

PROYECTO:
“Fortalecimiento y desarrollo de la actividad artesanal
en la ciudad de Bogotá”

MÓDULO 5:
Comercialización

Documento final del Plan para fortalecer la comercialización de la artesanía en Bogotá

Por:
Unión Temporal de Artesanías para la Prosperidad

Octubre 2014



1. INTRODUCCION

La artesanía en la Ciudad de Bogotá, no cuenta con una identificación propia debido a la afluencia de personas de otras culturas que se han establecido en la Ciudad, hay una gran variedad de oficios que provienen de la tradición de diversos pueblos indígenas, tradiciones de diferentes regiones del país y oficios que se han ido transformando y adquiriendo características propias de la cultura de nuestro país. La Ciudad cuenta con una gran variedad de artesanos que trabajan en diversas localidades de la Ciudad, pero que estratégicamente se pueden ubicar en cuanto a producción tales como La Candelaria, donde están ubicados en una zona gran cantidad de joyeros, Suba con los tejidos de los Muiscas, pero en cuanto a la comercialización las localidades donde se ubican para la producción no siempre son propicias para desarrollar ésta labor.

Para los Artesanos, la comercialización de los productos es un inconveniente que surge de los pocos espacios dedicados a las artesanías, aquellos a los que pueden ingresar son costosos y poco accesibles para pagarlos, los canales indirectos buscan llevarse la totalidad de la utilidad dejando unos márgenes que no les permite tener una calidad de vida que esté acorde con la labor que desarrollan y el esfuerzo y dedicación en la producción. Siendo para ellos clave adquirir los productos artesanales directamente en las regiones de producción donde pueden adquirir los productos a un precio más bajo, Lo anterior hace necesario que se procure lograr un nivel de equilibrio que favorezca no solo a los grandes intermediarios de las artesanías sino también a los artesanos, que son quienes incurren en los costos de producción y subsisten de este oficio.

La Artesanía es producida totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, pero siempre hay una contribución manual directa del artesano, lo que implica que la elaboración de productos es serie sea prácticamente imposible para un artesano, es por ello que una estrategia de comercialización recomendada es agruparse en Asociaciones, de una parte para generar mayor credibilidad en su condición de Empresa y de otra la posibilidad de producir cantidades en caso de requerirse.

Con el propósito de favorecer al sector de las artesanías, se hace necesario brindar un acompañamiento a los artesanos, identificando cuáles son las artesanías que tienen mayor salida, las tendencias, calidad, asesorías para la imagen, se ha evidenciado que en ocasiones producen artículos poco comerciales o carecen de utilidad, es importante que elaboren



productos que sean fáciles para la comercialización, por su utilidad, creatividad, atracción especial en su tradición y belleza y contengan un alto grado de competitividad ante otros productos que están inundando en mercado tales como los productos chinos.

La comercialización de la Artesanía se encuentra apoyada por programas como las carpas que el IPES suministra a los artesanos para que exhiban sus productos en ferias estacionales que se ubican en diferentes localidades de la Ciudad, donde no incurren en altos costos por concepto de alquiler de stand o arriendo cuando los ubican por meses. Estos programas buscan favorecer a la población desplazada en general, en donde se incluyen gran número de artesanos, pero desafortunadamente ha resultado un espacio en donde la venta de productos chinos se ha masificado y ha dejado a un lado la venta de artesanías por los precios poco competitivos con el mercado chino; resulta importante ubicar estratégicamente las carpas de artesanos en un sitio exclusivo donde no sufran con las bajas ventas al final de la temporada o los lleven a entregar sus productos por sumas que no alcanzan ni a cubrir los costos por el afán de salir de los productos.

Si bien es cierto que el Estado tiene programas de ayuda al sector artesanal con entidades como el IPES, a través de las alcaldías menores, no debemos desconocer que la Industria Nacional es un ente importante desde donde se puede apoyar la labor artesanal, ya sea a través de la compra de artículos como souvenir, regalos, tarjetas de presentación, artículos decorativos y con la posibilidad de establecer alianzas con Empresas que tengan la posibilidad de incluir en su producción accesorios artesanales que ayuden a identificar el producto nacional.

