



NIT. 900.305.756 - 4

INFORME

CAPACITACION ARTESANOS EN COMERCIO ELECTRÓNICO

Proyecto Marketplace, Feria virtual y Rueda de Negocios virtual

Presentado por

GRUPO CANALES DE COMUNICACIÓN SAS.

15 de diciembre de 2020

CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO

2. ENTREGABLES

- a. Informe del diagnóstico de la población a atender acerca del uso y manejo de herramientas virtuales en donde se abarquen los diferentes temas propuestos desde Artesanías de Colombia en lo relacionado con comercio electrónico.
- b. Caracterización o clasificación de los artesanos a atender por grupos y niveles de conocimiento de acuerdo al diagnóstico realizado.
- c. Conceptualización de metodología de trabajo y pedagogía a aplicar con los artesanos.
- d. Cronograma de trabajo para la realización de la clasificación de los grupos de acuerdo a su conocimiento, plan temático con los talleres propuestos y avance en la ejecución de los talleres y diseño gráfico del material alineado con los tiempos de Artesanías de Colombia.
- e. Encuestas realizadas al inicio y finalización del proceso incluyendo indicadores los de avance.
- f. Informe con los contenidos de las temáticas y herramientas a aplicar, de acuerdo al nivel de conocimiento de los diferentes grupos de artesanos, describiendo los resultados capacidades y competencias con las cuales quedaría el sector para garantizar la aplicación y apropiación de los conocimientos.
- g. Archivo digital y escrito a manera de bitácora o guías para replicar futuros talleres por parte de los profesionales de Artesanías de Colombia acorde al diseño gráfico y su página web de la entidad.
- h. Informes de avance mensual y final que incluyan material digital, gráfico, visual e impreso adelantado en las diferentes etapas del proyecto alineado a la visual de Artesanías de Colombia y direccionamiento del equipo de diseño de la entidad.
- i. Archivo digital todas las guías metodológicas para el uso de las herramientas y talleres a Artesanías de Colombia.
- j. Archivo digital la grabación de las 36 sesiones virtuales para el desarrollo de los talleres teórico prácticos.
- k. Caja de herramientas donde se sistematiza la información construida en la plataforma digital HTML5 (multimedia) incluyendo guía metodológica, herramientas y contenidos, que permita conocer el avance de los artesanos y realizar seguimiento desde Artesanías de Colombia.
- l. Informe y videos a partir del desarrollo de las actividades, que los artesanos queden con las capacidades mínima instaladas, como correo electrónico, implementación de las aplicaciones como WhatsApp o WhatsApp business, Instagram o Facebook u otras que se consideren necesarias a partir del diagnóstico y sean aplicables al sector artesanal, para la participación en mercados digitales.
- m. Medición del avance y evaluación del proceso con los artesanos.
- n. Memorias necesarias para que dichas capacitaciones sean replicadas por Artesanías de Colombia en otros momentos, el material que se desarrolle deberá ser entregado y pasará a hacer propiedad de Artesanías de Colombia.



NIT. 900.305.756 - 4

- o. Informe impreso y digital de todos los reportes de avance, que evidencie el impacto y las acciones adelantadas durante el proceso a través de indicadores que faciliten el monitoreo y evaluación a las actividades.



NIT. 900.305.756 - 4

1. RESUMEN EJECUTIVO

En el marco del **Proyecto Generación de oportunidades comerciales**, la estrategia pedagógica y comunicativa para el “acompañamiento y asesoría en contenidos digitales para 100 artesanos que serán seleccionados y beneficiados por Artesanías de Colombia”, parte de una encuesta diagnóstica de comunicación digital con este público objetivo, 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.

2. ENTREGABLES

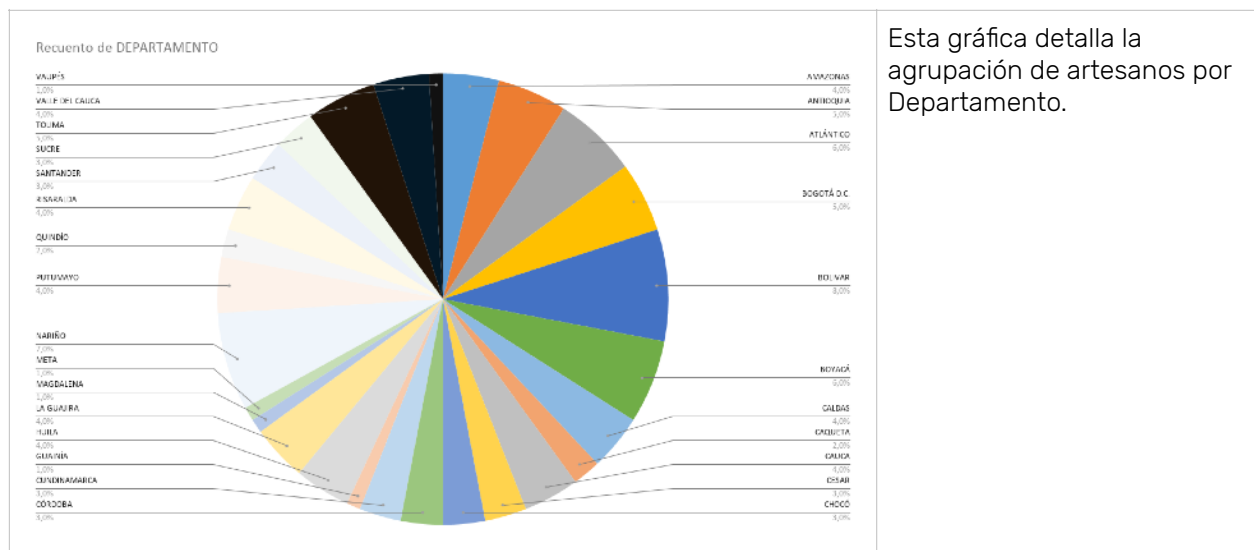
a. INFORME DEL DIAGNÓSTICO DE LA POBLACIÓN A ATENDER ACERCA DEL USO Y MANEJO DE HERRAMIENTAS VIRTUALES EN DONDE SE ABARQUEN LOS DIFERENTES TEMAS PROPUESTOS DESDE ARTESANÍAS DE COLOMBIA EN LO RELACIONADO CON COMERCIO ELECTRÓNICO.

A partir de la base de datos de **100 Artesanos** suministrada se realizó una categorización de grupos de artesanos por edades, ubicación geográfica, género y grupos étnicos.

El 90% de los artesanos contactados se encuentran activos y en intercambio con sus tutores en el proceso de formación.

