recomendaciones de los talleres más pertinentes para cada caso, resuelve consultas y hace seguimiento de entrega de tareas, así como su correspondiente registro.

El desarrollo y resultados de la estrategia se registran en una tabla de datos en Excel que resume el total de participantes, talleres, envíos del contenido y entregas de tareas. De esta manera, cada artesano y artesana participante puede identificar a su tutor durante el proceso. La estrategia requiere que el participante tenga alguna herramienta donde recibir los talleres. Idealmente, móvil. Alternativamente, computador o Tablet.

También requiere algún tipo de conexión a Internet, ya sea mediante plan de datos o recargas, y señal más o menos estable en algún momento de la semana. En resumen, se espera que cada participante reciba los contenidos, mire los videos y herramientas, resuelva las tareas y envíe a su tutor la tarea resuelta.

En la carpeta anexa a este informe “12- Metodología” , se comparte el documento metodológico y plan curricular de la estrategia.

## **Anexos:**

Las herramientas aplicadas, matrices y demás medios de verificación se encuentran en la carpeta anexa.



NIT. 900.305.756 - 4

[https://drive.google.com/drive/folders/1vEXggFva23XUXM4MUHu5ZGzW7oNScuHy?usp=share\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1vEXggFva23XUXM4MUHu5ZGzW7oNScuHy?usp=share_link)

Por su atención gracias.  
Cordial saludo,

César Humberto García Prieto,  
Representante Legal  
Grupo Canales de Comunicación SAS.  
NIT. 900.305.756 - 4  
Teléfono: +57 311 451 6555  
[cesar@canalesdecomunicacion.org](mailto:cesar@canalesdecomunicacion.org)  
[cesar@somoscanales.org](mailto:cesar@somoscanales.org)



NIT. 900.305.756 - 4

## **SEGUNDO INFORME**

### **CONTRATO ADC-2022-349**

**Brindar asistencia técnica y capacitar en temas digitales, herramientas tecnológicas y de comercio electrónico a artesanos beneficiarios de proyectos de la Empresa, así como gestionar el desarrollo de la estrategia #ArtesanoDigital.**

### **ENTREGABLE No. 2**

## **PROYECTO MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO**

12/12/2022



NIT. 900.305.756 - 4

## CONTENIDO

### A. RESUMEN EJECUTIVO

### B. ENTREGABLES

10. Diagnóstico de los artesanos que ingresan al proceso de capacitación en el 2022, que contemple mínimo: nivel de conocimiento en comercio electrónico, uso de herramientas informáticas y manejo de dispositivos electrónicos y las temáticas propuestas por Artesanías de Colombia. Caracterización y clasificación en los niveles: básico, intermedio y avanzado a los artesanos vinculados con el proceso de capacitación de 2021.
11. Caracterización de los artesanos que realizaron su proceso de capacitación en 2021, de acuerdo con su nivel de aprendizaje y desarrollo de los módulos de formación.
12. Evaluación del avance de los 121 artesanos que realizaron el proceso de capacitación en 2021 y asesoramiento para completar el proceso durante 2022, de acuerdo su nivel de formación, tecnología disponible y conectividad.
13. Desarrollo de la metodología a aplicar, de acuerdo con los resultados del diagnóstico, según el nivel de conocimiento de los artesanos (básico, intermedio y avanzado).
14. Informe de actualización de los contenidos de acuerdo al plan de capacitación en comercio electrónico 2022 contemplando recursos como: presentaciones interactivas, cartillas digitales con ejercicios prácticos, videos ilustrativos o tutoriales, infografías u otros que se consideren pertinentes.
15. Informe de capacitación y seguimiento a 126 artesanos beneficiarios y caracterizados, sobre comercio electrónico y uso de las herramientas tecnológicas.
16. Informe Implementación de herramienta en línea que permita conocer el estado y el avance de las actividades desarrolladas por parte de los artesanos.
17. Informe fortalecimiento de 20 perfiles de redes sociales de las unidades productivas creados en 2021, mediante un plan de contenidos de los artesanos.
18. Informe optimización o creación de red social a 5 unidades productivas.
19. Informe seguimiento a los artesanos evidenciando la respuesta o evolución semanalmente.

Transversales 1: Reporte que de cuenta de la participación de los artesanos, avance en la entrega de talleres o ejercicios, indicadores de gestión y los datos sobre el proceso de capacitación.



NIT. 900.305.756 - 4

## A. RESUMEN EJECUTIVO

En el marco del MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO, la estrategia pedagógica y comunicativa para el “acompañamiento y asesoría en contenidos digitales para 130 artesanos seleccionados y beneficiados por Artesanías de Colombia”, parte de una encuesta diagnóstica de comunicación digital, con el fin de conocer más a profundidad el estado inicial en competencias digitales y accesibilidad tecnológica, y establecer temáticas, evidenciar alcances y definir procesos y herramientas asertivas en comunicación.

La estrategia de formación está compuesta por 36 talleres virtuales divididos en 6 módulos y una caja de herramientas para el comercio electrónico, integrada por 36 piezas pedagógicas (infografías, glosarios, videos, manuales, entre otras.), que soportan los contenidos de cada taller.

Actualmente se encuentran participando del proceso de formación digital el 90% de los artesanos convocados, quienes están recibiendo los contenidos del primer y segundo módulos de capacitación en comercio electrónico.

Durante el proceso se están implementando herramientas de sistematización, las cuales se relacionan en el presente informe con el fin de validar y evaluar el progreso de las actividades, efectuar las correcciones que sean pertinentes y evidenciar el impacto generado.

## B. ENTREGABLES

**10. Diagnóstico de los artesanos que ingresan al proceso de capacitación en el 2022, que contemple mínimo: nivel de conocimiento en comercio electrónico, uso de herramientas informáticas y manejo de dispositivos electrónicos y las temáticas propuestas por Artesanías de Colombia. Caracterización y clasificación en los niveles: básico, intermedio y avanzado a los artesanos vinculados con el proceso de capacitación de 2021.**

El proyecto 100 Artesanos, construido e implementado en colaboración entre Artesanías de Colombia y Canales de Comunicación, lanza en octubre de 2022 su tercera edición. La experiencia adquirida por parte de los equipos ha ido fortaleciendo tanto los contenidos como la estrategia de implementación para apoyar a los artesanos en su apropiación de diferentes herramientas digitales, para el comercio de sus productos.

Por tratarse de una tercera edición, contamos con lecciones aprendidas y también nuevos desafíos. A continuación, se muestra una síntesis del alcance a finales de 2020 y 2021 e información de línea de base para este año.



NIT. 900.305.756 - 4

	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Listado inicial</b>	100	142 (90 + 52)	130 (62 + 68)
<b>Sin contacto</b>	10	20	11
<b>No aceptaron</b>	0	10	10
<b>Iniciaron</b>	90	112	130
<b>Se retiraron durante el proceso</b>	20	15	-
<b>Final</b>	70	97	Objetivo 130

En la carpeta anexa "10 - DIAGNOSTICO ARTESANOS" se incluye la herramienta implementada para realizar el diagnóstico.

### **11. Caracterización de los artesanos que realizaron su proceso de capacitación en 2021, de acuerdo con su nivel de aprendizaje y desarrollo de los módulos de formación.**

El objetivo de esta tercera edición es alcanzar y acompañar a 130 artesanos y artesanas, para que fortalezcan sus habilidades de comercio electrónico. Para ello, Artesanías de Colombia elaboró un listado de base con 251 artesanos registrados, clasificados como:

- Artesanos que hacen parte de Expoartesanías.
- Artesanos que hacen parte del Marketplace.

El listado completo contiene 302 registros (cada registro es una persona), señalados por colores los artesanos que hacen parte de ambas estrategias. A su vez, se diferencian los que se encuentran Activos/Inactivos en el Marketplace. Este listado contiene dobles y triples registros de individuos.

Por eso, hicimos un primer filtro, para conocer exactamente cuántas personas están en el listado de base, lo que dio un total de 251 personas.

Entre esas 251 personas, se realizó un segundo filtro para identificar quiénes podrían continuar con su proceso ya iniciado en las ediciones anteriores de 2020 y 2021, lo que indicó que 83 artesanos y artesanas ya habían participado antes.

Por la experiencia antes mencionada, sabemos que quienes ya conocen la estrategia toman la decisión de participar, o no hacerlo, de manera más informada y, por esa razón, más comprometida.



NIT. 900.305.756 - 4

Es decir, quienes aceptan participar y ya lo han hecho antes, suelen tener una participación más activa. También sabemos que el tiempo disponible para el trabajo con estos talleres es un factor determinante para la participación. Quienes ya conocen la estrategia suelen organizarse mejor para responder y se han apropiado de los contenidos de una manera más alineada con sus necesidades e intereses.

Por lo anterior, para construir el listado de participantes dimos prioridad a los 83 artesanos y artesanas que aparecen en el listado completo de Artesanías de Colombia y ya habían participado antes. Los contactamos a todos, les informamos acerca del inicio de los talleres y les consultamos si querían retomar. A quienes respondieron afirmativamente, se les solicitó responder un formulario de "Reenganche". Este contacto dio como resultado:

	<b>Contactados</b>	<b>No contactados</b>
<b>Retoma</b>	62	0
<b>No retoma</b>	10	11
<b>Subtotal</b>	72	11

Paralelamente, los equipos de Artesanías de Colombia contactaron de manera personalizada a cada uno de los artesanos y artesanas del listado completo. A ellos se les anticipó que Canales los llamaría y se les consultó su interés por participar. Este ejercicio supone un filtro adicional, ya que en sí mismo permite identificar los números de contacto no habilitados (como teléfonos fuera de línea o sin respuesta).

Para completar el listado, y en cumplimiento de la meta de este año (130 participantes), la estrategia consistirá en contactar a participantes nuevos, con prioridad para quienes hacen parte de Expoartesanías, han manifestado interés por participar y utilizan su Whatsapp. En caso de que alguno de ellos, una vez iniciado el proceso, decida abandonarlo o deje de contestar será reemplazado por alguien más del listado original. De esa manera, buscamos llegar a quienes estén realmente interesados, comprometidos y en capacidad de responder (por tiempo o por cualquier otra razón).