La visita de los turistas a la Ciudad crean un gran impacto con la compra de productos artesanales que son del mayor agrado para los extranjeros que ven en el trabajo manual, valores agregados que vale la pena adquirir. Es por ello que desde el momento en que arriben al hotel sería importante contar con un stand o vitrina donde puedan disfrutar de los productos propios de nuestra cultura, facilitando a quienes de paso o no cuentan con el tiempo necesario para salir de compras adquirir fácilmente los productos exhibidos o hacer el pedido mediante un catálogo que incluya un directorio de artesanos que se afilien y tengan la disponibilidad de entregar a domicilio el producto.

Así mismo los hoteles son entidades que promueven la cultura de nuestro país, sería de gran ayuda para el sector artesanal que incluyan en la decoración artículos artesanales que nos identifiquen.



La comercialización tradicional de cualquier tipo de producto incluyendo los artesanales, ha buscado contacto directo con los clientes potenciales con la estrategia de **Comercio Electrónico** ó **E-Commerce**. Este tipo de comercialización está impactando directamente a los artesanos, debido a que internet alcanza cada vez más la participación de los usuarios de Colombia y el mundo, convirtiéndose en una estrategia no solo para profesionales sino para cualquier tipo de empresario interesado en vender su producto y alcanzar rápidamente las metas en su negocio. Los cambios en la comunicación han transformado los canales de información y comercialización de productos a tal punto de lograr una comunicación de doble vía con los clientes tanto actuales como potenciales.

Esta estrategia tiene diferentes ventajas que hacen competitivos artesanos para comercializar directamente sus productos: Generan credibilidad y transparencia, administran su presupuesto en tiempo real, logran medir efectivamente el retorno a la inversión, segmentan fácilmente su mercado, determinan los intereses del cliente, aprenden a interactuar con diferentes medios de comunicación, escucha directamente las opiniones de sus clientes y comunicación constante con los clientes.

El resultado que se puede alcanzar con un e-commerce responsable y constante es la confianza en los clientes y usuarios, reflejando una mejor calidad en el servicio ya que se comparten temas representativos y de mayor interés a cerca del producto como por ejemplo tradición, técnica utilizada en su elaboración, innovación en el producto, entre otros. Es importante resaltar que la comunicación digital permite llevar a cabo negocios de ágil respuesta, generando satisfacción constante en los clientes y fidelización de los mismos; otra gran ventaja son los pagos de contado permitiendo al artesano contar con flujo de caja permanente para reinventar en nuevos diseños y productos, lo cual es una ventaja frente a la comercialización indirecta, ya que los productos generalmente son dejados en consignación y los pagos los postergan a 30, 60 días y más, dejando al artesano sin capital de trabajo.

2. PLAN PARA FORTALECER LA COMERCIALIZACIÓN

ITEM	ACTIVIDAD	OBSERVACIONES Y/O RESULTADOS	EVIDENCIAS
ESTRATEGIAS DE MERCADO	Identidad artesanal en Bogotá	En conjunto con el módulo de diseño buscar un slogan y/o marca y/o identidad que nos ayude a posicionar la artesanía de Bogotá, logrando de esta manera incursionar en el mercado local y dar a conocer que en la Ciudad contamos con artesanos capaces de producir artesanías de alta calidad.	N/A
		La gran mayoría de los artesanos en la Ciudad de Bogotá se	

	Asociación de los Artesanos	<p>encuentran trabajando de manera individual y no se han agrupado en asociaciones que den más confianza a los comercializadores. En las visitas efectuadas se encontró:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los Comercializadores intermediarios, tienen definidos a sus proveedores. 2. Adquieren los productos a asociaciones de artesanos de las diferentes zonas del país, ya que les genera mayor confiabilidad. 3. Adquieren a artesanos en Bogotá recomendados de manera especial. 4. En conversación con ellos manifiestan que no es fácil adquirir los productos a personas que se acercan a ofrecer los productos porque no les produce confianza por la seriedad, cumplimiento y calidad con la entrega de los productos 	N/A
		<p>En conversación con los artesanos se encontró:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los Artesanos no cuentan con una forma o esquema de comercialización de sus productos. 2. Los artesanos no encuentran en la artesanía una forma de trabajo para el sustento, lo que los lleva a dedicarse a actividades alternas que les las cuales ayuda a recibir ingresos y cubrir sus necesidades básicas. 	
		<p>Conclusión: se considera importante contribuir a que estos se agremien en asociaciones a nivel de la Ciudad de Bogotá donde puedan tener una identidad y generar confianza en los clientes potenciales.</p>	

