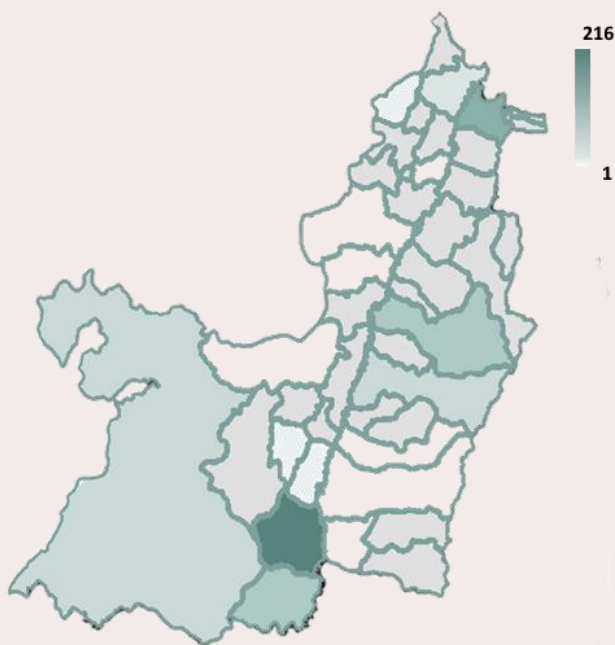


# Resultados de la convocatoria de programas y proyectos 2021

## Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal



En total, **116** unidades productivas (UP) aplicaron a la convocatoria, representando a **547** artesanas(os)

Las UP se ubican en **19** municipios

La mayoría reside en **Cali**

En total, **88** UP fueron seleccionadas y representan a **266** artesanas(os)

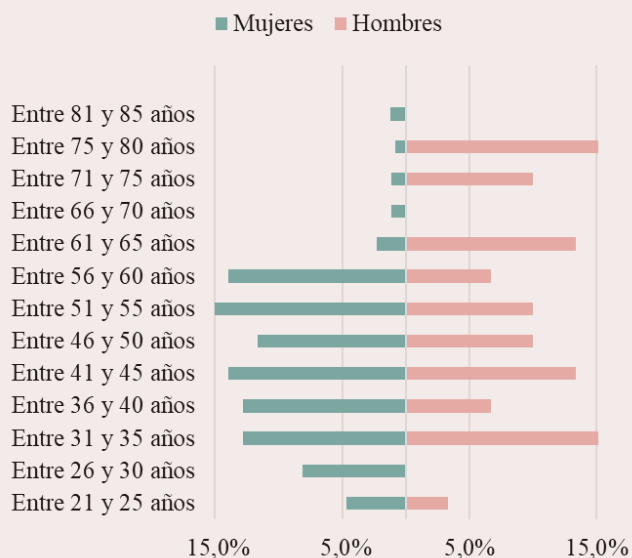
Así, se seleccionó al **76%** de las UP

### Distribución etaria

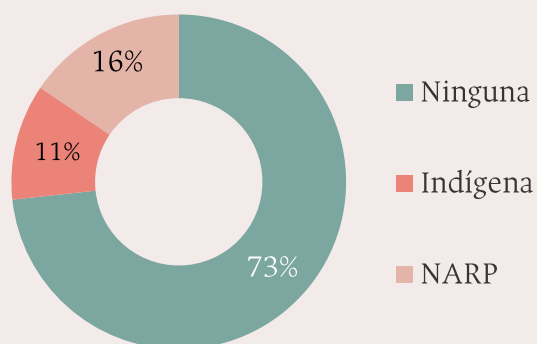
**74%** de las personas que aplicaron son **mujeres**