<b>CLASIFICACIÓN POR NIVEL</b>	<b>CLASIFICACIÓN POR OBJETIVO ECOMMERCE</b>
Básico	Estrategia digital y contenidos digitales
Intermedio	Medios de pago y logística
Avanzado	Promoción y canales de ventas



NIT. 900.305.756 - 4

En la carpeta anexa a este informe "11-Characterización-Artesanos", se comparte el plan curricular que clasifica a los artesanos.

**12. Evaluación del avance de los 121 artesanos que realizaron el proceso de capacitación en 2021 y asesoramiento para completar el proceso durante 2022, de acuerdo su nivel de formación, tecnología disponible y conectividad.**

<b>ARTESANO REPRESENTANTE LEGAL</b>	<b>Avance 2021 (entrega de tareas)</b>	<b>Contactado 2022</b>	<b>Interés por retomar</b>	<b>Respondió "reenganche"</b>
ADDO OBED POSSU	36,11 %	Sí	Sí	No
ADEINIS BOSCAN GONZALES (SHARLEY HIJA)	47,22 %	Sí	Sí	No
ALCIDES MANUEL VIDES BOHORQUEZ	22,22 %	Sí	Sí	No
ANA GLADYS APONTE	0,00 %	Sí	No	No
ANA ISABEL JAGUA GALINDO	72,22 %	No	No	No
ANA ROSA TORRES DE CIFUENTES (GILBERTO - hijo)	0,00 %	Sí	No	No
ANA TULIA MITICANOY	58,33 %	Sí	Sí	Sí
ANGELICA CHILES	5,56 %	Sí	Sí	Sí
ARCENIO MOYA ORTIZ	66,67 %	Sí	Sí	Sí
BERTHA LIDIA ORTEGA (ORIKA - HIJA)	0,00 %	Sí	Sí	No
BLANCA ALICIA TARAPUES CHINGUA	83,33 %	No	No	No
BLANCA LILIA LEGUIZAMON	0,00 %	Sí	Sí	Sí
BLAS AGUSTÍN BLANCO	66,67 %	Sí	Sí	Sí
CARLOS MUTUMBAJOY	2,78 %	Sí	Sí	Sí
CARMEN GONZALEZ	33,33 %	Sí	No	No
CELMIRA BUELVAS ESCALANTE (JAIME ARRIETA - encargado)	0,00 %	Sí	Sí	Sí
CHEIKARUNGUMU TORRES	22,22 %	Sí	Sí	Sí
CLAUDIA MARLENY RAMIREZ	0,00 %	Sí	Sí	Sí



NIT. 900.305.756 - 4

DARIO WILLIAM PAMPLONA QUINTERO	16,67 %	Sí	Sí	No
DEIRA TOMASA QUIÑONES MURILLO	25,00 %	Sí	Sí	No
DENIS SALCEDO (ROSA ORTEGA - encargada)	0,00 %	Sí	Sí	No
DIEGO FERNANDO ARIAS MARÍN	0,00 %	No	No	No
DORA FLOR ALBA BRICEÑO	0,00 %	No	No	No
DORIS MARIA DEL CARMEN JAJJOY CHINDOY	0,00 %	Sí	Sí	No
EDGAR NAPOLEON ZAMBRANO	0,00 %	Sí	Sí	Sí
EDILMA LANA - MANUELA CONDE CONDE	16,67 %	Sí	Sí	No
EDILSA ISABEL BALDOMINO DE ANGULO	16,67 %	Sí	Sí	Sí
EDIO MIGUEL BARRIOS MARQUEZ (JOHNNY TORRES)	13,89 %	Sí	Sí	Sí
EISENHOWER RAMOS	0,00 %	Sí	No	No
ENITH PATRICIA HURTADO	61,11 %	Sí	Sí	Sí
ERICA MERCEDES BARRAZA VALETH	19,44 %	Sí	Sí	No
EVELIN MERIÑO	83,33 %	Sí	Sí	Sí
FLOR DEL CARMEN IMBACUAN PANTOJA	16,67 %	Sí	Sí	No
FRANCISCO JAVIER SILVA GOMEZ	86,11 %	Sí	Sí	Sí
GABRIELA PERTIAGA GONZALEZ.	50,00 %	Sí	Sí	Sí
GLORIA ELFY BAYER	19,44 %	Sí	Sí	Sí
GLORIA TILE (LUZ DARY ARISTIZABAL)	0,00 %	Sí	Sí	No
HERMES MANJARREZ ALMENDRALES (ROMULA HIUPA)	0,00 %	Sí	Sí	No
HILBER MAURICIO HIUPA NACAVERA	16,67 %	Sí	Sí	No
IGNACIO CABRERA ERAZO	2,78 %	Sí	No	No
ISNARDI GIUPA GUASIRUMA	0,00 %	Sí	Sí	Sí
JORGE MANJARREZ ALMENDRALES	27,78 %	Sí	Sí	No



NIT. 900.305.756 - 4

JOSE FELIX MURILLO	8,33 %	Sí	No	No
JOSE PABLO NEIKASE	8,33 %	Sí	Sí	No
JUANA DE DIOS DIAZ	16,67 %	Sí	Sí	Sí
JUDITH MARINA TORRES SOLIS (ATY HIJA)	44,44 %	Sí	Sí	Sí
LAUREANO MELO	2,78 %	Sí	Sí	No
LEDIS ONEIDA JARAMILLO ARIZA	8,33 %	Sí	Sí	Sí
LIBIA HERMINIA VILLANEDA	2,78 %	Sí	Sí	No
LIGIA MARINA JUAJIBIOY MUTUMBAJOY	88,89 %	Sí	Sí	No
LILIANA GRUESO DURA	0,00 %	No	No	No
LISTBINA BECERRA RENGIFO	0,00 %	Sí	Sí	No
LUDYS MARIA CARVAL SABALA	5,56 %	No	No	No
LUIS FERNANDO PIRAZA ISMARE	66,67 %	Sí	Sí	No
LUIS LIZANDRO RODRIGUEZ RODRIGUEZ	5,56 %	Sí	Sí	No
LUIS PERTUZ (LUISA MARÍA - HIJA)	8,33 %	Sí	Sí	No
LUISA ISABEL FLOREZ SALGADO	13,89 %	Sí	Sí	Sí
LUZ MARIA RODRIGUEZ RODRIGUEZ	41,67 %	Sí	Sí	No
MARCELINO CHASOY (JENNY MEJÍA- encargada)	5,56 %	Sí	Sí	Sí
MARÍA PATROCINIO PIMIENTO ORTIZ	22,22 %	Sí	No	No
MARIA SOFIA MARTINEZ (SANDRA PATRICIA MESTRE)	11,11 %	Sí	Sí	No
MARINA NIÑO CELIS	5,56 %	Sí	Sí	Sí
MARTHA BORJA	2,78 %	Sí	Sí	No
MINERVA ISABEL CORENA PEREZ	11,11 %	Sí	No	No
NELLY FLECHAS SANDOVAL	0,00 %	Sí	Sí	Sí
NORELIS JIMENEZ GARCIA	8,33 %	Sí	No	No
OCTAVIO TORO OCAMPO	19,44 %	Sí	No	No



NIT. 900.305.756 - 4

OLGA GUAURIYU (AILIN ACOSTA PUSHAINA)	0,00 %	Sí	Sí	Sí
OMAIRA MANRIQUE	22,22 %	Sí	Sí	Sí
REINALDO ANTONIO HERNANDEZ TILANO	2,78 %	Sí	Sí	No
REINALDO NIÑO HERNANDEZ	16,67 %	Sí	Sí	Sí
ROSALÍA TRIANA	41,67 %	No	No	No
SANDRA PATRICIA HOYOS	0,00 %	Sí	Sí	No
SANDRA PATRICIA MUÑOZ PEÑA	16,67 %	No	No	No
SILVIA AMÉZQUITA VARGAS	33,33 %	Sí	Sí	Sí
SOL ANGEL BRIÑEZ	33,33 %	Sí	Sí	Sí
TEODULA MANCILLA RODRIGUEZ	2,78 %	Sí	Sí	No
TERESA DE LA PAZ BARRIOS GOMEZ	0,00 %	No	No	No
TUMINEL SANTACRUZ MONTOYA	13,89 %	Sí	Sí	Sí
VALERIA ANGELINA PUSHAINA MARIN	0,00 %	Sí	Sí	No
YANELY ISMARE PIRAZA	0,00 %	Sí	Sí	Sí
YINELA PIRANGA VALENCIA	0,00 %	No	No	No
YUDY MILENA JAMIOY CHICUNQUE	0,00 %	Sí	Sí	No

### **13. Desarrollo de la metodología a aplicar, de acuerdo con los resultados del diagnóstico, según el nivel de conocimiento de los artesanos (básico, intermedio y avanzado).**

La implementación se sustenta en el desarrollo, monitoreo y evaluación de resultados obtenidos en la estrategia durante 2020 y 2021, considerando un criterio transversal de caracterización de artesanos y artesanas, que consiste en la participación en Expoartesánías y el Marketplace de Artesanías de Colombia.

A partir de estas bases se dará continuidad al trabajo avanzado durante 2021 con los artesanos y artesanas que vienen en proceso y, a quienes se incorporan por primera vez a la estrategia., se desarrollarán estrategias puntuales enfocadas en habilidades para la feria y la gestión del marketplace.



NIT. 900.305.756 - 4

## Contenidos

La propuesta se conforma, al igual que en 2021, por 36 talleres virtuales organizados en 6 módulos. Cada taller consta de uno o más videos explicativos de una temática específica, anclada en una habilidad digital a desarrollar en los participantes, una herramienta de apoyo que sintetiza, amplía o detalla el contenido del taller (infografías, glosarios, paso a paso, entre otras) y una tarea a resolver por cada participante. Los 36 talleres se mantuvieron en las temáticas y organización por módulos propuesta en la primera edición. La propuesta busca ser autogestionada por cada artesano y artesana participante, de manera asincrónica y acompañada por tutores de manera personalizada.

