



**Informe**  
**Sección Artesanos MARKETPLACE**  
**Diciembre 2022**

Presentado y elaborado por:

Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales

Artesanías de Colombia  
Bogotá, D.C., enero 2023



### **Créditos Institucionales**

Artesanías de Colombia S.A

#### **Adriana María Mejía Aguado**

Gerente General

#### **Rebeca Herrera**

Subgerente de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales

#### **Andrés Felipe Suárez Castañeda**

Profesional, Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales

#### **Álvaro Iván Caro Niño**

Especialista de Proyectos, Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales

#### **Gina Florián**

Contratista - Seguimiento en Diseño Marcas

#### **Diana Buitrago**

Contratista - Seguimiento Administrativo Marcas

## Tabla de Contenido

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	4
1.1. Qué es el Marketplace sección artesanos	4
<b>2. MARCAS ACTIVAS</b>	5
2.1 Seguimiento marcas activas	5
<b>3. MARCAS REENGANCHE</b>	10
3.1. Seguimiento marcas reenganche	11
3.2 Gestión logística marcas activas y reenganche	11
<b>4. MARCAS NUEVAS</b>	12
<b>5. ANEXOS</b>	13

## 1. INTRODUCCIÓN

El siguiente informe describe detalladamente el trabajo realizado en el año 2022, por el equipo encargado de la oficina de ferias y eventos de Artesanías de Colombia.