**26%** de las personas que aplicaron son **hombres**

**10%** tiene menos de 31 años,  
**53%** tiene entre 31 y 50 años  
y **37%** tiene más de 50 años



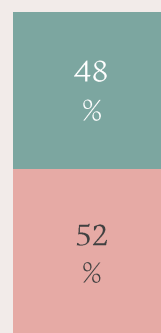
### Etnia



#### Pueblos indígenas

- Wounaan (23%)
- Yanacona (15%)
- Eperara Siapidara (15%)
- Otro (15%)
- Embera Chami (8%)
- Inga (8%)
- Nasa (8%)
- Quillacinga (8%)

### Vulnerabilidad



El **48%** se reconoce como población vulnerable, por ser mujer cabeza de hogar, personas en condición de discapacidad, víctimas de la violencia



# Resultados de la convocatoria de programas y proyectos 2021

## Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

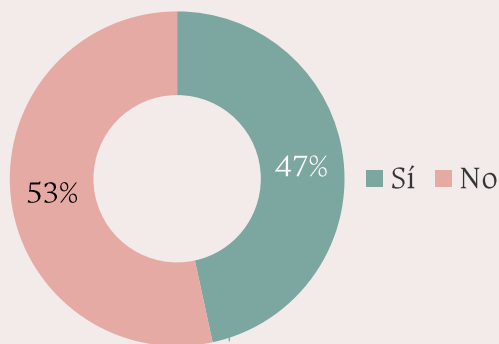
Municipios PDET  
y priorizados

Se inscribieron 6  
unidades en 1 municipio  
PDET



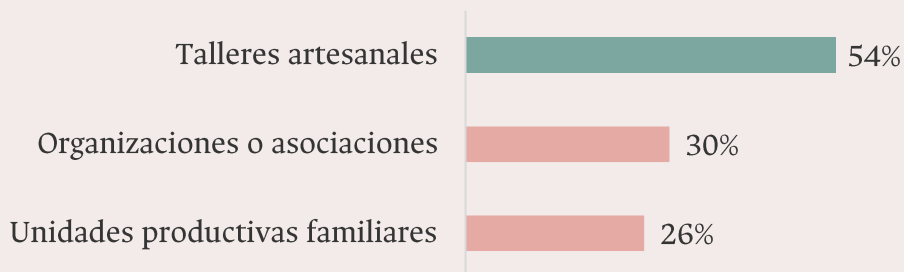
Se inscribieron 101  
unidades en 7  
municipios priorizados

### Características de las unidades productivas



Estas unidades  
colectivas son:

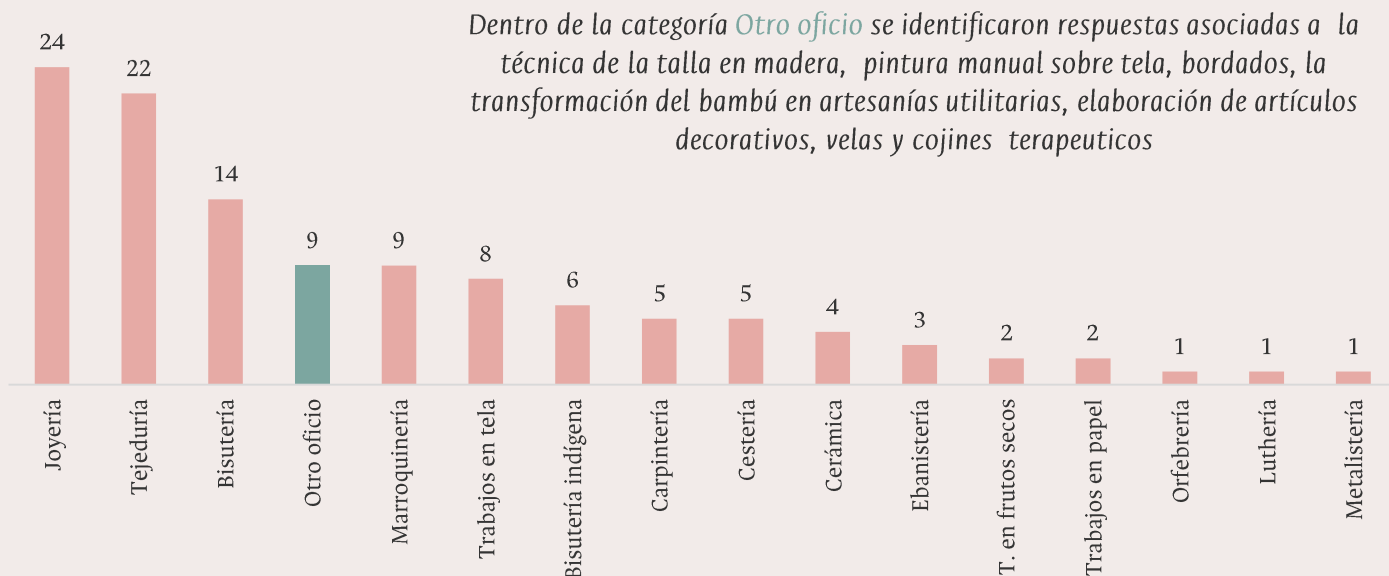
47% de las unidades  
productivas están conformadas  
por más de una persona