## Estrategia

El equipo de Canales que lleva adelante la estrategia de “acompañamiento y asesoría en contenidos digitales para 130 artesanos que serán seleccionados y beneficiados por Artesanías de Colombia” se conforma por un coordinador y tres tutores que monitorean y acompañan el desempeño de los participantes de manera personalizada. Cada miembro del equipo mantiene contacto con un grupo de artesanos, se asegura de que reciban los contenidos, hace recomendaciones de los talleres más pertinentes para cada caso, resuelve consultas y hace seguimiento de entrega de tareas, así como su correspondiente registro.

El desarrollo y resultados de la estrategia se registran en una tabla de datos en Excel que resume el total de participantes, talleres, envíos del contenido y entregas de tareas. De esta manera, cada artesano y artesana participante puede identificar a su tutor durante el proceso. La estrategia requiere que el participante tenga alguna herramienta donde recibir los talleres. Idealmente, móvil. Alternativamente, computador o Tablet.

También requiere algún tipo de conexión a Internet, ya sea mediante plan de datos o recargas, y señal más o menos estable en algún momento de la semana. En resumen, se espera que cada participante reciba los contenidos, mire los videos y herramientas, resuelva las tareas y envíe a su tutor la tarea resuelta.

En la carpeta anexa a este informe “13-Metodología”, se comparte el documento metodológico y plan curricular de la estrategia.

### **14. Informe de actualización de los contenidos de acuerdo al plan de capacitación en comercio electrónico 2022 contemplando recursos como: presentaciones interactivas, cartillas digitales con ejercicios prácticos, videos ilustrativos o tutoriales, infografías u otros que se consideren pertinentes.**

El plan de capacitación está estructurado por 36 talleres virtuales organizados en 6 módulos. Cada taller consta de uno o más videos explicativos de una temática específica, anclada en una habilidad digital a desarrollar en los participantes, una herramienta de apoyo que sintetiza, amplía o detalla el contenido del taller (infografías, glosarios, paso a paso, entre otras) y una tarea a resolver por cada



NIT. 900.305.756 - 4

participante. Los 36 talleres se mantuvieron en las temáticas y organización por módulos propuesta en la primera edición.

Durante el proceso se revisaron todos los contenidos del año 2021, se ajustaron todos los links de acceso y se realizaron pruebas de visualización para facilitar su uso por parte de los artesanos y artesanas.

Los contenidos están diseñados para llevar a cabo una metodología autogestionada por cada artesano y artesana participante, de manera asincrónica y acompañada por tutores de manera personalizada.

Para aumentar el cumplimiento de tareas, se consideraron acciones que mejoren el sentido de la propuesta en aprendizajes y organización. Para quienes respondieron el reenganche se indagó en cuál sería un objetivo de mejorar sus habilidades digitales. Paralelamente, se aplicaron las recomendaciones del equipo de Artesanías de Colombia acerca de cuáles talleres eran más relevantes para cada artesano o artesana. También se revisaron contenidos de acuerdo a recomendaciones de esos equipos para hacerlos más accesibles, más explicativos y más transferibles a las tareas de producción y participación en ferias.

Se comparte el detalle de los contenidos actualizados:

**Módulo 3: Taller 15:** Actualización de las funciones para las historias en cuestión de stickers.

Módulo 3. PROMOCIÓN Y VENTA DIGITAL	
TALLER 15	
<b>Instagram y Facebook</b>	<a href="https://www.loom.com/share/cc18bc13ea2245dabedc49128d1914cf?sharedAppSource=personal_library">https://www.loom.com/share/cc18bc13ea2245dabedc49128d1914cf?sharedAppSource=personal_library</a>
	<a href="https://www.loom.com/share/060031f147b74ba8a55c264c06b740ea?sharedAppSource=personal_library">https://www.loom.com/share/060031f147b74ba8a55c264c06b740ea?sharedAppSource=personal_library</a>
	<a href="https://www.loom.com/share/735cd6f5dada429d9c3d84331568714f?sharedAppSource=personal_library">https://www.loom.com/share/735cd6f5dada429d9c3d84331568714f?sharedAppSource=personal_library</a>
	<a href="https://www.loom.com/share/64024c2a34e4447db682c0f0063990a6?sharedAppSource=personal_library">https://www.loom.com/share/64024c2a34e4447db682c0f0063990a6?sharedAppSource=personal_library</a>
	<a href="https://www.loom.com/share/fbafd1243ef24f6d9102f944697a287a?sharedAppSource=personal_library">https://www.loom.com/share/fbafd1243ef24f6d9102f944697a287a?sharedAppSource=personal_library</a>



NIT. 900.305.756 - 4

**Módulo 6: Taller 36:** Se rediseñó el taller 36, el cual se enfocó en estrategia de marketing para la feria. Los contenidos a abordar son:

- Planeación y programación de contenidos (antes, durante y después).
- Live shopping.
- Herramientas de pago (QR y links de pago)

**Anexos:**

A través del siguiente enlace se puede acceder a los contenidos completos:

[https://drive.google.com/drive/folders/1ZcDs0VLY-f2gU5cjAyR8tb0gFyV8w4tM?usp=share\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1ZcDs0VLY-f2gU5cjAyR8tb0gFyV8w4tM?usp=share_link)

**15. Informe de capacitación y seguimiento a 126 artesanos beneficiarios y caracterizados, sobre comercio electrónico y uso de las herramientas tecnológicas.**

El equipo conformado para el desarrollo de la estrategia de *“acompañamiento y asesoría en contenidos digitales para 126 artesanos que serán seleccionados y beneficiados por Artesanías de Colombia”* está compuesto por una coordinadora y tres tutores que monitorean y acompañan el desempeño de los participantes de manera personalizada.

Cada integrante del equipo mantiene contacto con un grupo de artesanos, se asegura de que reciban los contenidos, hace recomendaciones de los talleres más pertinentes para cada caso, resuelve consultas y hace seguimiento de entrega de tareas, así como su correspondiente registro.

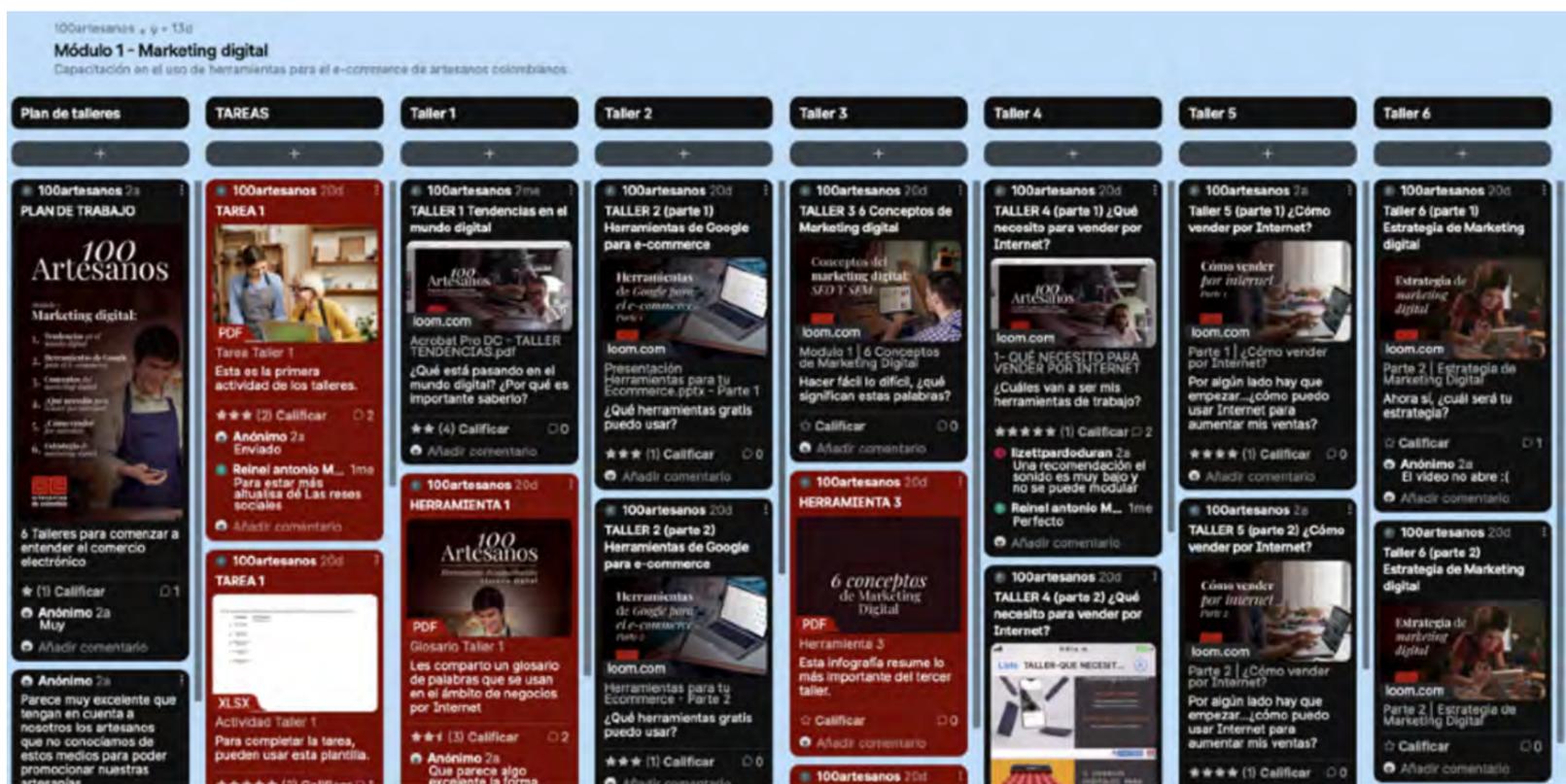
El desarrollo y resultados de la estrategia se registran en una tabla de datos que resume el total de participantes, talleres, envíos del contenido y entregas de tareas. De esta manera, cada artesano y artesana participante puede identificar a su tutor durante el proceso.

