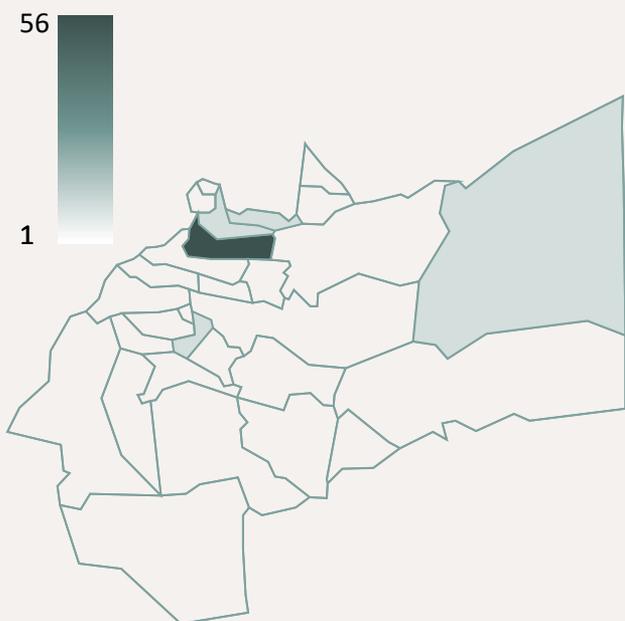


Resultados de la convocatoria de programas y proyectos 2021

Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal



En total, **75** unidades productivas (UP) aplicaron a la convocatoria, representando a **277** artesanas(os)

Las UP se ubican en **10** municipios

La mayoría reside en **Villavicencio, Granada y Restrepo**

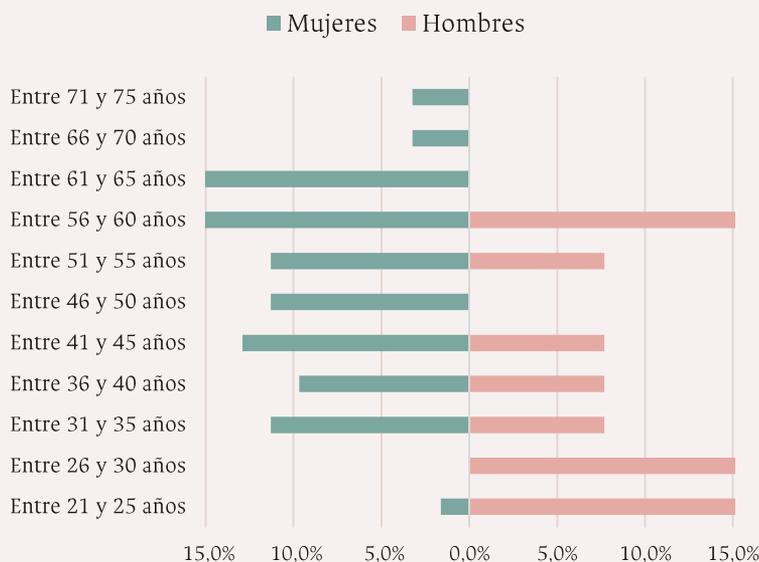
En total, **75** UP fueron seleccionadas. Así, se seleccionó al **100%** de las UP

Distribución etaria

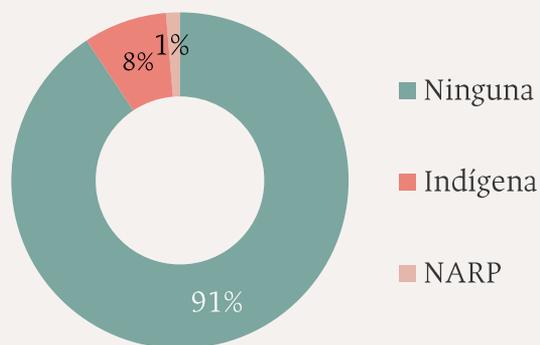
83% de las personas que aplicaron son **mujeres**

17% de las personas que aplicaron son **hombres**

8% tiene menos de 31 años, **41%** tiene entre 31 y 50 años y **51%** tiene más de 50 años