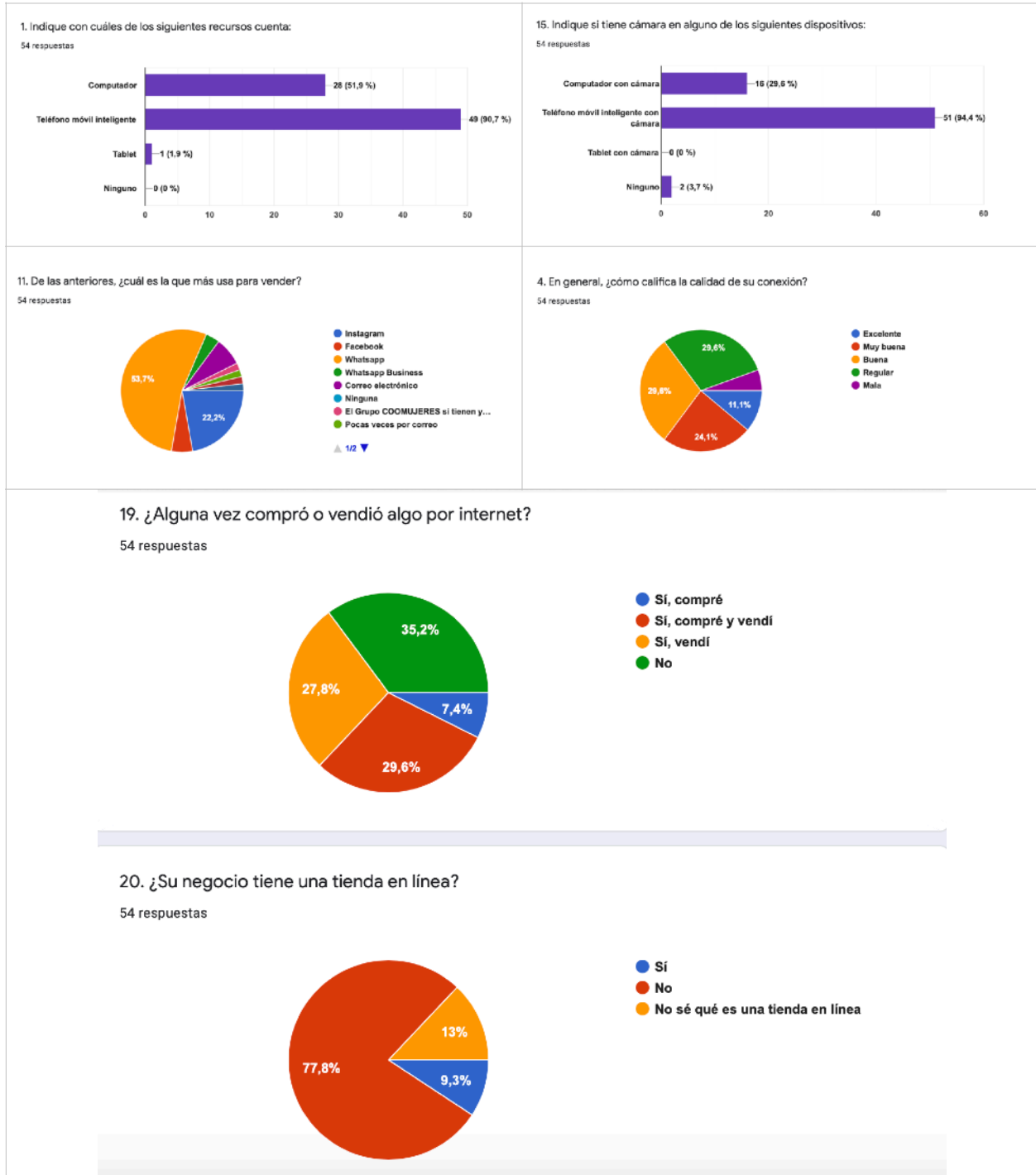
RESPONDIERON A LA ENCUESTA	90
SIN RESPUESTA	6
NO TIENEN INTERÉS EN PARTICIPAR	4
TOTAL	100

A continuación se muestran gráficas de este proceso:



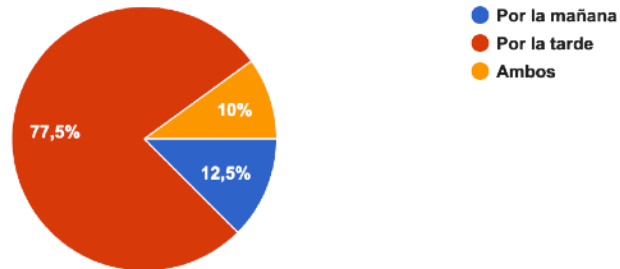
<p>Recuento de GÉNERO</p> <table border="1"><thead><tr><th>Género</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>MASCULINO</td><td>37,0%</td></tr><tr><td>FEMENINO</td><td>63,0%</td></tr></tbody></table>	Género	Porcentaje	MASCULINO	37,0%	FEMENINO	63,0%	<p>Distribución por género.</p>										
Género	Porcentaje																
MASCULINO	37,0%																
FEMENINO	63,0%																
<p>Recuento de ORIGEN (ÉTNICO/TRADICIONAL)</p> <table border="1"><thead><tr><th>Origen</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>TRADICIONAL</td><td>61,0%</td></tr><tr><td>ÉTNICO</td><td>38,0%</td></tr><tr><td>NARP</td><td>1,0%</td></tr></tbody></table>	Origen	Porcentaje	TRADICIONAL	61,0%	ÉTNICO	38,0%	NARP	1,0%	<p>Caracterización de origen de grupos artesanales y oficios.</p>								
Origen	Porcentaje																
TRADICIONAL	61,0%																
ÉTNICO	38,0%																
NARP	1,0%																
<p>Recuento de RANGO DE EDAD</p> <table border="1"><thead><tr><th>Rango de Edad</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>?</td><td>4,0%</td></tr><tr><td>20-27</td><td>5,0%</td></tr><tr><td>28-35</td><td>9,0%</td></tr><tr><td>36-45</td><td>28,0%</td></tr><tr><td>45-55</td><td>25,0%</td></tr><tr><td>56-62</td><td>15,0%</td></tr><tr><td>63-80</td><td>14,0%</td></tr></tbody></table>	Rango de Edad	Porcentaje	?	4,0%	20-27	5,0%	28-35	9,0%	36-45	28,0%	45-55	25,0%	56-62	15,0%	63-80	14,0%	<p>Rango de edad.</p>
Rango de Edad	Porcentaje																
?	4,0%																
20-27	5,0%																
28-35	9,0%																
36-45	28,0%																
45-55	25,0%																
56-62	15,0%																
63-80	14,0%																