La estrategia requiere que el participante tenga alguna herramienta donde recibir los talleres, idealmente, teléfono móvil; alternativamente, computador o Tablet. También requiere algún tipo de conexión a Internet, ya sea mediante plan de datos o recargas, y señal más o menos estable en algún momento de la semana. En resumen, el proceso consiste en que cada participante reciba los contenidos, mire los videos y herramientas, resuelva las tareas y envíe a su tutor la tarea resuelta.

A 12 de noviembre de 2022 se completó la etapa que denominamos “Reenganche” con los participantes de 2021, así como la vinculación de los demás participantes para 2022. Esta consistió en contactos telefónicos, contactos vía correo electrónico y contactos por Whatsapp para informar que se reiniciarían los talleres, en la aplicación de un cuestionario que indagó en su experiencia con herramientas digitales durante 2021 y en la identificación de voluntad de retomar los talleres de manera individual.

## 16. Informe Implementación de herramienta en línea que permita conocer el estado y el avance de las actividades desarrolladas por parte de los artesanos.

Implementación de una plataforma virtual que permite integrar los contenidos del plan de capacitación con el proceso de avance de las unidades productivas en el uso de herramientas tecnológicas y la actualización y mantenimiento de redes sociales.



Acceso a cada módulo de la herramienta en línea:

Módulo 1: <https://padlet.com/100artesanos/dmr1vvs46nsvxf9a>

Módulo 2: <https://padlet.com/100artesanos/aaysnx024qr8eazq>

Módulo 3: <https://padlet.com/100artesanos/9ra7urvvis3a42ym>

Módulo 4: <https://padlet.com/100artesanos/ft35u9qk5nqwr40>

Módulo 5: <https://padlet.com/100artesanos/xi4he9vfm759wca9>

Módulo 6: <https://padlet.com/100artesanos/j4wumx2dtzaardut>



NIT. 900.305.756 - 4

**17. Informe fortalecimiento de 20 perfiles de redes sociales de las unidades productivas creados en 2021, mediante un plan de contenidos de los artesanos.**

Con base en la implementación del plan de capacitación y el listado de unidades productivas que participarán en Expoartesanías, se consolidó las unidades a fortalecer.

<b>ARTESANO/A SELECCIONADO</b>	<b>Red social optimizada 2021</b>
LIGIA MARINA JUAJIBIOY MUTUMBAJOY (GRADUAR)	Instagram
FRANSISCO SILVA (GRADUAR)	Facebook
EVELIN MERIÑO (GRADUAR)	Instagram
BLAS AGUSTÍN BLANCO (PODRÍA SER)	Facebook
ARCENIO MOYA ORTIZ (PODRIA SER)	Instagram
ENITH PATRICIA HURTADO (PODRIA SER)	Instagram
ADEINIS BOSCAN GONZALES (SHARLEY HIJA)	Instagram
OMAIRA MANRIQUE (Stefany )	Instagram
JORGE MANJARREZ ALMENDRALES	Instagram
ERICA BARRAZA	Instagram
GLORIA ELFY BAYER	Instagram
HILBER MAURICIO HIUPA NACAVERA	Facebook
REINALDO NIÑO	Instagram
EDILSA BALDOMINO	Instagram
MARIA SOFIA MARTINEZ	Instagram
EDIO MIGUEL BARRIOS marquesado	Instagram
CARLOS MUTUMBAJOY	Instagram
VALERIA PUSHAINA	Whatsapp Business
GABRIELA PERTIAGA GONZALEZ.	
OMAIRA MANRIQUE	



NIT. 900.305.756 - 4

### **18. Informe optimización o creación de red social a 5 unidades productivas.**

Teniendo en cuenta que se cuenta con una base de 130 participantes, el diagnóstico de nivelación y habilidades digitales funciona como la primera fase de implementación de esta actividad. A partir del diagnóstico se puede evidenciar qué unidades productivas vienen desarrollando un trabajo de desarrollo digital en sus negocios.

Criterios:

no tienen ninguna RRSS + un buen desempeño  
Ó  
perfil seleccionado por tutora por buen desempeño

<b>ARTESANO/A SELECCIONADO</b>
HILBER MAURICIO HIUPA NACAVERA
EDILMA LANA
LUIS LIZANDRO RODRIGUEZ RODRIGUEZ (Cristian Rodríguez Uribe)
JOSÉ RAFAEL LADINO CRISTANCHO
MARIA FERNANDA BECERRA TORRES

### **19. Informe seguimiento a los artesanos evidenciando la respuesta o evolución semanalmente.**

Tal como se planteó en la estrategia, se realizó contacto con una base de datos de 250 artesanos para seleccionar los 130.

El seguimiento se realiza con una frecuencia estimada de contacto cada 2/3 días, con la consideración de que al ser relaciones interpersonales cada artesano va a su ritmo y utiliza el medio de comunicación de su preferencia.

También se ha hecho seguimiento al cumplimiento de tareas a través de correo electrónico. Todas las comunicaciones se registran en una matriz, la cual incluye una columna de "Comentarios" y se relaciona en el enlace a continuación.

La matriz anexa relaciona el proceso con cada taller artesanal. Las columnas de control de cada módulo relacionan dos estados del proceso:

	El artesano recibió la información (presentaciones, video tutoriales, herramientas de trabajo).
	El artesano entregó el ejercicio para el módulo.



NIT. 900.305.756 - 4

A continuación se muestra un ejemplo:

<b>ARTESANO - REPRESENTANTE LEGAL</b>	<b>T1</b>	<b>T2</b>	<b>T3</b>	<b>T4</b>	<b>T5</b>	<b>T6</b>
ADDO OBED POSSU	X	X	X			X
CHEIKARUNGUMU TORRES	X	X	X		X	
DARIO WILLIAM PAMPLONA QUINTERO		X	X	X		X
GLORIA TILE						
JORGE MANJARREZ ALMENDRALES		X	X	X	X	X

**Transversales 1: Reporte que de cuenta de la participación de los artesanos, avance en la entrega de talleres o ejercicios, indicadores de gestión y los datos sobre el proceso de capacitación.**

El acompañamiento ejecuta en tres (3) fases con el fin de garantizar primero la entrega de la información.

La matriz anexa detalla el proceso de envío de información y recepción de ejercicios.

Fase 1: envío de la información (presentaciones, video tutoriales, herramientas de trabajo).

Fase 2: envío de la actividad.

Fase 3: entrega de la actividad por parte del artesano.

#### **Anexos:**

Las herramientas aplicadas, matrices y demás medios de verificación se encuentran en la carpeta anexa.

[https://drive.google.com/drive/folders/1vEXggFva23XUXM4MUHu5ZGzW7oNScuHy?usp=share\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1vEXggFva23XUXM4MUHu5ZGzW7oNScuHy?usp=share_link)

Por su atención gracias.

Cordial saludo,

César Humberto García Prieto,  
Representante Legal  
Grupo Canales de Comunicación SAS.  
NIT. 900.305.756 - 4  
Teléfono: +57 311 451 6555  
[cesar@canalesdecomunicacion.org](mailto:cesar@canalesdecomunicacion.org)  
[cesar@somoscanales.org](mailto:cesar@somoscanales.org)



NIT. 900.305.756 - 4

## **TERCER INFORME**

### **CONTRATO ADC-2022-349**

**Brindar asistencia técnica y capacitar en temas digitales, herramientas tecnológicas y de comercio electrónico a artesanos beneficiarios de proyectos de la Empresa, así como gestionar el desarrollo de la estrategia #ArtesanoDigital.**

### **ENTREGABLE No. 3**

## **PROYECTO MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO**

20/12/2022



NIT. 900.305.756 - 4

## CONTENIDO

### A. RESUMEN EJECUTIVO

### B. ENTREGABLES

10. Diagnóstico de los artesanos que ingresan al proceso de capacitación en el 2022, que contemple mínimo: nivel de conocimiento en comercio electrónico, uso de herramientas informáticas y manejo de dispositivos electrónicos y las temáticas propuestas por Artesanías de Colombia. Caracterización y clasificación en los niveles: básico, intermedio y avanzado a los artesanos vinculados con el proceso de capacitación de 2021.
11. Caracterización de los artesanos que realizaron su proceso de capacitación en 2021, de acuerdo con su nivel de aprendizaje y desarrollo de los módulos de formación.
12. Evaluación del avance de los 121 artesanos que realizaron el proceso de capacitación en 2021 y asesoramiento para completar el proceso durante 2022, de acuerdo su nivel de formación, tecnología disponible y conectividad.
13. Desarrollo de la metodología a aplicar, de acuerdo con los resultados del diagnóstico, según el nivel de conocimiento de los artesanos (básico, intermedio y avanzado).
14. Informe de actualización de los contenidos de acuerdo al plan de capacitación en comercio electrónico 2022 contemplando recursos como: presentaciones interactivas, cartillas digitales con ejercicios prácticos, videos ilustrativos o tutoriales, infografías u otros que se consideren pertinentes.
15. Informe de capacitación y seguimiento a 126 artesanos beneficiarios y caracterizados, sobre comercio electrónico y uso de las herramientas tecnológicas.
16. Informe Implementación de herramienta en línea que permita conocer el estado y el avance de las actividades desarrolladas por parte de los artesanos.
17. Informe fortalecimiento de 20 perfiles de redes sociales de las unidades productivas creados en 2021, mediante un plan de contenidos de los artesanos.
18. Informe optimización o creación de red social a 5 unidades productivas.
19. Informe seguimiento a los artesanos evidenciando la respuesta o evolución semanalmente.

Transversales 1: Reporte que de cuenta de la participación de los artesanos, avance en la entrega de talleres o ejercicios, indicadores de gestión y los datos sobre el proceso de capacitación.

Transversales 2: Entregar como soporte para el trámite del pago y en formato digital, las memorias y contenidos desarrollados: ejercicios teórico prácticos, infografías, presentaciones, videos y demás material, como guía metodológica para ser replicados por los profesionales de Artesanías de Colombia.



NIT. 900.305.756 - 4

## A. RESUMEN EJECUTIVO

En el marco del MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO, la estrategia pedagógica y comunicativa para el “acompañamiento y asesoría en contenidos digitales para 130 artesanos seleccionados y beneficiados por Artesanías de Colombia”, parte de una encuesta diagnóstica de comunicación digital, con el fin de conocer más a profundidad el estado inicial en competencias digitales y accesibilidad tecnológica, y establecer temáticas, evidenciar alcances y definir procesos y herramientas asertivas en comunicación.