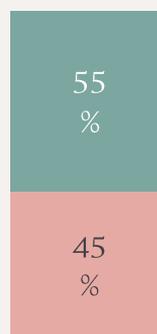
Etnia



Pueblos indígenas

- Sikuani (50%)
- Muisca (17%)
- Guanano (17%)
- Guayabero (17%)

Vulnerabilidad



El **55%** se reconoce como población vulnerable, por ser madres cabeza de hogar, víctimas de desplazamiento forzado e indígena



El progreso es de todos

Gobierno de Colombia
Mincomercio



artesanas de Colombia

Resultados de la convocatoria de programas y proyectos 2021

Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

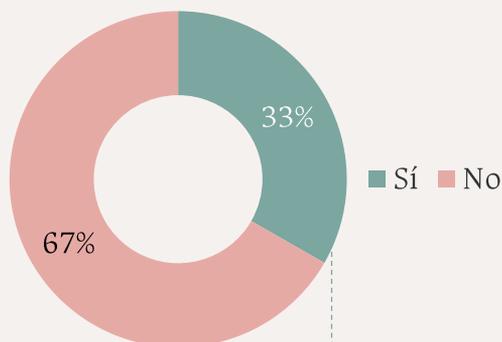
Municipios PDET
y priorizados

Se inscribieron 4
unidades en 3
municipios PDET



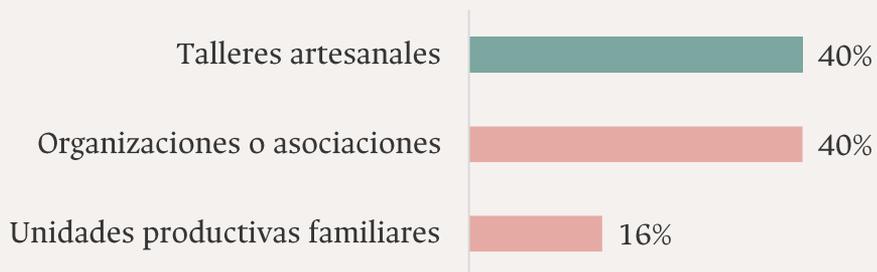
Se inscribieron 60
unidades en 3
municipios priorizados

Características de las unidades productivas



33% de las unidades productivas están conformadas por más de una persona

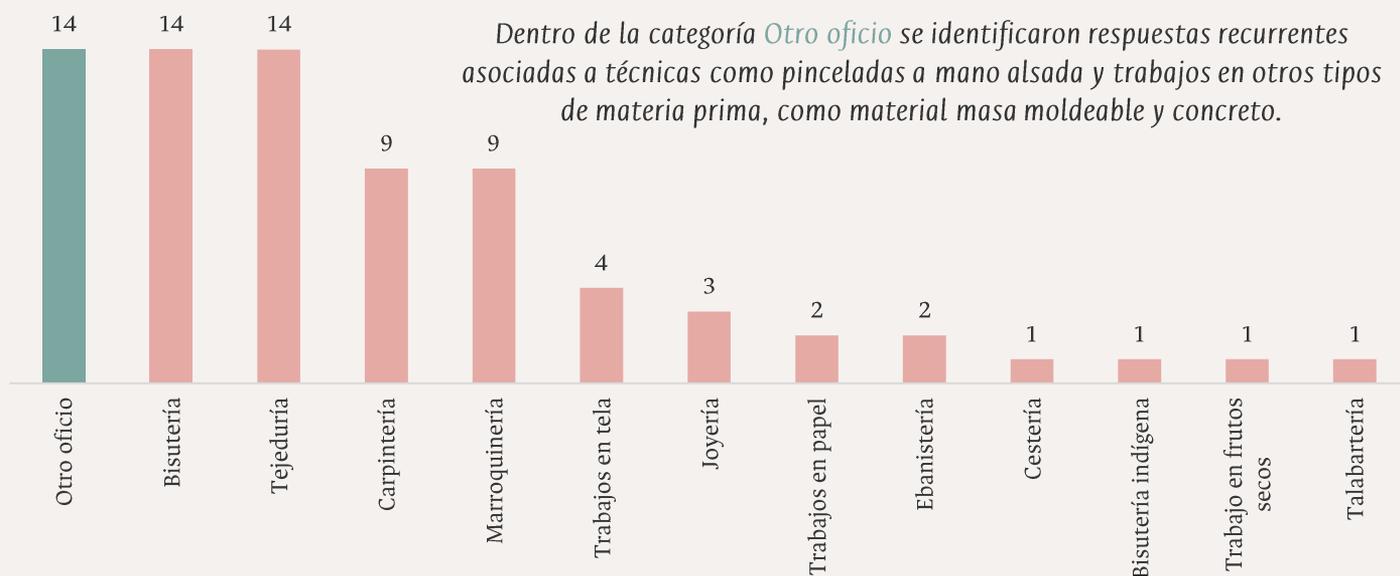
Estas unidades colectivas son:



La mayor parte de las unidades colectivas están conformadas por:

2 miembros

Principal oficio artesanal



El progreso es de todos

Gobierno de Colombia
Mincomercio

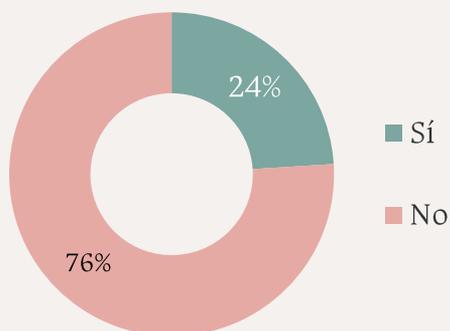


artesanías de colombia

Resultados de la convocatoria de programas y proyectos 2021

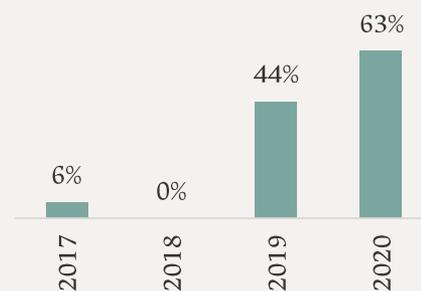
Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

Participación en proyectos de Artesanías de Colombia



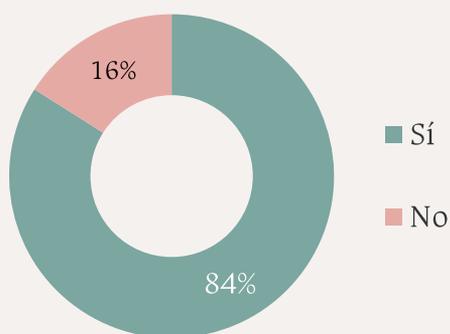
24% de las personas que se inscribieron en la convocatoria han participado en proyectos de Artesanías de Colombia

Año de participación



Base: 18

Participación en ferias



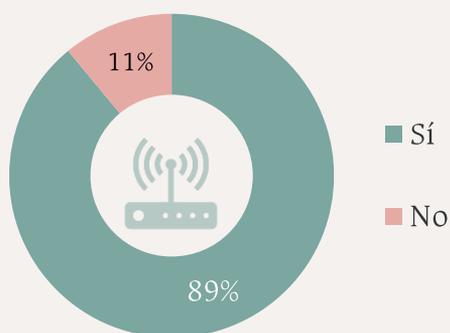
84% de las personas que se inscribieron han participado en ferias de comercialización de artesanías

Tipo de feria

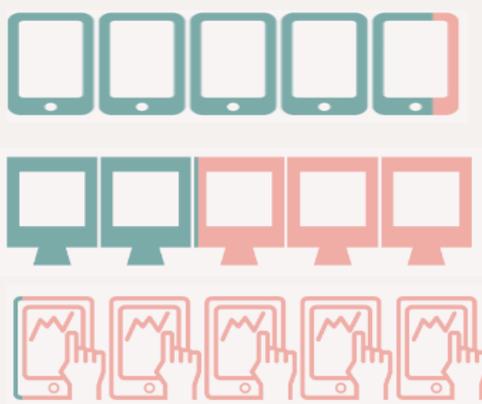


Base: 63

Herramientas para la conectividad y la atención virtual



89% de las personas que se inscribieron cuentan con plan de datos o acceso a Internet