Felipe Suarez como profesional supervisor

Diana Buitrago como administrativa de las marcas vinculadas

Gina Florián como diseñadora de la sección de artesanos

### 1.1. Qué es el Marketplace sección artesanos

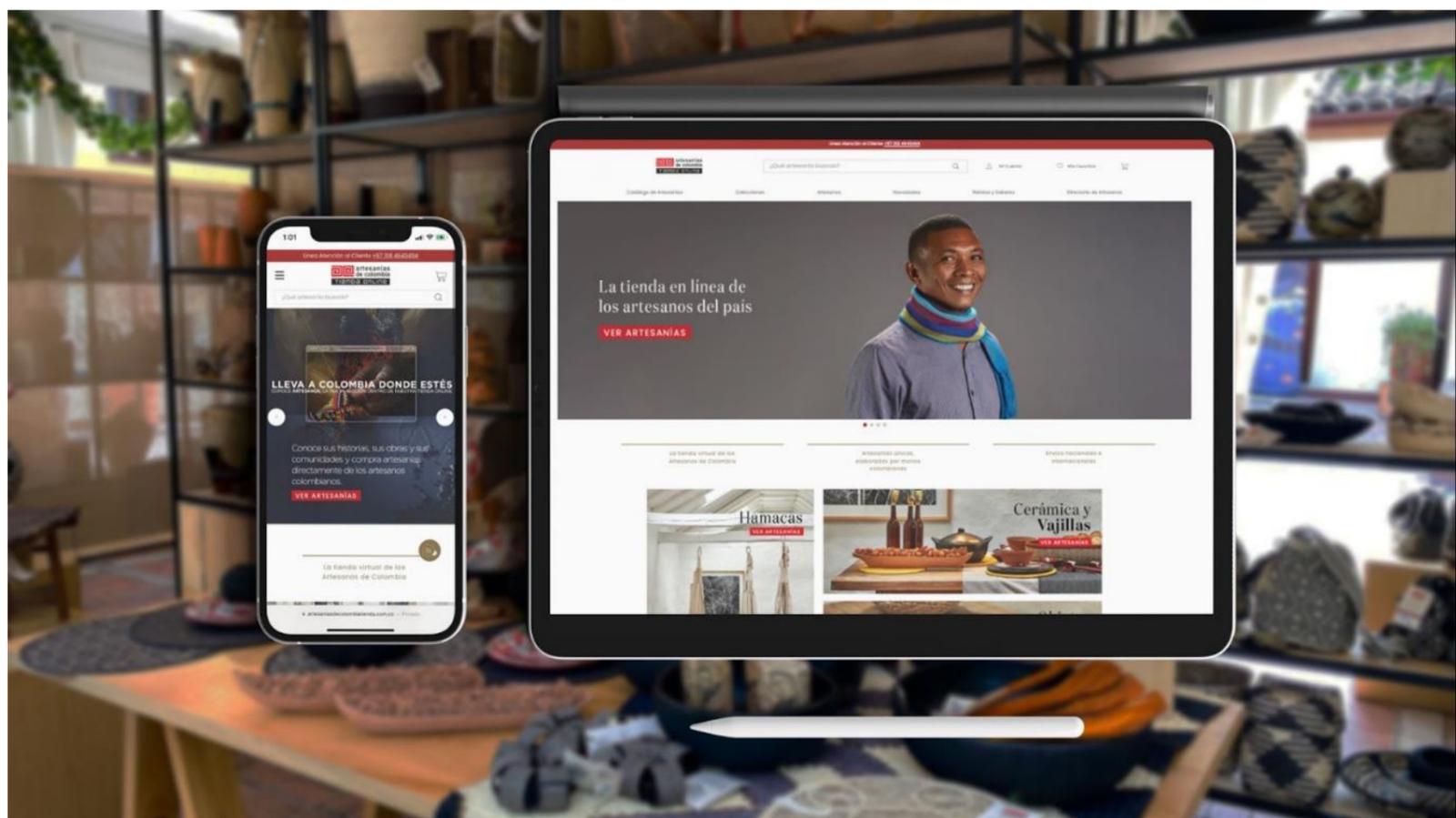


Figura 1. Visualización Marketplace

Marketplace es el e-commerce correspondiente a Artesanías de Colombia, este nació durante la pandemia, tras evidenciar las múltiples necesidades que estaban pasando los artesanos que no tenían redes sociales y que dependían en gran parte de la venta de sus productos de manera presencial, locales, ferias y/o mercados.

Las plataformas de comercio digital son espacios ajenos a algunas comunidades artesanales, esto puede ser porque son comunidades con poco acceso a internet, son artesanos mayores que no están relacionados con el comercio electrónico además del costo que exige un e-commerce.

El Marketplace al ser una estrategia joven dentro de la entidad, se encuentra en una fase de crecimiento y constante aprendizaje. El mercado artesanal en línea, tanto para los artesanos como para Artesanías de Colombia es un espacio comercial nuevo en modalidad de multimarca. Es por eso que se recomienda llevar un proceso de marketing digital coherente para que la plataforma pueda ser un espacio comercial destacado y se convierta en una oportunidad interesante para los artesanos.

## 2. MARCAS ACTIVAS

Las marcas activas en Marketplace son aquellas que tienen un perfil vigente en plataforma, las cuales tienen los insumos completos del perfil y tienen producto disponible en línea. A continuación, una tabla que muestra el estado de las 75 marcas activas.

<b>ACTIVAS</b>	
<b>Estado</b>	<b>Total</b>
Pendiente toma de fotografía	2
Pendiente envío de mercancía	8
Pendiente reunión de socialización curaduría	5
Pendiente envío de catalogo	18
Pendiente curaduría	0
Solicitar promoción en redes	11
Cambio de régimen	1
Pendiente producto en plataforma	12
Solicitud de devolución	3
Sin pendientes	15
<b>TOTAL MARCAS ACTIVAS</b>	<b>75</b>

Tabla 1. Estado Marcas Activas

### 2.1 Seguimiento marcas activas

A lo largo del año se llevó una ruta de seguimiento con cada una de estas marcas para que su experiencia dentro del Marketplace fuera clara y adecuada para el Artesano líder representante y los talleres artesanales.