A continuación, se comparten datos y cifras de las encuestas realizadas:



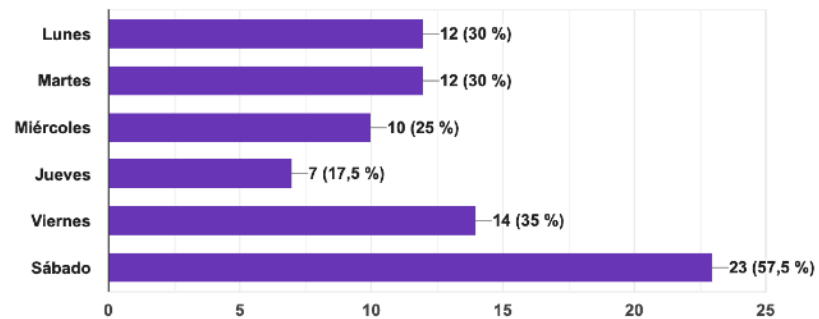
¿Qué horario prefiere para participar de los talleres?

40 respuestas



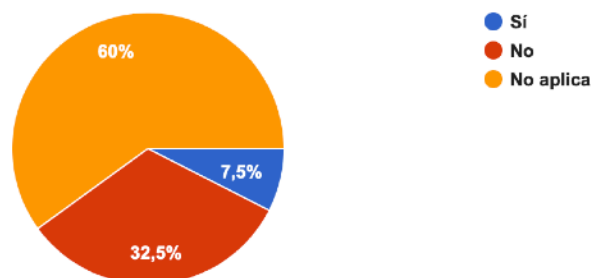
¿Qué días de la semana prefiere para participar de los talleres?

40 respuestas



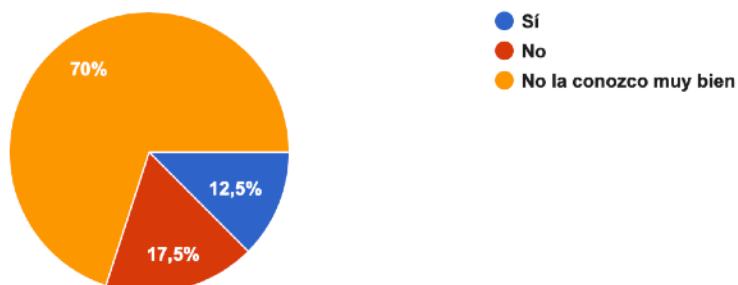
4a. ¿Esa página web permite pagos en línea?

40 respuestas



19. ¿Su negocio cumple con la ley del derecho del consumidor?

40 respuestas



Anexos:

Se relacionan las siguientes matrices que relacionan datos y resultados del proceso:

- ENCUESTA INICIAL:
https://docs.google.com/forms/d/1mu0BlzCRd-5E0Fi_A0mo0pynAf4v_5ZGpgdleP01eGY/edit?usp=sharing
- Consolidado encuestas y contactos:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1dljyu-8wtPVRh7_iONGxoPayUBC1HLD35iTWHU7AWMU/edit?usp=sharing

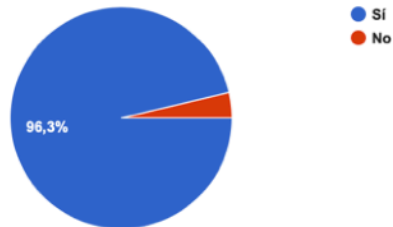
b. CARACTERIZACIÓN O CLASIFICACIÓN DE LOS ARTESANOS A ATENDER POR GRUPOS Y NIVELES DE CONOCIMIENTO DE ACUERDO AL DIAGNÓSTICO REALIZADO.

A partir de la encuesta de capacidades y herramientas virtuales, realizada por Artesanías de Colombia, en el primer cuatrimestre del año, en la cual se registraron 638 artesanos en 29 departamentos, se diseñó un diagnóstico complementario para los 100 Artesanos seleccionados, enfocado en el plan de formación de competencias digitales con el fin de explorar y orientar la ruta de formación de cada artesano.

A continuación, se comparten datos y cifras de las encuestas realizadas:

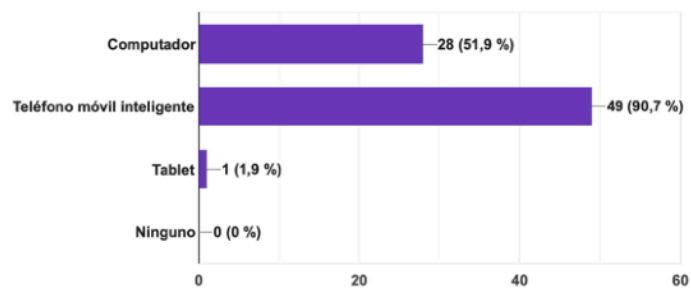
2. ¿Cuenta con plan de datos o acceso a internet?

54 respuestas



3. ¿En cuál dispositivo tiene acceso a datos o internet?

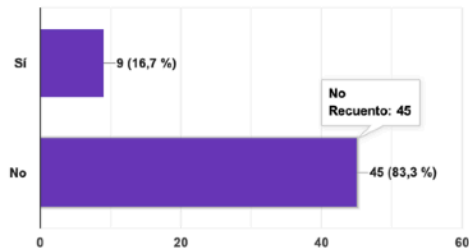
54 respuestas



Redes y herramientas digitales

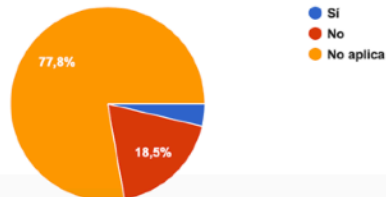
5. ¿Su unidad productiva artesanal tiene página web?

54 respuestas



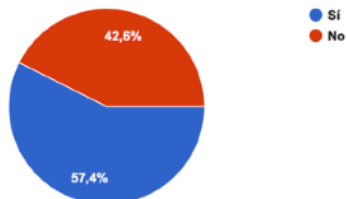
5a. ¿Su página web permite pagos en línea?

54 respuestas



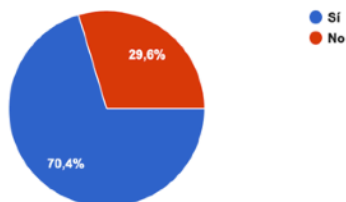
6. ¿Usted usa Facebook para vender y promocionar sus productos artesanales?