La estrategia de formación está compuesta por 36 talleres virtuales divididos en 6 módulos y una caja de herramientas para el comercio electrónico, integrada por 36 piezas pedagógicas (infografías, glosarios, videos, manuales, entre otras.), que soportan los contenidos de cada taller.

Actualmente se encuentran participando del proceso de formación digital el 90% de los artesanos convocados, quienes están recibiendo los contenidos del primer y segundo módulos de capacitación en comercio electrónico.

Durante el proceso se están implementando herramientas de sistematización, las cuales se relacionan en el presente informe con el fin de validar y evaluar el progreso de las actividades, efectuar las correcciones que sean pertinentes y evidenciar el impacto generado.

## B. ENTREGABLES

### **10. Diagnóstico de los artesanos que ingresan al proceso de capacitación en el 2022, que contemple mínimo: nivel de conocimiento en comercio electrónico, uso de herramientas informáticas y manejo de dispositivos electrónicos y las temáticas propuestas por Artesanías de Colombia. Caracterización y clasificación en los niveles: básico, intermedio y avanzado a los artesanos vinculados con el proceso de capacitación de 2021.**

El proyecto 100 Artesanos, construido e implementado en colaboración entre Artesanías de Colombia y Canales de Comunicación, lanza en octubre de 2022 su tercera edición. La experiencia adquirida por parte de los equipos ha ido fortaleciendo tanto los contenidos como la estrategia de implementación para apoyar a los artesanos en su apropiación de diferentes herramientas digitales, para el comercio de sus productos.

Por tratarse de una tercera edición, contamos con lecciones aprendidas y también nuevos desafíos. A continuación, se muestra una síntesis del alcance a finales de 2020 y 2021 e información de línea de base para este año.



NIT. 900.305.756 - 4

	2020	2021	2022
<b>Listado inicial</b>	100	142 (90 + 52)	130 (62 + 68)
<b>Sin contacto</b>	10	20	11
<b>No aceptaron</b>	0	10	10
<b>Iniciaron</b>	90	112	130
<b>Se retiraron durante el proceso</b>	20	15	-
<b>Final</b>	70	97	Objetivo 130

En la carpeta anexa "10 - DIAGNOSTICO ARTESANOS" se incluye la herramienta implementada para realizar el diagnóstico.

### **11. Caracterización de los artesanos que realizaron su proceso de capacitación en 2021, de acuerdo con su nivel de aprendizaje y desarrollo de los módulos de formación.**

El objetivo de esta tercera edición es alcanzar y acompañar a 130 artesanos y artesanas, para que fortalezcan sus habilidades de comercio electrónico. Para ello, Artesanías de Colombia elaboró un listado de base con 251 artesanos registrados, clasificados como:

- Artesanos que hacen parte de Expoartesanías.
- Artesanos que hacen parte del Marketplace.

El listado completo contiene 302 registros (cada registro es una persona), señalados por colores los artesanos que hacen parte de ambas estrategias. A su vez, se diferencian los que se encuentran Activos/Inactivos en el Marketplace. Este listado contiene dobles y triples registros de individuos.

Por eso, hicimos un primer filtro, para conocer exactamente cuántas personas están en el listado de base, lo que dio un total de 251 personas.

Entre esas 251 personas, se realizó un segundo filtro para identificar quiénes podrían continuar con su proceso ya iniciado en las ediciones anteriores de 2020 y 2021, lo que indicó que 83 artesanos y artesanas ya habían participado antes.

Por la experiencia antes mencionada, sabemos que quienes ya conocen la estrategia toman la decisión de participar, o no hacerlo, de manera más informada y, por esa razón, más comprometida.



NIT. 900.305.756 - 4

Es decir, quienes aceptan participar y ya lo han hecho antes, suelen tener una participación más activa. También sabemos que el tiempo disponible para el trabajo con estos talleres es un factor determinante para la participación. Quienes ya conocen la estrategia suelen organizarse mejor para responder y se han apropiado de los contenidos de una manera más alineada con sus necesidades e intereses.

Por lo anterior, para construir el listado de participantes dimos prioridad a los 83 artesanos y artesanas que aparecen en el listado completo de Artesanías de Colombia y ya habían participado antes. Los contactamos a todos, les informamos acerca del inicio de los talleres y les consultamos si querían retomar. A quienes respondieron afirmativamente, se les solicitó responder un formulario de "Reenganche". Este contacto dio como resultado:

	<b>Contactados</b>	<b>No contactados</b>
<b>Retoma</b>	62	0
<b>No retoma</b>	10	11
<b>Subtotal</b>	72	11

Paralelamente, los equipos de Artesanías de Colombia contactaron de manera personalizada a cada uno de los artesanos y artesanas del listado completo. A ellos se les anticipó que Canales los llamaría y se les consultó su interés por participar. Este ejercicio supone un filtro adicional, ya que en sí mismo permite identificar los números de contacto no habilitados (como teléfonos fuera de línea o sin respuesta).

Para completar el listado, y en cumplimiento de la meta de este año (130 participantes), la estrategia consistirá en contactar a participantes nuevos, con prioridad para quienes hacen parte de Expoartesanías, han manifestado interés por participar y utilizan su Whatsapp. En caso de que alguno de ellos, una vez iniciado el proceso, decida abandonarlo o deje de contestar será reemplazado por alguien más del listado original. De esa manera, buscamos llegar a quienes estén realmente interesados, comprometidos y en capacidad de responder (por tiempo o por cualquier otra razón).

<b>CLASIFICACIÓN POR NIVEL</b>	<b>CLASIFICACIÓN POR OBJETIVO ECOMMERCE</b>
Básico	Estrategia digital y contenidos digitales
Intermedio	Medios de pago y logística
Avanzado	Promoción y canales de ventas



NIT. 900.305.756 - 4

En la carpeta anexa a este informe "11-Characterización-Artesanos", se comparte el plan curricular que clasifica a los artesanos.

**12. Evaluación del avance de los 121 artesanos que realizaron el proceso de capacitación en 2021 y asesoramiento para completar el proceso durante 2022, de acuerdo su nivel de formación, tecnología disponible y conectividad.**

Participó ediciones anteriores	Artesano/a	noviembre 2022	diciembre 2022	Avance
Sí	DARIO WILLIAM PAMPLONA QUINTERO	16,67 %	27,78 %	11,11 %
Sí	LEDIS ONEIDA JARAMILLO ARIZA	8,33 %	16,67 %	8,33 %
Sí	EDGAR NAPOLEON ZAMBRANO	0,00 %	8,33 %	8,33 %
Sí	ADDO OBED POSSU	36,11 %	41,67 %	5,56 %
Sí	LUIS LIZANDRO RODRIGUEZ RODRIGUEZ (Cristian Rodríguez Uribe)	5,56 %	11,11 %	5,56 %
Sí	EVELIN MERIÑO	83,33 %	88,89 %	5,56 %
Sí	ANA TULIA MITICANOY	58,33 %	63,89 %	5,56 %
Sí	BLAS AGUSTÍN BLANCO	66,67 %	69,44 %	2,78 %
Sí	JUDITH MARINA TORRES SOLIS	44,44 %	47,22 %	2,78 %
Sí	SOL ANGEL BRIÑEZ	33,33 %	36,11 %	2,78 %
Sí	JORGE MANJARREZ ALMENDRALES	27,78 %	30,56 %	2,78 %
Sí	MARTHA BORJA	2,78 %	5,56 %	2,78 %
Sí	ISNARDI GIUPA GUASIRUMA	0,00 %	2,78 %	2,78 %
Sí	OLGA GUAURIYU (AILIN ACOSTA PUSHAINA)	0,00 %	2,78 %	2,78 %
Sí	VALERIA ANGELINA PUSHAINA MARIN	0,00 %	2,78 %	2,78 %
Sí	LUISA ISABEL FLOREZ SALGADO	13,89 %	16,67 %	2,78 %
Sí	LIGIA MARINA JUAJIBIOY MUTUMBAJOY	88,89 %	88,89 %	0,00 %
Sí	FRANCISCO JAVIER SILVA GOMEZ	86,11 %	86,11 %	0,00 %
Sí	ARCENIO MOYA ORTIZ	66,67 %	66,67 %	0,00 %
Sí	ENITH PATRICIA HURTADO	61,11 %	61,11 %	0,00 %
Sí	GABRIELA PERTIAGA GONZALEZ.	50,00 %	50,00 %	0,00 %