94% cuenta con celular inteligente con Internet

41% cuenta con computador con Internet

2% cuenta con tablet con Internet

11% cuenta con algún dispositivo, pero no tiene acceso a Internet

Resultados de la convocatoria de programas y proyectos 2021

Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

Debilidad

Las principales debilidades que las y los artesanos identificaron en su actividad, entendidas como factores que le ponen en desventaja sobre la competencia, los recursos o las habilidades que le hacen falta, están en su mayoría relacionadas con la consecución de **capital** para invertir en la producción de sus piezas, y la **publicidad** y **comercialización** de las mismas. Resaltan también categorías asociadas a la generación de espacios comerciales feriales, y el acceso y uso de TIC para comercializar.



Oportunidad

De igual forma, se les preguntó por las **oportunidades** que identificaban en su actividad, definidas como los factores positivos y favorables que podrían explotar de su entorno y que podrían ayudarle a mejorar. La mayoría de las personas manifestaron como oportunidad factores asociados a la obtención de **materia prima** y al entorno de **turismo**. Además, resaltan la creación de piezas con **calidad**, **innovación** y **ecológicas**. Además, expresaron una oportunidad relevante en participación en **ferias**.

Fortaleza

En cuanto a las **fortalezas**, entendidas como las capacidades, conocimientos, recursos o habilidades con las que cuenta y que hacen que desarrollen su actividad de manera favorable, la mayoría de las personas manifestaron como fortaleza la **técnicas** y las **habilidades** empleadas en la elaboración de las piezas. Asociado al diseño resaltan como fortaleza la **creatividad**, la **calidad** y la **innovación** presente en las piezas producidas.



Amenaza

Las **amenazas** fueron definidas como los factores o situaciones del entorno que pueden llegar a poner en riesgo el buen desarrollo de su labor. La mayoría de las personas señalaron como amenaza problemas con la **comercialización** y elementos asociados a esta como la **publicidad**. Otro aspecto de alta relevancia es la situación sanitaria actual y las dinámicas de incertidumbre que conlleva la **pandemia**, incluido las afectaciones causadas al turismo al **turismo**. Es importante resaltar que se menciona como amenaza el **conflicto armado**.

Resultados de la convocatoria de programas y proyectos 2021

Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

Necesidad

Sobre el principal problema o necesidad que quisieran resolver al participar en esta convocatoria, la mayoría de personas inscritas mencionaron al **diseño**, asociado a la **innovación** y producción de piezas con alta **calidad**, como la principal necesidad. Existen otros focos de atención respecto a las problemáticas a atender, ligadas a la **comercialización** y posicionamiento de **marca** de sus talleres, eventos comerciales o de divulgación, que permitan el reconocimiento de la labor artesanal, mediante la promoción y divulgación de los oficios.



Motivación

Las principales motivaciones para participar en los proyectos de fortalecimiento están asociadas, por una parte, a elementos del diseño como la **innovación** y la **calidad** de las piezas. Por otra parte, se resaltan al fortalecimiento de la **comercialización**, así como al **reconocimiento** y a la **visibilización**. Además, la **capacitación** aparece como otro motivador importante para la participación.



Expectativa

En cuanto a las expectativas que tienen al participar en la convocatoria, las personas que se inscribieron esperan adquirir conocimientos técnicos en sus oficios y técnicas, así como aprender y fortalecer sus habilidades en el uso de redes sociales, plataformas y tecnologías de la información, factores imperantes dadas las condiciones sanitarias actuales. Otras categorías están asociadas a la **comercialización** como el **reconocimiento**, el posicionamiento de **marca** e incluso la expectativa de **exportar**.