54 respuestas



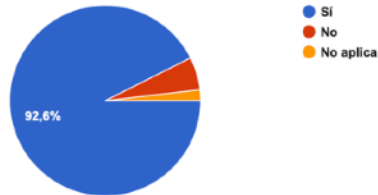
7. ¿Usted usa Instagram para vender y promocionar sus productos artesanales?

54 respuestas



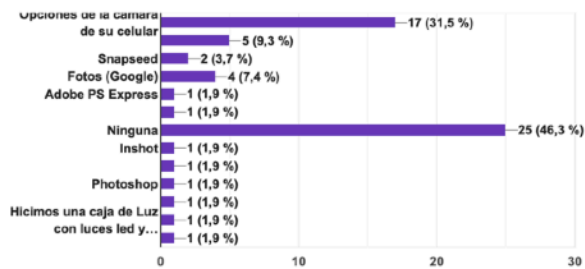
16. ¿Usa la cámara de su celular para tomar fotografías de sus artesanías?

54 respuestas



17. Para editar fotografías, usted sabe usar:

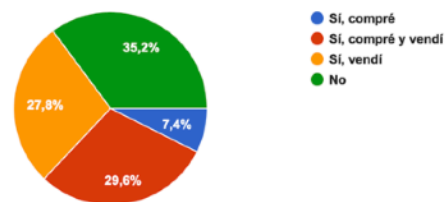
54 respuestas



Comercio electrónico

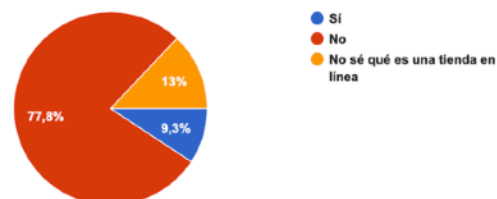
19. ¿Alguna vez compró o vendió algo por internet?

54 respuestas



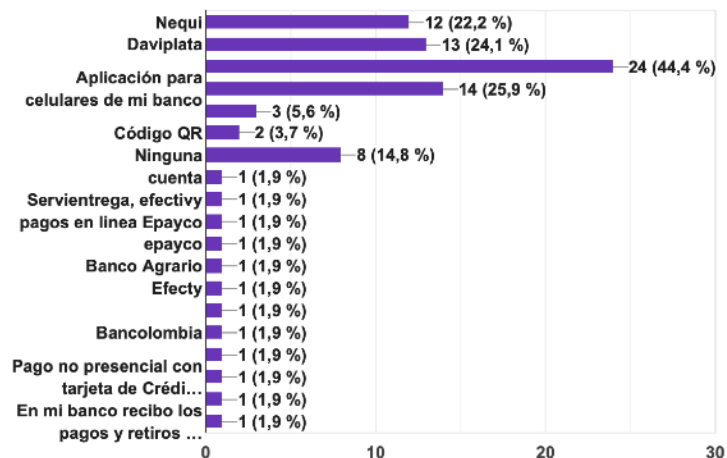
20. ¿Su negocio tiene una tienda en línea?

54 respuestas



22. Para enviar y recibir pagos, usted sabe usar:

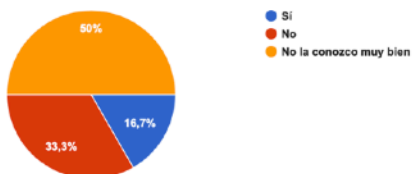
54 respuestas



Atención al cliente

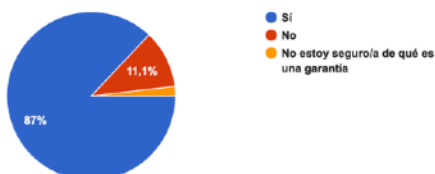
27. ¿Su negocio cumple con la ley del derecho del consumidor?

54 respuestas



28. ¿Su negocio ofrece garantías de producto?

54 respuestas



También, se realizó una caracterización para identificar los artesanos que cuentan con capacidad organizativa y documentación para usar datáfono, de los cuales se identificaron 68, que cuentan con RUT, cuenta bancaria y conectividad recurrente.

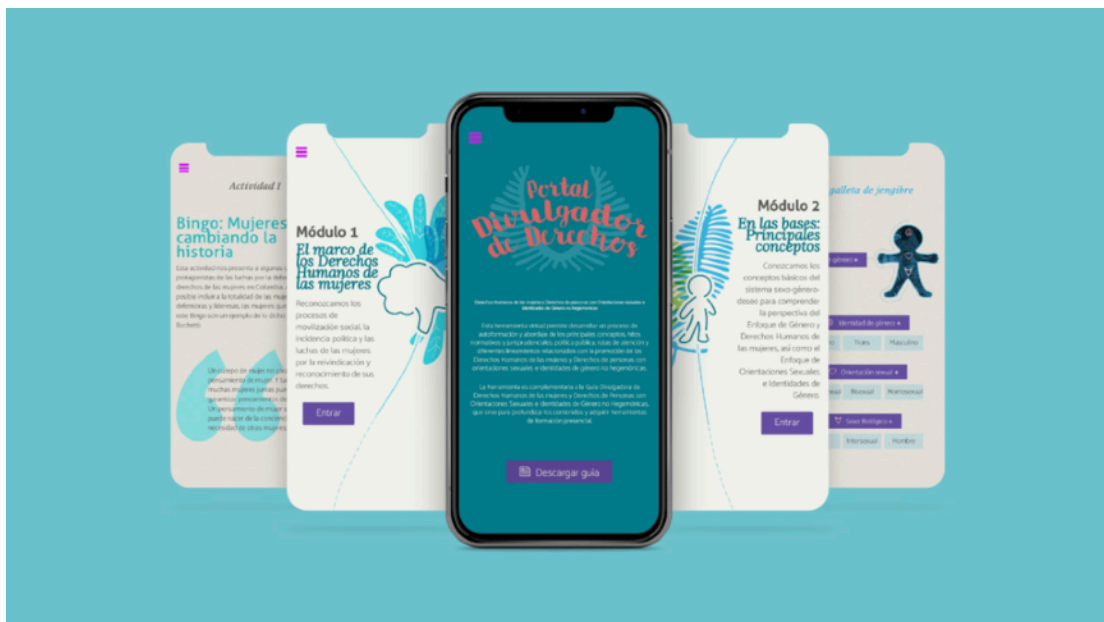
Anexos:

Se relacionan las siguientes matrices que relacionan datos y resultados del proceso:

- **ENCUESTA COMPLEMENTARIA:**
https://docs.google.com/forms/d/1QEZhS_UYU-uFJg_nv20bXVv-vr5kdav2j4p2-sRJm-l/edit?usp=sharing
- **CARACTERIZACIÓN GENERAL**
https://drive.google.com/drive/folders/1hMVRv7VsGCr834_DJMYR1_Fr6hKcWHQZ?usp=sharing
- **ARTESANOS PARA DATÁFONO**
<https://drive.google.com/file/d/14WVrHhdFICbRxZVbD1SvAeC57iwMtTA/view?usp=sharing>

c. CONCEPTUALIZACIÓN DE METODOLOGÍA DE TRABAJO Y PEDAGOGÍA A APLICAR CON LOS ARTESANOS

ESTRATEGIA DE FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES



***Nuestra propuesta es asumir la postura de la empatía,
la capacidad de ponernos en el lugar de los demás,
punto de partida hacia la transformación y creación de la vida social.***

OBJETIVOS

Objetivo general

Desarrollar una estrategia pedagógica y comunicativa para el “acompañamiento y asesoría en contenidos digitales para 100 artesanos que serán seleccionados y beneficiados por Artesanías de Colombia.

Objetivos específicos

- Realizar una encuesta y diagnóstico de comunicación con los talleres artesanales que hacen parte del programa para sondear el estado inicial en competencias digitales y accesibilidad tecnológica, con el fin de establecer niveles, desarrollar procesos contextualizados y herramientas asertivas en pedagogía y comunicación.
- Realizar talleres de formación de capacidades y competencias digitales para de 100 artesanos, a partir del diagnóstico y las temáticas indicadas en los TDR.
- Crear una caja de herramientas para la formación en competencias digitales para artesanos compuesta por las herramientas pedagógicas y contenidos desarrollados para las sesiones técnicas.
- Sistematizar la experiencia, con el fin de validar el proceso, promover la gestión del conocimiento y el aprendizaje colaborativo.

DIMENSIONES TRANSVERSALES

- Comunicación con visión de diversidad: La acción comunicativa, en tanto transformadora, desde la lectura y comprensión de la diversidad, se proyecta como una estrategia de alcances efectivos en empoderamiento social.
- Investigación: El mapeo de la información, caracterización del público objetivo, el análisis e identificación experiencias, conocimientos y recomendaciones es una táctica transversal durante todo el desarrollo del proceso.
- Cibercultura y ciberespacio: Dimensiones generadas por la convergencia tecnológica que propician la libre acción de la inteligencia colectiva, la construcción de ciudadanía y el desarrollo de la comunidad virtual.
- Articulación: El trabajo articulado es trascendental para construir procesos coherentes con los objetivos trazados.
- Creatividad y comunicación participativa: La creatividad es la esencia de transformación y el medio para desarrollar competencias, promover el empoderamiento y la transformación social.
- Gestión de la información: El manejo efectivo de la información se constituye como un eje transversal para apropiarse de conceptos.
- La cultura, la educación y la creatividad colectiva son motivadores de la participación social: A partir de estos conceptos se llevarán a cabo las actividades con los grupos focales.

d. CRONOGRAMA DE TRABAJO PARA LA REALIZACIÓN DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE ACUERDO A SU CONOCIMIENTO, PLAN TEMÁTICO CON LOS TALLERES PROPUESTOS Y AVANCE EN LA EJECUCIÓN DE LOS TALLERES Y DISEÑO GRÁFICO DEL MATERIAL ALINEADO CON LOS TIEMPOS DE ARTESANÍAS DE COLOMBIA.

Módulo 1. MARKETING DIGITAL					
1	2	3	4	5	6
Tendencias en el mundo digital *	Herramientas de Google para el e-commerce *	Conceptos de marketing digital: SEO Y SEM *	¿Qué necesito para vender por internet? *	¿Cómo vender por internet? *	Estrategia de marketing digital *

Módulo 2. CONTENIDOS					
7	8	9	10	11	12
Formatos para el desarrollo de contenidos	Técnicas de fotografía para mis productos	Taller de grabación y edición de video	Contenidos para Redes sociales	Contenidos promocionales	Información de mis productos

Módulo 3. PROMOCIÓN Y VENTA DIGITAL					
13	14	15	16	17	18
Marketplaces y shoppings	WhatsApp Business	Instagram y Facebook (FB business manager)	Pauta en Google Ads	Pauta en Facebook e Instagram	Tienda en línea

Módulo 4. FINANZAS Y MEDIOS DE PAGO					
19	20	21	22	23	24
¿Cómo elaborar una tabla de costos?	Estrategia de precios	Pasarelas y botones de pago	Apps de pago	Giros, consignaciones y datáfonos	Consejos y buenas prácticas de venta por Internet *

5. LOGÍSTICA					
25	26	27	28	29	30
Logística de envíos para comercio electrónico	Términos, condiciones y garantías para vender online: Consejos y recomendaciones	¿Cómo prepararse para una feria? *	Inventarios y stock	Desarrollo de empaques para tus productos	Atención al cliente

6. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL					
31	32	33	34	35	36
Inbound marketing	Marketing de contenidos	Email marketing	Metas para comercio electrónico *	Preparando mi negocio para el marketplace de Artesanías de Colombia*	Formulando mi estrategia de marketing digital *

ACTIVIDADES	SEPTIEMBRE	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
Encuesta y diagnóstico de capacidades digitales.													
Diseño de plan de formación de capacidades y competencias digitales.													
Realización de talleres de formación digital.													
Acompañamiento													
Creación de caja de herramientas para la formación en competencias digitales.													
Sistematización del proceso													

Anexos:

Se anexa la matriz de plan de capacitación para los artesanos participantes, en la misma se relaciona la ruta temática a abordar con cada artesano:

e. ENCUESTAS REALIZADAS AL INICIO Y FINALIZACIÓN DEL PROCESO INCLUYENDO INDICADORES.

A continuación, se comparten vínculos a las encuestas realizadas..

- **ENCUESTA INICIAL:**
https://docs.google.com/forms/d/1mu0BlzCRd-5E0Fi_A0mo0pynAf4v_5ZGpgdleP01eGY/edit?usp=sharing
- **ENCUESTA COMPLEMENTARIA:**
https://docs.google.com/forms/d/1QEZhS_UYU-uFJg_nv20bXVkvvr5kdav2j4p2-sRJm-l/edit?usp=sharing

f. INFORME CON LOS CONTENIDOS DE LAS TEMÁTICAS Y HERRAMIENTAS A APLICAR, DE ACUERDO AL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LOS DIFERENTES GRUPOS DE ARTESANOS, DESCRIBIENDO LOS RESULTADOS CAPACIDADES Y COMPETENCIAS CON LAS CUALES QUEDARÍA EL

SECTOR PARA GARANTIZAR LA APLICACIÓN Y APROPIACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS.