NIT. 900.305.756 - 4

Sí	ADEINIS BOSCAN GONZALES (SHARLEY HIJA)	47,22 %	47,22 %	0,00 %
Sí	LUZ MARIA RODRIGUEZ RODRIGUEZ	41,67 %	41,67 %	0,00 %
Sí	SILVIA AMÉZQUITA VARGAS	33,33 %	33,33 %	0,00 %
Sí	DEIRA TOMASA QUIÑONES MURILLO	25,00 %	25,00 %	0,00 %
Sí	ALCIDES MANUEL VIDES BOHORQUEZ	22,22 %	22,22 %	0,00 %
Sí	CHEIKARUNGUMU TORRES	22,22 %	22,22 %	0,00 %
Sí	OMAIRA MANRIQUE	22,22 %	22,22 %	0,00 %
Sí	ERICA MERCEDES BARRAZA VALETH	19,44 %	19,44 %	0,00 %
Sí	GLORIA ELFY BAYER	19,44 %	19,44 %	0,00 %
Sí	EDILSA ISABEL BALDOMINO DE ANGULO	16,67 %	16,67 %	0,00 %
Sí	FLOR DEL CARMEN IMBACUAN PANTOJA	16,67 %	16,67 %	0,00 %
Sí	HILBER MAURICIO HIUPA NACAVERA	16,67 %	16,67 %	0,00 %
Sí	JUANA DE DIOS DIAZ	16,67 %	16,67 %	0,00 %
Sí	REINALDO NIÑO HERNANDEZ	16,67 %	16,67 %	0,00 %
Sí	EDIO MIGUEL BARRIOS MARQUEZ (JOHNNY - HIJO)	13,89 %	13,89 %	0,00 %
Sí	TUMINEL SANTACRUZ MONTOYA	13,89 %	13,89 %	0,00 %
Sí	MARIA SOFIA MARTINEZ (SANDRA PATRICIA MESTRE)	11,11 %	11,11 %	0,00 %
Sí	JOSE PABLO NEIKASE	8,33 %	8,33 %	0,00 %
Sí	LUIS PERTUZ (LUISA MARÍA - HIJA)	8,33 %	8,33 %	0,00 %
Sí	ANGELICA CHILES	5,56 %	5,56 %	0,00 %
Sí	JENNY MEJÍA ( Representante Legal MARCELINO CHASOY)	5,56 %	5,56 %	0,00 %
Sí	MARINA NIÑO CELIS	5,56 %	5,56 %	0,00 %
Sí	CARLOS MUTUMBAJOY	2,78 %	2,78 %	0,00 %
Sí	LAUREANO MELO	2,78 %	2,78 %	0,00 %
Sí	LIBIA HERMINIA VILLANEDA	2,78 %	2,78 %	0,00 %
Sí	REINALDO ANTONIO HERNANDEZ TILANO	2,78 %	2,78 %	0,00 %
Sí	TEODULA MANCILLA RODRIGUEZ	2,78 %	2,78 %	0,00 %
Sí	BERTHA LIDIA ORTEGA MELO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Sí	BLANCA LILIA LEGUIZAMON	0,00 %	0,00 %	0,00 %



NIT. 900.305.756 - 4

Sí	CLAUDIA MARLENY RAMIREZ	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Sí	DORIS JAJJOY CHINDOY	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Sí	GLORIA TILE	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Sí	HERMES MANJARREZ ALMENDRALES	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Sí	JAIME ARRIETA / CELMIRA BUELVAS ESCALANTE /	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Sí	LISTBINA BECERRA RENGIFO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Sí	NELLY FLECHAS SANDOVAL	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Sí	SANDRA PATRICIA HOYOS	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Sí	YANELY ISMARE PIRAZA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Sí	YUDY MILENA JAMIOY CHICUNQUE	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	OLGA CASTRO DE PADILLA	0,00 %	22,22 %	22,22 %
No	JOSÉ RAFAEL LADINO CRISTANCHO	0,00 %	11,11 %	11,11 %
No	REINEL MENDOZA MONTALVO	0,00 %	11,11 %	11,11 %
No	EDILMA LANA	0,00 %	8,33 %	8,33 %
No	FRANCISCO ANTONIO POSADA HERRERA (Silvia Camargo)	0,00 %	8,33 %	8,33 %
No	JORGE ANTONIO ROCHA JIMENEZ	0,00 %	8,33 %	8,33 %
No	JOSE ISIDRO URREA CORTES (MARTHA JARAMILLO)	0,00 %	5,56 %	5,56 %
No	MANUEL ANTONIO PERTUZ MENDOZA	0,00 %	5,56 %	5,56 %
No	MARIA FERNANDA BECERRA TORRES	0,00 %	5,56 %	5,56 %
No	CRISANTO CAICEDO DELGADILLO (LADY CAICEDO)	0,00 %	2,78 %	2,78 %
No	DELIO FERNANDO ORTEGA JUAGIBIOY	0,00 %	2,78 %	2,78 %
No	DINNA MARCELA JANSASOY CHINDOY	0,00 %	2,78 %	2,78 %
No	IMELDA RUIZ CAMPUZANO	0,00 %	2,78 %	2,78 %
No	JORGE ELIAS RODRIGUEZ CETINA	0,00 %	2,78 %	2,78 %
No	LUZ MYRIAM LEON DE CABEZAS	0,00 %	2,78 %	2,78 %
No	LUZ STELLA REMOLINA	0,00 %	2,78 %	2,78 %
No	MARIA STELLA CABRERA ERAZO	0,00 %	2,78 %	2,78 %
No	MARIA TORRES SARMIENTO	0,00 %	2,78 %	2,78 %
No	MERCEDES SANTACRUZ	0,00 %	2,78 %	2,78 %



NIT. 900.305.756 - 4

No	SANTIAGO MATEO MUÑOZ PONCE	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	WILLIAN DIEGO CHICUNQUE AGREDA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	ALEXANDER DAVID VANEGAS DAZA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	ALICIA GUASORNA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	ANA DILSA TORRES	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	ANGEL MARINO JACANAMEJOY	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	ANGELA JHOANA JACANAMEJOY JUAJIBIOY	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	ANGELA PATRICIA GRIJALBA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	ANGELICA MARIA TUNUBALA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	AYDA MONTEZUMA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	AYDE DEL SOCORRO MOTAZUMA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	BLANCA RINCON PICO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	CARLOS ARMANDO AGREDA CHICUNQUE	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	CARLOS JIMENEZ	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	CARMELO CASTILLO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	CARMEN LUCIA DUARTE REYES	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	CAROLINA MORENO BERNAL	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	CECILIA PEREZ MORENO (ANA MARÍA)	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	CLARA EUGENIA OSPINA MONTERO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	EDITH LUZ CIPRIANO MEDRANO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	EDUARD MARTINEZ CANO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	EDWIN ARMANDO ORTEGA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	ELIGIO ROJAS QUINTANA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	ESTRELLA MARIA ANGULO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	EUFEMIA ESTHER CALDERÓN IGUARAN	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	FANNY PAREDES MONTERO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	FERNANDO SALVADOR NARVAEZ AGREDA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	GABINO HERNANDEZ	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	GERARDO HURTADO	0,00 %	0,00 %	0,00 %



NIT. 900.305.756 - 4

No	GERMAN ELIECER LASSO CHICUNQUE	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	GILMA M AGREDA CHICUNQUE	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	GLADYS NACAVERA GIUPA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	GLORIA STELLA MOLANO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	GUILLERMINA SIGUANA EPIEYU	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	GUILLERMO ENRIQUE DE LA CRUZ	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	INDIRA MENDIOLA MONTERO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	JACKSON SUAREZ VELA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	JAIME LEDESMA GÓMEZ	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	JAIRO BURBANO GALLARDO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	JAVIER CARRILLO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	JHON EDISON JUAGIBIOY JUAGIBIOY	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	JOHN FREDY HOYOS	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	JOSE SAMUEL HURTADO MEJIA (SAMUEL ALEJANDRO - HIJO)	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	JULIO RAMON CRISTANCHO FAGUA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	LUIS ANTONIO JARAMILLO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	LUZ MARINA AGREDA CHICUNQUE	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	LUZ MARINA TRUJILLO CARVAJAL (MARÍA ANGÉLICA - HIJA)	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	MARCIAL MONTALVO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	MARIA ALICIA ROCHA PAEZ	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	MARIA NILSA GRUESO DURA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	MARIO DELGADO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	MARLEBY MUÑOZ JIMENEZ	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	MIGUEL ANGEL TULCAN	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	NAZLY ZAROLY ERAZO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	NELSON DE JESUS ZULUAGA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	OLGA LUCIA HERRERA ROMERO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	OLGA MARIA ORTEGA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	OSCAR PEDRO AGREDA	0,00 %	0,00 %	0,00 %



NIT. 900.305.756 - 4

No	OSVALDO E. HERRERA TRONCOSO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	PABLO BACARES	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	RAMIRO MORENO GAITAN	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	REYNEL HUMBERTO FORERO GARCIA	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	RODRIGO ARIEL PINCHAO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	ROSA ORTEGA / DENIS SALCEDO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	ROSMARI ANGULO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	SOLEDAD TORRES TELLO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	VICTOR JARAMILLO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	YANERIS MARIA ANGULO ROMERO	0,00 %	0,00 %	0,00 %
No	YURLEY DEL SOCORRO DE JESUS PEÑA	0,00 %	0,00 %	0,00 %

### **13. Desarrollo de la metodología a aplicar, de acuerdo con los resultados del diagnóstico, según el nivel de conocimiento de los artesanos (básico, intermedio y avanzado).**

La implementación se sustenta en el desarrollo, monitoreo y evaluación de resultados obtenidos en la estrategia durante 2020 y 2021, considerando un criterio transversal de caracterización de artesanos y artesanas, que consiste en la participación en Expoartesanías y el Marketplace de Artesanías de Colombia.

A partir de estas bases se dará continuidad al trabajo avanzado durante 2021 con los artesanos y artesanas que vienen en proceso y, a quienes se incorporan por primera vez a la estrategia., se desarrollarán estrategias puntuales enfocadas en habilidades para la feria y la gestión del marketplace.

#### **Contenidos**

La propuesta se conforma, al igual que en 2021, por 36 talleres virtuales organizados en 6 módulos. Cada taller consta de uno o más videos explicativos de una temática específica, anclada en una habilidad digital a desarrollar en los participantes, una herramienta de apoyo que sintetiza, amplía o detalla el contenido del taller (infografías, glosarios, paso a paso, entre otras) y una tarea a resolver por cada participante. Los 36 talleres se mantuvieron en las temáticas y organización por módulos propuesta en la primera edición. La propuesta busca ser autogestionada por cada artesano y artesana participante, de manera asincrónica y acompañada por tutores de manera personalizada.



NIT. 900.305.756 - 4

## **Estrategia**

El equipo de Canales que lleva adelante la estrategia de “acompañamiento y asesoría en contenidos digitales para 130 artesanos que serán seleccionados y beneficiados por Artesanías de Colombia” se conforma por un coordinador y tres tutores que monitorean y acompañan el desempeño de los participantes de manera personalizada. Cada miembro del equipo mantiene contacto con un grupo de artesanos, se asegura de que reciban los contenidos, hace recomendaciones de los talleres más pertinentes para cada caso, resuelve consultas y hace seguimiento de entrega de tareas, así como su correspondiente registro.

El desarrollo y resultados de la estrategia se registran en una tabla de datos en Excel que resume el total de participantes, talleres, envíos del contenido y entregas de tareas. De esta manera, cada artesano y artesana participante puede identificar a su tutor durante el proceso. La estrategia requiere que el participante tenga alguna herramienta donde recibir los talleres. Idealmente, móvil. Alternativamente, computador o Tablet.