	Enfoque Institucional	Establecer alianzas estratégicas con Empresas reconocidas que estén dedicadas a la producción de artículos decorativos (ej: Brissa), accesorios (ej: Carolina Cruz), marroquinería y cuero (ej: Bossi), que introduzcan en su colección artículos artesanales.	Carta de Invitación
		Contactar e invitar Empresas a incluir en sus programas de suvenir y regalos de imagen corporativa, colección especial por aniversario, promoción especial, lanzamiento de nuevos productos; un accesorio artesanal diseñado especialmente para cada uno.	Carta de Invitación
	Enfoque Turístico	<p>Invitar a los hoteles a tener en su recepción un stand con productos de los artesanos de la ciudad, el cual permita a los turistas adquirir un producto sin necesidad de desplazarse hacia los puntos reconocidos como comercializadores de artesanías, que en casos específicos (Usaquén) funciona los fines de semana.</p> <p>Así mismo es posible que la decoración de los hoteles incluya productos artesanales, desde la cocina con las ollas de barro hasta en las habitaciones con una gran variedad de artículos propios de nuestra cultura colombiana y que están al alcance con los artesanos que se encuentran radicados en la Ciudad.</p>	Carta de Invitación
	Enfoque Comercial	Se ha identificado en las visitas a los puntos de comercialización de artesanías que estos adquieren los productos en los lugares de origen y no trabajan con artesanos de la Ciudad. Es importante una campaña de información acerca de las posibilidades que tienen de contactar a artesanos radicados en Bogotá.	
	Enfoque Nueva	Se creará una nueva estrategia de Comercialización para los	



	<p>estrategia comercial e-commerce</p>	<p>artesanos que tienen comercialización directa e indirecta, la cual consiste en un nuevo sitio que permita realizar los procesos de venta, fidelización y post venta de las artesanías.</p> <p>Este nuevo sitio será una herramienta estratégica administrada por cada artesano y la misma les permitirá publicitar sus productos, hacer las ventas a través del sitio web, gestionar el envío de mercancía a cualquier lugar del país inicialmente y vincular promociones que les ayude a incrementar la rotación de inventarios y adquirir nuevos clientes de todo el país, vendiendo los productos sin intermediarios, obteniendo mayores ganancias por producto y por volumen de ventas.</p>	
	<p>Ferias Artesanales</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover la participación de los artesanos en las diferentes ferias navideñas, como expo artesanías y la feria Nux del Club del Nogal. 2. Promover los encuentros gastronómicos regionales. 3. Promover con el IPES la posibilidad de establecer ferias permanentes donde los artesanos tengan la posibilidad de comercializar sus productos. Actualmente el Instituto Para la Economía Social, establecen ferias estacionales que busca favorecer a los vendedores informales en los cuales se encuentran incluidos los artesanos. 	



3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

<p>CANALES DE DISTRIBUCIÓN DIRECTOS</p>	<p>En la ciudad de Bogotá los artesanos no se encuentran incluidos en todas las rutas de comercialización, y se ha evidenciado durante el estudio que son puntos estratégicos para ventas directas al consumidor final, como lo es el mercado de las pulgas ubicado en la localidad de Usaquén. En las otras localidades, la comercialización se hace a través de almacenes que no pertenecen al artesano. Las ferias artesanales que se organizan en las diferentes localidades, evidencian el canal de distribución directo de la artesanía en la ciudad de Bogotá, cuando es el artesano quien comercializa sus propios productos.</p> <p>e-commerce:</p>
<p>CANALES DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTOS</p>	<p>En la ciudad de Bogotá, es usual encontrar este tipo de canales de distribución en los cuales los artesanos venden sus productos a los almacenes y estos a su vez al consumidor final. Un ejemplo de ello son los almacenes encontrados en los pasajes del Museo del Oro, almacenes que se encuentran alrededor del sector hotelero del centro, almacenes de Chapinero y los que fueron identificados en centros comerciales.</p>

4. MAPAS COMERCIALES

LOCALIDAD	MAPA	DESCRIPCIÓN
Usaquén		<p>La localidad de Usaquén se ha destacado por la feria que se ha convertido en tradición en la Ciudad de Bogotá, donde se montan tres (3) ferias:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Denominada San Pelayo ubicada cerca de la Iglesia de Usaquén, la Asociación de Usaquén de Artesanos agrupa hasta 170 personas que se encuentran cada fin de semana y algunos cada quince (15) días, son en su mayoría artesanos (91%) que se encuentran para exhibir y vender sus productos. 2. La Zona de Carpe Diem se ha caracterizado por ser una zona donde predomina la gastronomía artesanal, comercializan productos hechos a mano por las señoras que se establecen para vender sus productos, por supuesto encontramos gran variedad de artesanos y comercializadores que llevan sus productos para vender cada semana. 3. Alrededor del Centro Comercial Santa Bárbara, se instalan carpas del IPES donde también hacen presencia los artesanos el fin de semana.