PLAN DE FORMACIÓN DE CAPACIDADES Y COMPETENCIAS DIGITALES.

A partir de la experiencia profesional de CANALES como especialistas en procesos de educación y comunicación digital, se diseñó un plan de formación virtual de 36 sesiones (talleres virtuales) de formación de capacidades y competencias digitales distribuidas en 6 módulos.



RUTA METODOLÓGICA

De la misma manera, con base en los resultados del diagnóstico, se asignaron temáticas y talleres a cada uno de los artesanos, con el fin de desarrollar una ruta de formación óptima y pertinente con sus expectativas comerciales, nivel actual en marketing digital y herramientas de trabajo.

Por ejemplo, respecto al módulo 1, los talleres marcados con + relacionan los contenidos sugeridos para cada artesano.

ARTESANO	Módulo 1. MARKETING DIGITAL					
	1	2	3	4	5	6
	Tendencias en el mundo digital *	Herramientas de Google para el e-commerce *	Conceptos de marketing digital: SEO Y SEM *	¿Qué necesito para vender por internet? *	¿Cómo vender por internet? *	Estrategia de marketing digital *
ADEINIS BOSCAN GONZALES		x	x	x		x
ALEJANDRA AGUDELO		x	x	x		x
ANA JULIA GUERRERO - hija Ana Yan	x	x	x	x	x	x
ANGELICA CHILES	x	x	x	x	x	x
ARCENIO MOYA ORTIZ		x	x	x		x
BLANCA ALICIA TARAPUES CHINGUA	x	x	x	x	x	x

En el siguiente enlace se relaciona la matriz de asignación de talleres a los artesanos participantes:

IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE FORMACIÓN

Implementación de 36 sesiones (talleres virtuales) de formación de capacidades y competencias digitales distribuidas en 6 módulos. Las sesiones tienen un componente teórico y otro práctico enfocado en "aprender haciendo" y se desarrollan de manera asincrónica con el fin de que los artesanos participantes gestionen el acceso a los contenidos.

MÓDULO	TEMAS
MÓDULO 1. MARKETING DIGITAL	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias en el mundo digital. <ul style="list-style-type: none"> • Compras y ventas por internet • Dispositivos electrónicos (PCs, smartphones y tablets). • Sistemas operativos en PC y Smartphones (Android - iOS). • Creación y uso del correo electrónico. • Herramientas para el ecommerce. <ul style="list-style-type: none"> • Smartphone y sus herramientas (planes datos) • Herramientas de procesamiento de texto y datos (Herramientas de google) • Herramientas de mercado (empaquete, fotos, etc.) • Conceptos del márketing digital <ul style="list-style-type: none"> • Marketing de búsqueda: SEO y SEM • Marketing en redes sociales • Marketing Directo • Mobile Marketing • Qué necesito para vender por internet <ul style="list-style-type: none"> • Requisitos tecnológicos • Requisitos logísticos • Medios de pago • Requisitos legales • Redes sociales • Productos • Cómo vender por internet. <ul style="list-style-type: none"> • Plataformas • Redes sociales y chat • Tienda en línea • Estrategia de marketing digital <ul style="list-style-type: none"> • Componentes de la estrategia • Diseñar la estrategia • Cómo medirla
MÓDULO 2. CONTENIDOS DIGITALES	<ul style="list-style-type: none"> • Formatos para el desarrollo de contenidos. <ul style="list-style-type: none"> • Para redes • Para web • Para whatsapp • Foto. <ul style="list-style-type: none"> • Producto • Contexto • Composiciones • Catálogos • Video <ul style="list-style-type: none"> • Historias • Video marketing • Redes sociales <ul style="list-style-type: none"> • Escribir para redes • Hashtags • Posteos y publicaciones • Parrilla de contenidos • Contenidos promocionales. <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de escritura • Story telling y Copy writing • Contenidos para pauta • Información de mis productos <ul style="list-style-type: none"> • Descripciones • Atención al cliente (chat y bots) • Precios

<p>MÓDULO 3. PROMOCIÓN Y VENTAS EN INTERNET.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marketplaces y shoppings <ul style="list-style-type: none"> • Ferias virtuales, comunidades de venta de productos, ruedas de negocio • Whats app business • Instagram y Facebook (FB business manager) • Pauta en Google Ads • Pauta en FB e IN • Tienda en línea
<p>MÓDULO 4. Finanzas y medios de medios de pago.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cómo elaborar una tabla de precios consolidada por unidad productiva • Estrategia de costos <ul style="list-style-type: none"> • Costos de ventas y costos logísticos en e-commerce • Pasarelas y botones de pago <ul style="list-style-type: none"> • Comisiones de venta del mercado a través de los diferentes medios • Apps de pago • Giros y consignaciones y datáfonos • Consejos y buenas prácticas de venta online <ul style="list-style-type: none"> • impuestos, estatuto del consumidor • Políticas • Protocolos de seguridad • Garantías • Plan de precios de cara al sistema cambiario
<p>MÓDULO 5. LOGÍSTICA DE VENTAS EN INTERNET.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Logística de envíos para e-commerce <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de empresas de transporte nacional e internacional • Tarifas y negociación • Seguimiento a las órdenes de compra y entrega de producto • Garantías sobre producto, roturas, seguros, reposiciones • Aplicaciones para logística y envíos • Inventarios y stock <ul style="list-style-type: none"> • Calcular tiempos de producción • Gestión y reposición de inventarios • Aplicaciones de manejo • Herramientas para manejo de inventarios • Empaques • Atención al cliente <ul style="list-style-type: none"> • Preguntas frecuentes • Construcción de bases de datos y fidelización de clientes
<p>MÓDULO 6. ESTRATEGIAS DE MERCADEO 360°.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inbound marketing • Marketing de contenidos • Email marketing • Segmentación de mercado y metas comerciales para comercio electrónico • Preparando mi negocio para el marketplace de ADC <ul style="list-style-type: none"> • Planeación de la producción • Planeación de mi estrategia • Planeación de precios • Planeación de la logística • Formulando mi estrategia de marketing digital

Para este proceso se están utilizando las siguientes herramientas:

- Whatsapp
- Correo electrónico
- Plataforma Padlet la cual facilita el seguimiento de acceso a contenidos y actividades
- <https://padlet.com/ferdominoni/dmr1vvs46nsvxf9a>

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



NIT. 900.305.756 - 4

las diversas plataformas tecnológicas. Participaron del proceso de formación digital el 90% de los artesanos convocados.

g. ARCHIVO DIGITAL Y ESCRITO A MANERA DE BITÁCORA O GUÍAS PARA REPLICAR FUTUROS TALLERES POR PARTE DE LOS PROFESIONALES DE ARTESANÍAS DE COLOMBIA ACORDE AL DISEÑO GRÁFICO Y SU PÁGINA WEB DE LA ENTIDAD.