La mayor parte de las unidades colectivas están conformadas por:

2  
miembros

### Principal oficio artesanal



Dentro de la categoría **Otro oficio** se identificaron respuestas asociadas a la técnica de la talla en madera, pintura manual sobre tela, bordados, la transformación del bambú en artesanías utilitarias, elaboración de artículos decorativos, velas y cojines terapéuticos



El progreso  
es de todos

Gobierno  
de Colombia  
Mincomercio

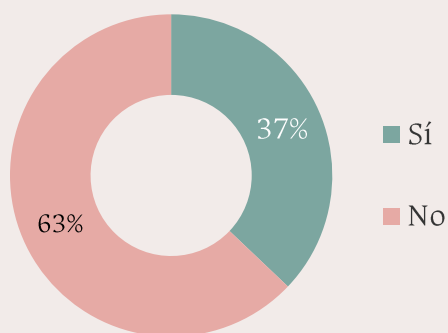


artesanías de colombia

# Resultados de la convocatoria de programas y proyectos 2021

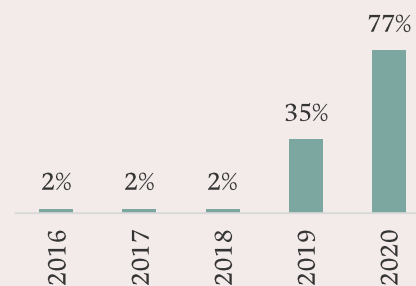
## Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

### Participación en proyectos de Artesanías de Colombia



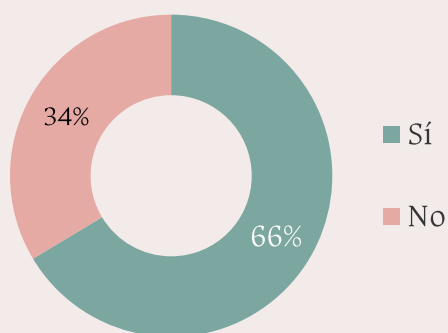
37% de las personas que se inscribieron en la convocatoria han participado en proyectos de Artesanías de Colombia

Año de participación



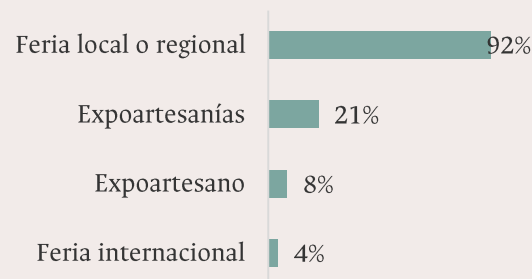
Base: 43

### Participación en ferias



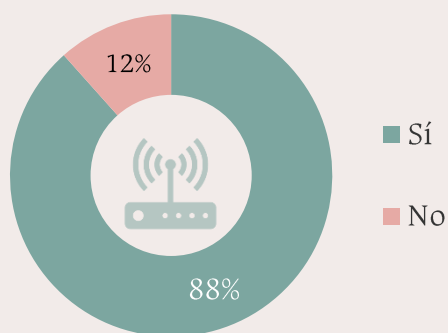
66% de las personas que se inscribieron han participado en ferias de comercialización de artesanías