También requiere algún tipo de conexión a Internet, ya sea mediante plan de datos o recargas, y señal más o menos estable en algún momento de la semana. En resumen, se espera que cada participante reciba los contenidos, mire los videos y herramientas, resuelva las tareas y envíe a su tutor la tarea resuelta.

En la carpeta anexa a este informe “13-Metodología” , se comparte el documento metodológico y plan curricular de la estrategia.

### **14. Informe de actualización de los contenidos de acuerdo al plan de capacitación en comercio electrónico 2022 contemplando recursos como: presentaciones interactivas, cartillas digitales con ejercicios prácticos, videos ilustrativos o tutoriales, infografías u otros que se consideren pertinentes.**

El plan de capacitación está estructurado por 36 talleres virtuales organizados en 6 módulos. Cada taller consta de uno o más videos explicativos de una temática específica, anclada en una habilidad digital a desarrollar en los participantes, una herramienta de apoyo que sintetiza, amplía o detalla el contenido del taller (infografías, glosarios, paso a paso, entre otras) y una tarea a resolver por cada participante. Los 36 talleres se mantuvieron en las temáticas y organización por módulos propuesta en la primera edición.

Durante el proceso se revisaron todos los contenidos del año 2021, se ajustaron todos los links de acceso y se realizaron pruebas de visualización para facilitar su uso por parte de los artesanos y artesanas.

Los contenidos están diseñados para llevar a cabo una metodología autogestionada por cada artesano y artesana participante, de manera asincrónica y acompañada por tutores de manera personalizada.



NIT. 900.305.756 - 4

Para aumentar el cumplimiento de tareas, se consideraron acciones que mejoren el sentido de la propuesta en aprendizajes y organización. Para quienes respondieron el reenganche se indagó en cuál sería un objetivo de mejorar sus habilidades digitales. Paralelamente, se aplicaron las recomendaciones del equipo de Artesanías de Colombia acerca de cuáles talleres eran más relevantes para cada artesano o artesana. También se revisaron contenidos de acuerdo a recomendaciones de esos equipos para hacerlos más accesibles, más explicativos y más transferibles a las tareas de producción y participación en ferias.

Se comparte el detalle de los contenidos actualizados:

**Módulo 3: Taller 15:** Actualización de las funciones para las historias en cuestión de stickers.

Módulo 3. PROMOCIÓN Y VENTA DIGITAL	
TALLER 15	
<b>Instagram y Facebook</b>	<a href="https://www.loom.com/share/cc18bc13ea2245dabedc49128d1914cf?sharedAppSource=personal_library">https://www.loom.com/share/cc18bc13ea2245dabedc49128d1914cf?sharedAppSource=personal_library</a>
	<a href="https://www.loom.com/share/060031f147b74ba8a55c264c06b740ea?sharedAppSource=personal_library">https://www.loom.com/share/060031f147b74ba8a55c264c06b740ea?sharedAppSource=personal_library</a>
	<a href="https://www.loom.com/share/735cd6f5dada429d9c3d84331568714f?sharedAppSource=personal_library">https://www.loom.com/share/735cd6f5dada429d9c3d84331568714f?sharedAppSource=personal_library</a>
	<a href="https://www.loom.com/share/64024c2a34e4447db682c0f0063990a6?sharedAppSource=personal_library">https://www.loom.com/share/64024c2a34e4447db682c0f0063990a6?sharedAppSource=personal_library</a>
	<a href="https://www.loom.com/share/fbafd1243ef24f6d9102f944697a287a?sharedAppSource=personal_library">https://www.loom.com/share/fbafd1243ef24f6d9102f944697a287a?sharedAppSource=personal_library</a>

**Módulo 6: Taller 36:** Se rediseñó el taller 36, el cual se enfocó en estrategia de marketing para la feria. Los contenidos a abordar son:

- Planeación y programación de contenidos (antes, durante y después).
- Live shopping.
- Herramientas de pago (QR y links de pago)

**Anexos:**

A través del siguiente enlace se puede acceder a los contenidos completos:

[https://drive.google.com/drive/folders/1ZcDs0VLY-f2gU5cjAyR8tb0gFyV8w4tM?usp=share\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1ZcDs0VLY-f2gU5cjAyR8tb0gFyV8w4tM?usp=share_link)



NIT. 900.305.756 - 4

### **15. Informe de capacitación y seguimiento a 126 artesanos beneficiarios y caracterizados, sobre comercio electrónico y uso de las herramientas tecnológicas.**

El equipo conformado para el desarrollo de la estrategia de *“acompañamiento y asesoría en contenidos digitales para 126 artesanos que serán seleccionados y beneficiados por Artesanías de Colombia”* está compuesto por una coordinadora y tres tutores que monitorean y acompañan el desempeño de los participantes de manera personalizada.

Cada integrante del equipo mantiene contacto con un grupo de artesanos, se asegura de que reciban los contenidos, hace recomendaciones de los talleres más pertinentes para cada caso, resuelve consultas y hace seguimiento de entrega de tareas, así como su correspondiente registro.

El desarrollo y resultados de la estrategia se registran en una tabla de datos que resume el total de participantes, talleres, envíos del contenido y entregas de tareas. De esta manera, cada artesano y artesana participante puede identificar a su tutor durante el proceso.

La estrategia requiere que el participante tenga alguna herramienta donde recibir los talleres, idealmente, teléfono móvil; alternativamente, computador o Tablet. También requiere algún tipo de conexión a Internet, ya sea mediante plan de datos o recargas, y señal más o menos estable en algún momento de la semana. En resumen, el proceso consiste en que cada participante reciba los contenidos, mire los videos y herramientas, resuelva las tareas y envíe a su tutor la tarea resuelta.

A 12 de noviembre de 2022 se completó la etapa que denominamos “Reenganche” con los participantes de 2021, así como la vinculación de los demás participantes para 2022. Esta consistió en contactos telefónicos, contactos vía correo electrónico y contactos por Whatsapp para informar que se reiniciarían los talleres, en la aplicación de un cuestionario que indagó en su experiencia con herramientas digitales durante 2021 y en la identificación de voluntad de retomar los talleres de manera individual.

### **16. Informe Implementación de herramienta en línea que permita conocer el estado y el avance de las actividades desarrolladas por parte de los artesanos.**

Implementación de una plataforma virtual que permite integrar los contenidos del plan de capacitación con el proceso de avance de las unidades productivas en el uso de herramientas tecnológicas y la actualización y mantenimiento de redes sociales.

Acceso a cada módulo de la herramienta en línea:

Módulo 1: <https://padlet.com/100artesanos/dmr1vvs46nsvxf9a>

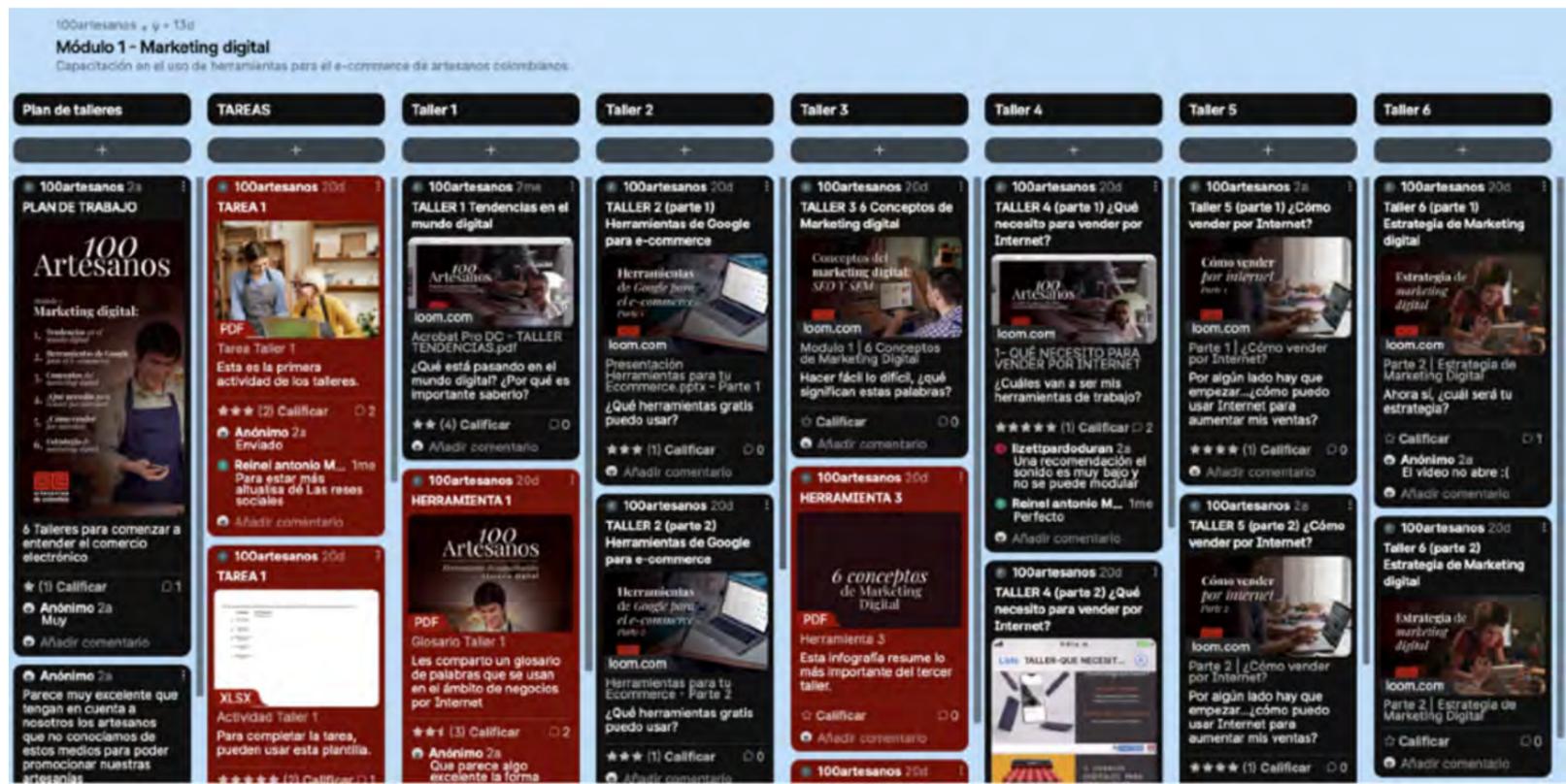
Módulo 2: <https://padlet.com/100artesanos/aaysnx024qr8eazq>

Módulo 3: <https://padlet.com/100artesanos/9ra7urvvis3a42ym>

Módulo 4: <https://padlet.com/100artesanos/ft35u9qk5nqwrf40>

Módulo 5: <https://padlet.com/100artesanos/xi4he9vfm759wca9>

Módulo 6: <https://padlet.com/100artesanos/j4wumx2dtzaardut>



## 17. Informe fortalecimiento de 20 perfiles de redes sociales de las unidades productivas creados en 2021, mediante un plan de contenidos de los artesanos.