Se comparte enlace a las bitácoras de cada módulo de capacitación.

https://drive.google.com/drive/folders/16LW80HX6755ICTobBzS_W4BXhqEAXz5L?usp=sharing

h. INFORMES DE AVANCE MENSUAL Y FINAL QUE INCLUYAN MATERIAL DIGITAL, GRÁFICO, VISUAL E IMPRESO ADELANTADO EN LAS DIFERENTES ETAPAS DEL PROYECTO ALINEADO A LA VISUAL DE ARTESANÍAS DE COLOMBIA Y DIRECCIONAMIENTO DEL EQUIPO DE DISEÑO DE LA ENTIDAD.

Se comparte enlace a los informes.

https://drive.google.com/drive/folders/1S0SnsyBb7oPI-h2YFRDXX-kt7s5_04rx?usp=sharing

i. ARCHIVO DIGITAL TODAS LAS GUÍAS METODOLÓGICAS PARA EL USO DE LAS HERRAMIENTAS Y TALLERES A ARTESANÍAS DE COLOMBIA.

j. ARCHIVO DIGITAL LA GRABACIÓN DE LAS 36 SESIONES VIRTUALES PARA EL DESARROLLO DE LOS TALLERES TEÓRICO PRÁCTICOS.

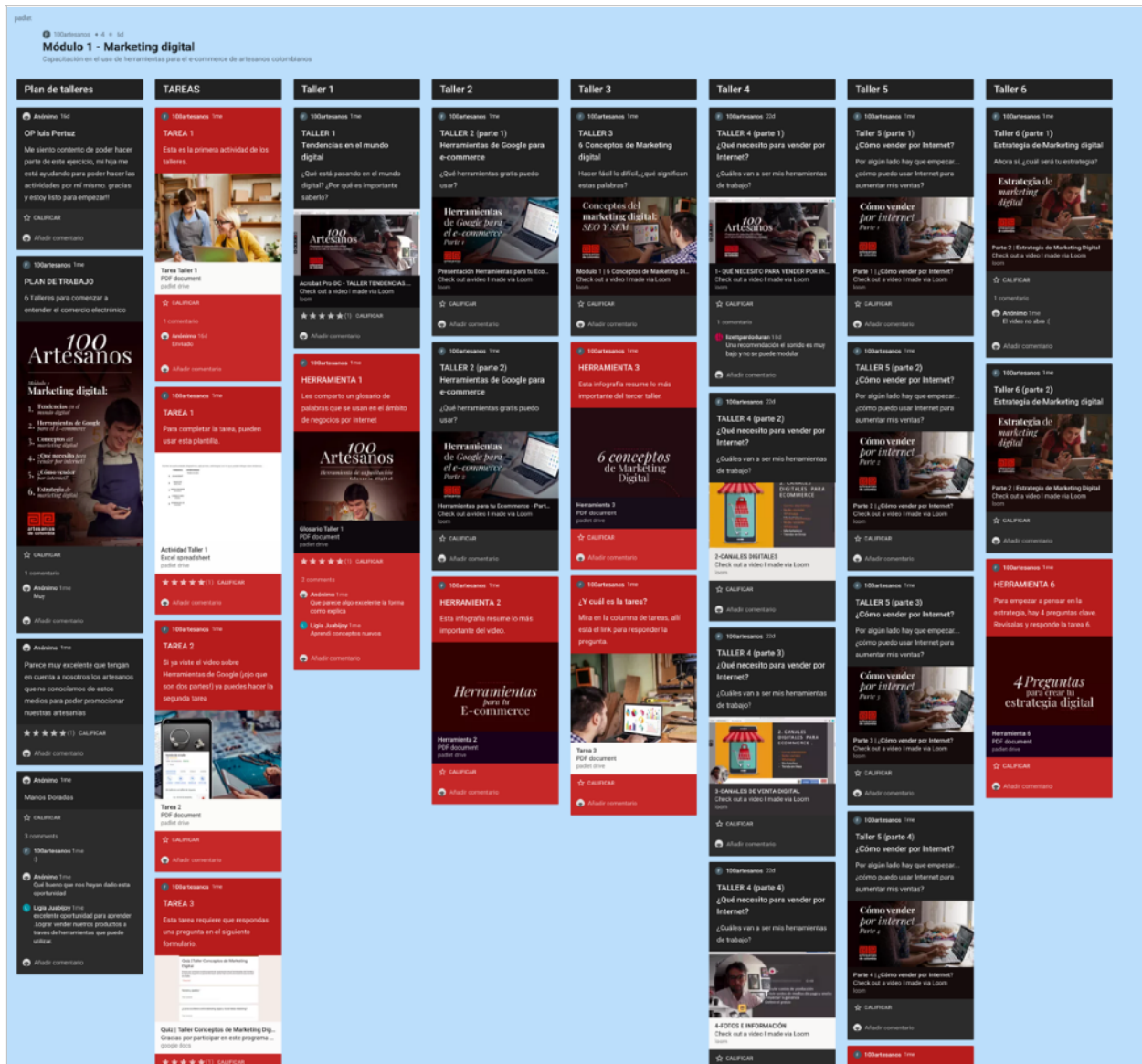
Se comparte enlace a carpeta virtual que contiene los talleres por módulo de capacitación. Cada carpeta de taller contiene:

- Guía metodológica.
- Grabación de sesiones virtuales.
- Herramienta
- Actividad

<https://drive.google.com/drive/folders/1Zcde0VLY-f2gU5cjAyR8tb0gFyV8w4tM?usp=sharing>

k. CAJA DE HERRAMIENTAS DONDE SE SISTEMATIZA LA INFORMACIÓN CONSTRUIDA EN LA PLATAFORMA DIGITAL HTML5 (MULTIMEDIA) INCLUYENDO GUÍA METODOLÓGICA, HERRAMIENTAS Y CONTENIDOS, QUE PERMITA CONOCER EL AVANCE DE LOS ARTESANOS Y REALIZAR SEGUIMIENTO DESDE ARTESANÍAS DE COLOMBIA.

Con base en el plan de formación, se desarrolló una caja de herramientas que integra las metodologías y contenidos pedagógicos, a través de una plataforma tecnológica para crear contenidos audiovisuales, haciendo énfasis en el uso del celular.