Tipo de feria

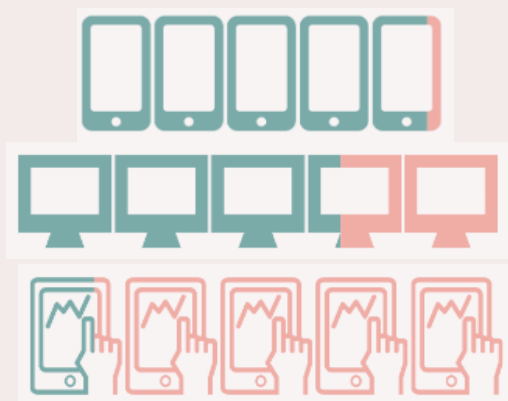


Base: 77

### Herramientas para la conectividad y la atención virtual



88% de las personas que se inscribieron cuentan con plan de datos o acceso a Internet



96% cuenta con celular inteligente con Internet

67% cuenta con computador con Internet

14% cuenta con tablet con Internet

9% 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 les hace falta, están en su mayoría relacionadas con la consecución de **capital** para invertir en la producción de sus piezas, y la **publicidad** y **mercadeo** de las mismas mediante espacios físicos o virtuales que hagan uso de TICs. Asimismo, se identifica la dificultad de contar con talleres, herramientas, materias primas e insumos.



### Oportunidad

Las **oportunidades**, definidas como los factores positivos y favorables que podrían explotar de su entorno para ayudar a mejorar su actividad, son identificadas por las artesanos y artesanos como la posibilidad de **innovación** en sus diseños mediante la **presencia institucional**, que también evidencian como un acompañamiento para la consecución de **materias primas**, la **realización de ferias**, la formación para acceder a la promoción de sus productos en espacios virtuales mediante el uso de TICs.



### 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 **calidad** de las piezas que producen, asociado a la **experticia** y manejo de **técnicas** de transformación de las materias primas. Otras fortalezas relevantes están asociadas a las habilidades de las participantes en cuanto a **creatividad** e **identidad**, y recursos disponibles como su **taller** y **materias primas**.



### 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 la **competencia desleal** expresada en el plagio de sus creaciones. Por otra parte, también se identificó el difícil acceso a las **materias primas** debido a condiciones de demanda y transformación ambiental. Se reconoce que las condiciones de **pandemia** y **crisis económica** han afectado la **comercialización** y **mercadeo** de sus productos



# 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 el acceso y mejoramiento de los espacios de comercialización ya sea en ferias y eventos físicos o en espacios virtuales mediante marketing digital. En torno al proceso de producción, plantean la necesidad de nuevos conocimientos para la innovación en cuanto a la implementación de técnicas y diseños.



### Motivación

Las principales motivaciones para participar en los proyectos de fortalecimiento se encuentran en la posibilidad de ampliar la productividad de sus creaciones, para generar reconocimiento de sus técnicas y diseños, así como de lograr alianzas estratégicas para la comercialización. Otras motivaciones están asociadas a la preservación de la identidad y al intercambio de saberes.



### Expectativa

En cuanto a las expectativas que tienen al participar en la convocatoria, las personas que se inscribieron esperan adquirir conocimientos en técnicas para el mejoramiento de su oficio, la comercialización y promoción de sus piezas mediante la organización de ferias y espacios comerciales, así como aprender y fortalecer sus habilidades en marketing digital y tecnologías de la información que conduzcan a garantizar la distribución de su trabajo, incluso, en el contexto de la pandemia.