Como en las ediciones anteriores, en 2022 también se realizó un ejercicio de fortalecimiento de redes sociales de un grupo de participantes seleccionados según diferentes criterios. En 2021 Canales había optimizado los perfiles de Instagram, Facebook o Whatsapp Business de 29 participantes. Estos fueron seleccionados según los criterios de cumplimiento de tareas y participación activa, y la selección estuvo a cargo del equipo de tutores. En 2022, en cambio, se consolidó un listado que combinó el seguimiento a perfiles optimizados en 2021 y perfiles nuevos.

De los 29 artesanos y artesanas que se beneficiaron con esta optimización en 2021, 18 retomaron actividades en la edición de 2022. Ellos fueron incluidos en el listado de redes a fortalecer de manera automática, por ser una oportunidad para el seguimiento de unos perfiles luego de un año de uso por parte de sus dueños y dueñas. El resultado de este trabajo fue 11 perfiles optimizados y 7 perfiles analizados, a los que se envió recomendaciones y un plan de contenidos.

Artesanos/as	RRSS optimizadas 2021-2022
--------------	----------------------------



NIT. 900.305.756 - 4

LIGIA MARINA JUAJIBIOY MUTUMBAJOY	Instagram
FRANCISCO SILVA	Facebook
EVELIN MERIÑO	Instagram
BLAS AGUSTÍN BLANCO	Facebook
ARCENIO MOYA ORTIZ	Instagram
ENITH PATRICIA HURTADO	Instagram
ADEINIS BOSCAN GONZALES (SHARLEY HIJA)	Instagram
OMAIRA MANRIQUE	Instagram
JORGE MANJARREZ ALMENDRALES	Instagram
ERICA BARRAZA	Instagram
GLORIA ELFY BAYER	Instagram
HILBER MAURICIO HIUPA NACAVERA	Facebook
REINALDO NIÑO	Instagram
EDILSA BALDOMINO	Instagram
MARIA SOFIA MARTINEZ	Instagram
EDIO MIGUEL BARRIOS marquesado	Instagram
CARLOS MUTUMBAJOY	Instagram
VALERIA PUSHAINA	Whatsapp Business

## **18. Informe optimización o creación de red social a 5 unidades productivas.**

Teniendo en cuenta que se cuenta con una base de 130 participantes, el diagnóstico de nivelación y habilidades digitales funciona como la primera fase de implementación de esta actividad. A partir del diagnóstico se puede evidenciar qué unidades productivas vienen desarrollando un trabajo de desarrollo digital en sus negocios.

Se seleccionaron 7 perfiles nuevos para asesorar. En un inicio, se tomó la decisión de seleccionar a aquellos participantes que no tuvieran perfil de Instagram creado para efectivamente crearles uno y generar, de esa manera, un impacto significativo en su participación en comercio digital. Sin embargo, esta selección fue infructuosa porque la mayoría de los consultados ya tenían perfiles, solo no los tenían en uso. Por esta razón, se retomó el criterio de buen desempeño en la realización de tareas y participación activa para completar el grupo de 7. Estos artesanos fueron contactados, informados del ejercicio y también de que recibirían unas recomendaciones y un plan de contenidos.



NIT. 900.305.756 - 4

Criterios:

no tienen ninguna RRSS + un buen desempeño

Ó

perfil seleccionado por tutora por buen desempeño

Artisanos/as	RRSS optimizadas 2022
JORGE ANTONIO ROCHA JIMENEZ	Instagram
FRANCISCO ANTONIO POSADA HERRERA	Instagram
LUIS LIZANDRO RODRIGUEZ RODRIGUEZ	Instagram
JOSÉ RAFAEL LADINO CRISTANCHO	Instagram
MARIA FERNANDA BECERRA TORRES	Instagram
OLGA CASTRO DE PADILLA	Instagram
REINEL MENDOZA MONTALVO	Instagram

### **19. Informe seguimiento a los artesanos evidenciando la respuesta o evolución semanalmente.**

Tal como se planteó en la estrategia, se realizó contacto con una base de datos de 250 artesanos para seleccionar los 130.

El seguimiento se realiza con una frecuencia estimada de contacto cada 2/3 días, con la consideración de que al ser relaciones interpersonales cada artesano va a su ritmo y utiliza el medio de comunicación de su preferencia.

También se ha hecho seguimiento al cumplimiento de tareas a través de correo electrónico. Todas las comunicaciones se registran en una matriz, la cual incluye una columna de "Comentarios" y se relaciona en el enlace a continuación.

La matriz anexa relaciona el proceso con cada taller artesanal. Las columnas de control de cada módulo relacionan dos estados del proceso:

	El artesano recibió la información (presentaciones, video tutoriales, herramientas de trabajo).
	El artesano entregó el ejercicio para el módulo.

A continuación se muestra un ejemplo:



NIT. 900.305.756 - 4

ADDO OBED POSSU	x	x	x			x
CHEIKARUNGUMU TORRES	x	x	x		x	
DARIO WILLIAM PAMPLONA QUINTERO		x	x	x		x
GLORIA TILE						
JORGE MANJARREZ ALMENDRALES		x	x	x	x	x

### Anexo base de datos:

[https://drive.google.com/drive/folders/1hUf7-FSBDFhM6wGZH6RuG0PJF3tDBczy?usp=share\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1hUf7-FSBDFhM6wGZH6RuG0PJF3tDBczy?usp=share_link)

Adicional a la entrega de tareas completadas, que pueden verificarse aquí [TAREAS ENTREGADAS](#) puede considerarse el indicador de respuesta a las tutoras de la estrategia, que nos permitió distinguir durante las semanas de implementación quiénes se encontraban activos (y efectivamente estaban recibiendo los contenidos) más allá de tener tiempo disponible para resolver las actividades. El registro de chats de Whatsapp con cada uno de los participantes es evidencia de lo anterior: [CHATS DE WA](#)

Es importante tener en cuenta que muchos y muchas participantes se encontraban en noviembre de 2022 preparándose para Expoartesanías, específicamente terminando la producción para vender en diciembre. Muchos y muchas de las participantes manifestaron esta dificultad para entregar tareas, pero valorando positivamente el contenido recibido.

Esta situación permite sugerir que es importante reforzar a cada participante que este contenido estará disponible más allá de la duración de la estrategia; que la aplicación de esta estrategia en otro momento del año (en la que los artesanos y artesanas no estén abocados a Expoartesanías) podría mejorar los índices de entrega de tareas; que el contenido y el apoyo para el uso de herramientas digitales es altamente valorado y podría ampliarse la estrategia a más participantes con las adaptaciones necesarias.

### TALLER PRESENCIAL DE CIERRE

El lunes 19 de diciembre de 2022 se realizó un evento presencial al que se invitó a todos los participantes de la estrategia.

**¡No dejes pasar mucho tiempo!**  
“Aprovecha el cliente en caliente”

8:00 AM

Estrategias digitales después de la feria

**Corferias**  
Lunes 19 de diciembre 2022  
Salón 3, borde activo

artesanías de colombia

**¡No dejes pasar mucho tiempo!**  
“Aprovecha el cliente en caliente”

Estrategias digitales después de la feria  
8:00 am

**Corferias**  
Lunes 19 de diciembre 2022  
Salón 3, borde activo

artesanías de colombia

En ese taller, se presentaron estrategias digitales en relación a la participación de ferias presenciales, lo que constituye uno de los ejes argumentativos de esta estrategia: la tecnología es un pilar fundamental para las ventas hoy en día, tanto a distancia como presenciales. Participaron 20 personas.

**Transversales 1: Reporte que de cuenta de la participación de los artesanos, avance en la entrega de talleres o ejercicios, indicadores de gestión y los datos sobre el proceso de capacitación.**

El acompañamiento ejecuta en tres (3) fases con el fin de garantizar primero la entrega de la información.



NIT. 900.305.756 - 4

La matriz anexa detalla el proceso de envío de información y recepción de ejercicios.

Fase 1: envío de la información (presentaciones, video tutoriales, herramientas de trabajo).

Fase 2: envío de la actividad.

Fase 3: entrega de la actividad por parte del artesano.

**Transversales 2: Entregar como soporte para el trámite del pago y en formato digital, las memorias y contenidos desarrollados: ejercicios teórico prácticos, infografías, presentaciones, videos y demás material, como guía metodológica para ser replicados por los profesionales de Artesanías de Colombia.**

**Anexos:**

Las herramientas aplicadas, matrices y demás medios de verificación se encuentran en la carpeta anexa.

[https://drive.google.com/drive/folders/1vEXggFva23XUXM4MUHu5ZGzW7oNScuHy?usp=share\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1vEXggFva23XUXM4MUHu5ZGzW7oNScuHy?usp=share_link)

Por su atención gracias.

Cordial saludo,

César Humberto García Prieto,  
Representante Legal  
Grupo Canales de Comunicación SAS.  
NIT. 900.305.756 - 4  
Teléfono: +57 311 451 6555  
[cesar@canalesdecomunicacion.org](mailto:cesar@canalesdecomunicacion.org)  
[cesar@somoscanales.org](mailto:cesar@somoscanales.org)