A continuación se comparte enlace a la caja de herramientas:

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

<https://padlet.com/100artesanos/aaysnx024qr8eazg>



NIT. 900.305.756 - 4

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

<https://drive.google.com/drive/folders/1Zcde0VLY-f2gU5cjAyR8tb0gFyV8w4tM?usp=sharing>

I. INFORME Y VIDEOS A PARTIR DEL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES, QUE LOS ARTESANOS QUEDEN CON LAS CAPACIDADES MÍNIMA INSTALADAS, COMO CORREO ELECTRÓNICO, IMPLEMENTACIÓN DE LAS APLICACIONES COMO WHATSAPP O WHATSAPP BUSINESS, INSTAGRAM O FACEBOOK U OTRAS QUE SE CONSIDEREN NECESARIAS A PARTIR DEL DIAGNÓSTICO Y SEAN APLICABLES AL SECTOR ARTESANAL, PARA LA PARTICIPACIÓN EN MERCADOS DIGITALES.

Se comparte enlace a carpeta virtual que contiene los talleres por módulo de capacitación. Cada carpeta de taller contiene:

- Guía metodológica.
- Grabación de sesiones virtuales.
- Herramienta
- Actividad

<https://drive.google.com/drive/folders/1Zcde0VLY-f2gU5cjAyR8tb0gFyV8w4tM?usp=sharing>

También, se comparte enlace a carpeta virtual que contiene los tareas por módulo de capacitación. Cada carpeta de taller contiene:

https://drive.google.com/drive/folders/1Ngnr5U6gCDAWmXkxvFgCnoVX64MmG5_x?usp=sharing

EQUIPO DE TRABAJO.

Para este proyecto se dispone de un equipo base de profesionales y tutores para la coordinación pedagógica y de producción. Para desarrollar los cursos y contenidos, se vincularán expertos en diferentes áreas de marketing digital y comercio electrónico, quienes brindarán soporte a los tutores.

A continuación se presenta el equipo de planeación, producción y acompañamiento pedagógico.

PLANEACIÓN

César García Prieto

Planeación y estrategia

Publicista experto en planeación y gestión de estrategias de comunicación y desarrollo, a partir de la lectura y comprensión de la cultura y diversidad de las comunidades y el medio ambiente. Director Estratégico de Canales de Comunicación, especialista en Gerencia y Gestión Cultural y en desarrollo de tesis de Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea.



NIT. 900.305.756 - 4

Fernanda Dominoni

Profesional investigación y pedagogía

Licenciada en Ciencias de la Educación con enfoque en investigación y desarrollo del campo de la Gestión Educativa para la mejora de la calidad de la enseñanza. Con experiencia en procesos de formación y construcción de ciudadanía a partir de tecnologías de información y comunicación. Maestría en Construcción de Paz.

ACOMPANIAMIENTO PEDAGÓGICO

Fernando Martinez Mora

Instructor Técnico para ESTUDIANTES Extranjeros y nacionales para escuelas de Aviación, experto en tecnología y en acompañamiento de procesos de formación a distancia y tutorías.

Carolina Rojas

Consultora en marketing digital y emprendimiento

Publicista y Coach en Marketing Digital con más de 8 años de experiencia en Estrategia digital, Redes sociales, Facebook e Instagram Ads, Googles Ads entre otros. Durante 5 años trabajó en agencias de publicidad con marcas como Kokoriko, Parmalat, Dole Colombia, Special Olympics, entre otras; además de ser una apasionada por ayudar a empresas y emprendedores a iniciar en el mundo digital a través del proyecto Domina Tus Redes Sociales.

Laura Inés Plata Santacruz

Consultora en marketing digital y emprendimiento

Administradora de empresas bilingüe, con distinción académica Cum Laude. Experiencia en gestión de proyectos culturales, así como en el desarrollo de herramientas para la formación en habilidades de comunicación.

PRODUCCIÓN Y CREATIVIDAD

Daniel Aguilera Restrepo

Dirección creativa

Diseñador Gráfico con experiencia en creación de comunicación con valor diferencial y empatía social. Experto en proceso de transferencia tecnológica, desarrollo de identidad, planeación y ejecución de campañas de comunicación y proyectos digitales. Director creativo de Canales de Comunicación.

Daniel Giraldo Carvajal

Profesional en creatividad visual en CANALES

Profesional en Diseño de comunicación de la Universidad el Bosque. Experiencia en diseño y edición de contenidos visuales y digitales, trabajo con equipos. Manejo avanzado de programas de diseño, conocimiento en psicología del consumidor, branding, fotografía y video.

m. MEDICIÓN DEL AVANCE Y EVALUACIÓN DEL PROCESO CON LOS ARTESANOS.

Se comparte enlace a carpeta virtual donde se registran:

- Conversaciones con los artesanos de seguimiento y avances en su proceso de capacitación.
- Asistencia y recepción de contenidos de los talleres.
- Realización de actividades por taller

<https://drive.google.com/drive/folders/1iqWtUIEVM95CoJ48Pj1ids4WX2kDKwmL?usp=sharing>

n. MEMORIAS NECESARIAS PARA QUE DICHAS CAPACITACIONES SEAN REPLICADAS POR ARTESANÍAS DE COLOMBIA EN OTROS MOMENTOS, EL MATERIAL QUE SE DESARROLLE DEBERÁ SER ENTREGADO Y PASARÁ A HACER PROPIEDAD DE ARTESANÍAS DE COLOMBIA.

Se comparte enlace a carpeta virtual con el registro de las memorias de capacitación por módulos.

<https://drive.google.com/drive/folders/14DGV1NXez9V3mi3oPqjssd5q6UaVCUUz?usp=sharing>

o. INFORME DE TODOS LOS REPORTES DE AVANCE, QUE EVIDENCIE EL IMPACTO Y LAS ACCIONES ADELANTADAS DURANTE EL PROCESO A TRAVÉS DE INDICADORES QUE FACILITEN EL MONITOREO Y EVALUACIÓN A LAS ACTIVIDADES.

El presente informe recopila las acciones encaminadas durante todo el proceso, asimismo el impacto de las mismas en el proceso de formación en comercio electrónico de los artesanos.

Se anexa al informe la encuesta final de satisfacción:

https://drive.google.com/drive/folders/1Ti8X290RnxhEO4z5-rQvcNGABFETSSW_?usp=sharing

Anexos:

Se comparte carpeta virtual con los anexos relacionados en este informe:

https://drive.google.com/drive/folders/1zeZY9sPh9NvgTA1HX25r95wFYsEPT_yf?usp=sharing



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



NIT. 900.305.756 - 4