	 <p>MAPA DE LOCALIDADES DE BOGOTÁ</p> <p>Proyecto: Fortalecimiento y Desarrollo de la Actividad Artesanal en la Ciudad de Bogotá.</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 4. No podemos desconocer los puntos de ventas de artesanías que se encuentran dentro de los centros comerciales de Hacienda Santa Bárbara y Unicentro. 5. En Cedritos, se han montado ferias tales como la de Feria Artesanal 140 que cuenta con 85 locales de los cuales 14 (16%) están dedicados a la comercialización de artesanías y como ha sido una constante en los recorridos por las zonas comerciales artesanales, los productos chinos están invadiendo el mercado. <p>Cómo Llegar: El parque de Usaquén se encuentra ubicado en el norte de la ciudad. La forma más fácil es por la carrera 7 con calle 116. Como punto de referencia se encuentra el Centro Comercial Hacienda Santa Bárbara y/o Fundación Santa Fé.</p>
		<p>Por tradición es un sitio turístico en la Ciudad de Bogotá se encontraron:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Locales en los Pasajes del Museo y la Galería Artesanal en donde se concentran 106 locales comerciales dedicados en su totalidad a la comercialización de la artesanía, no se evidenció presencia de artesanos para comercializar directamente sus productos. Los comercializadores dedican sus esfuerzos para prestar el mejor servicio a los clientes que en su mayoría son Turistas Extranjeros. 2. Pasaje Rivas, se encuentran locales donde predomina la venta de cestería, cerámica y textiles, a pesar de la

<p>Candelaria</p>	<p>MAPA DE BOGOTÁ POR LOCALIDADES</p>  <p>Proyecto: Fortalecimiento y Desarrollo de la Actividad Artesanal en la Ciudad de Bogotá.</p> 	<p>renuencia de los vendedores en colaborar con las encuestas se logró detectar que en esta zona predomina la venta con fines decorativos y dotación de restaurantes y sitios turísticos que desean mantener la tradición.</p> <p>3. El IPES con el fin de reubicar a los vendedores informales instala ferias estacionales, se encontró en la zona Aguas un feria artesanal con 34 carpas de las cuales 24 están dedicadas a la venta de artesanías, en las otras como lo dijimos anteriormente es una constante la venta de productos chinos, en los que detectamos que algunos sustituyen productos artesanales, en donde los compradores no valoran el trabajo y alta calidad frente a unos productos con materiales de baja calidad.</p> <p>Cómo Llegar: Se encuentra ubicada en el centro de la ciudad. La mejor forma de llegar es utilizando el sistema de Transmilenio por medio de las rutas “J” que llegan a la estación de Museo del Oro y Portal las Aguas, ambas estaciones dan la posibilidad de recorrer el sector turístico y artesanal de la Ciudad.</p>
<p>Chapinero</p>		<p>Durante el recorrido por la zona del Lago, lugar reconocido en la Ciudad ya que por más de 40 años se han identificado los almacenes dedicados a la comercialización de artesanías, se encontraron 4 almacenes, 3 del mismo dueño y otro tradicional. A diferencia de la comercialización en la localidad de la Candelaria y Usaquén donde predomina la presencia del turista extranjero, en esta zona son los habitantes de la Ciudad quienes los visitan con</p>





más frecuencia para adquirir productos artesanales, ya sea para regalo o compras personales.


Cómo Llegar:

La mejor forma de llegar a este sector del Norte de la ciudad, hay varias posibilidades. La primera es el sistema integrado Transmilenio por la troncal de la Avenida Caracas, llegando a la estación de la Calle 76, subiendo por la calle 74 hasta la carrera 15. La segunda es en transporte público (bus, taxi), llegando por la carrera 11

MAPAS COMERCIALES

LOCALIDAD	MAPA	DESCRIPCIÓN
Usaquén	 <p>MAPA DE LOCALIDADES DE BOGOTÁ</p> <p>Proyecto: Fortalecimiento y Desarrollo de la Actividad Artesanal en la Ciudad de Bogotá.</p> <p>Logo: artesanías de colombia</p>	<p>La localidad de Usaquén se ha destacado por la feria que se ha convertido en tradición en la Ciudad de Bogotá, donde se montan tres (3) ferias:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Denominada San Pelayo ubicada cerca de la Iglesia de Usaquén, la Asociación de Usaquén de Artesanos agrupa hasta 170 personas que se encuentran cada fin de semana y algunos cada quince (15) días, son en su mayoría artesanos (91%) que se encuentran para exhibir y vender sus productos. 2. La Zona de Carpe Diem se ha caracterizado por ser una zona donde predomina la gastronomía artesanal, comercializan productos hechos a mano por las señoras que se establecen para vender sus productos, por supuesto encontramos gran variedad de artesanos y comercializadores que llevan sus productos para vender cada semana. 3. Alrededor del Centro Comercial Santa Bárbara, se instalan carpas del IPES donde también hacen presencia los artesanos el fin de semana. 4. No podemos desconocer los puntos de ventas de artesanías que se encuentran dentro de los centros comerciales de Hacienda Santa Bárbara y Unicentro. 5. En Cedritos, se han montado ferias tales como la de Feria Artesanal 140 que cuenta con 85 locales de los cuales 14 (16%) están dedicados a la comercialización de artesanías y como ha sido una constante en los recorridos por las zonas comerciales artesanales, los productos chinos están invadiendo el mercado. <p>Cómo Llegar: El parque de Usaquén se encuentra ubicado en el norte de la ciudad. La forma más fácil es por la carrera 7 con calle 116.</p>

		<p>Como punto de referencia se encuentra el Centro Comercial Hacienda Santa Bárbara y/o Fundación Santa Fé.</p>
<p>Candelaria</p>		<p>Por tradición es un sitio turístico en la Ciudad de Bogotá se encontraron:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Locales en los Pasajes del Museo y la Galería Artesanal en donde se concentran 106 locales comerciales dedicados en su totalidad a la comercialización de la artesanía, no se evidenció presencia de artesanos para comercializar directamente sus productos. Los comercializadores dedican sus esfuerzos para prestar el mejor servicio a los clientes que en su mayoría son Turistas Extranjeros. 2. Pasaje Rivas, se encuentran locales donde predomina la venta de cestería, cerámica y textiles, a pesar de la renuencia de los vendedores en colaborar con las encuestas se logró detectar que en esta zona predomina la venta con fines decorativos y dotación de restaurantes y sitios turísticos que desean mantener la tradición. 3. El IPES con el fin de reubicar a los vendedores informales instala ferias estacionales, se encontró en la zona Aguas un feria artesanal con 34 carpas de las cuales 24 están dedicadas a la venta de artesanías, en las otras como lo dijimos anteriormente es una constante la venta de productos chinos, en los que detectamos que algunos sustituyen productos artesanales, en donde los compradores no valoran el trabajo y alta calidad frente a unos productos con materiales de baja calidad. <p>Cómo Llegar: Se encuentra ubicada en el centro de la ciudad. La mejor forma de llegar es utilizando el sistema de Transmilenio por medio de las rutas “J” que llegan a la estación de Museo del Oro y Portal</p>

		<p>las Aguas, ambas estaciones dan la posibilidad de recorrer el sector turístico y artesanal de la Ciudad.</p>
<p>Chapinero</p>	 <p>MAPA DE BOGOTÁ POR LOCALIDADES</p> <p>Proyecto: Fortalecimiento y Desarrollo de la Actividad Artesanal en la Ciudad de Bogotá.</p> <p>Asociación "El Páramo"</p> <p>artesanías de Colombia</p>	<p>Durante el recorrido por la zona del Lago, lugar reconocido en la Ciudad ya que por más de 40 años se han identificado los almacenes dedicados a la comercialización de artesanías, se encontraron 4 almacenes, 3 del mismo dueño y otro tradicional. A diferencia de la comercialización en la localidad de la Candelaria y Usaquén donde predomina la presencia del turista extranjero, en esta zona son los habitantes de la Ciudad quienes los visitan con más frecuencia para adquirir productos artesanales, ya sea para regalo o compras personales.</p> <p>Cómo Llegar: La mejor forma de llegar a este sector del Norte de la ciudad, hay varias posibilidades. La primera es el sistema integrado Transmilenio por la troncal de la Avenida Caracas, llegando a la estación de la Calle 76, subiendo por la calle 74 hasta la carrera 15. La segunda es en transporte público (bus, taxi), llegando por la carrera 11</p>