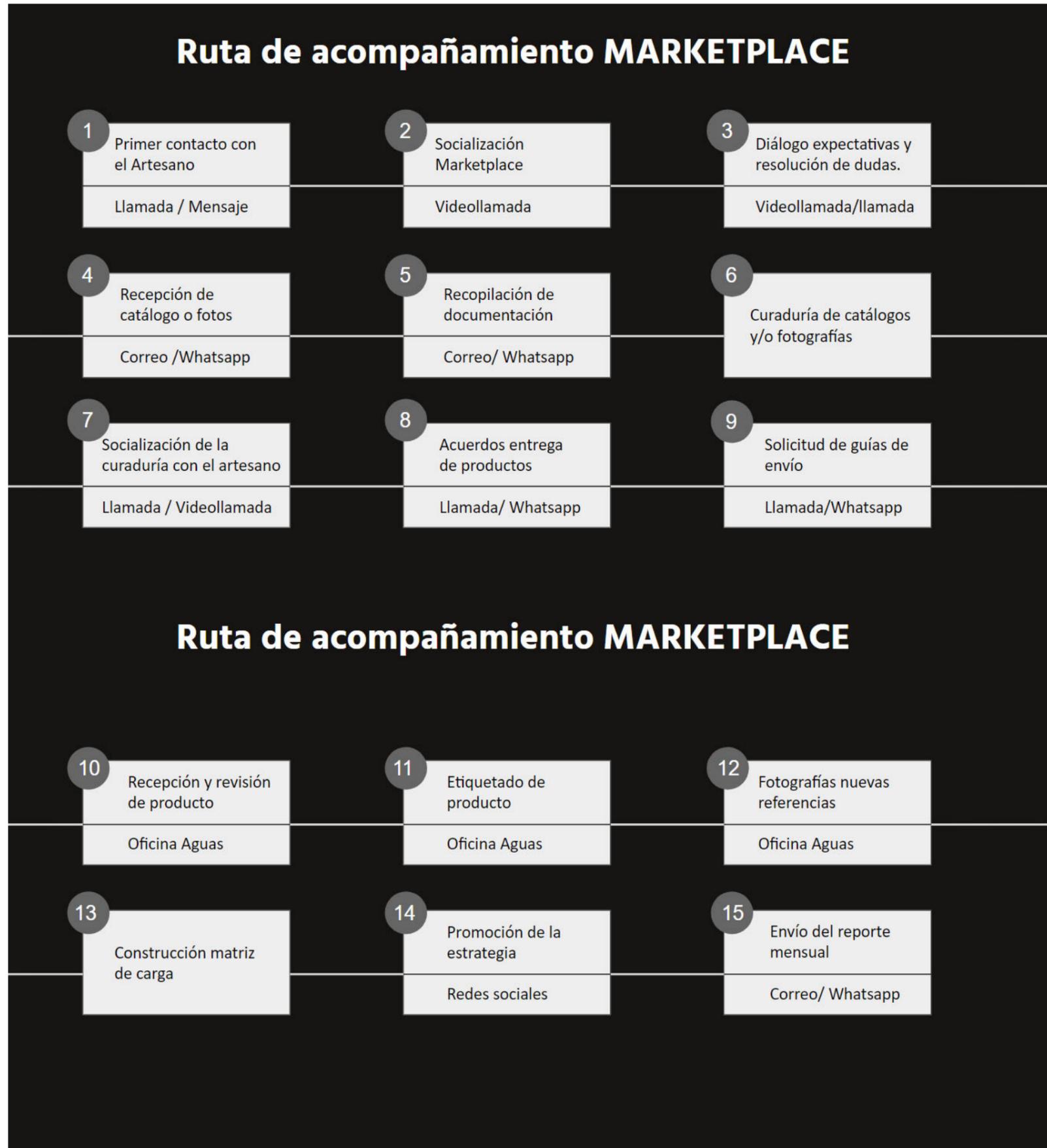


Figura 2 y 3. Ruta de seguimiento

1. **Primer contacto con el Artesano:** Es la presentación del equipo con el Artesano, logrando así una cita con el Artesano para presentarle la estrategia comercial y sus detalles.

2. **Socialización del Marketplace:** Es el proceso que se maneja de manera virtual, (videollamada) con los artesanos donde se socializa la página web, las funciones, el perfil del Artesano y se solucionan las dudas de la interfaz.
3. **Diálogo expectativas y resolución de dudas:** Es un espacio dentro de la videollamada mencionada anteriormente, donde el Artesano manifiesta sus expectativas frente a la estrategia y su experiencia en este proceso.
4. **Recepción de catálogo o fotos:** Una vez terminada la reunión el Artesano queda en compromiso de enviar restock, fotos o catálogo nuevo de sus productos dependiendo de la necesidad de cada taller y de la plataforma.
5. **Recopilación de documentación:** Esta documentación responde a la documentación legal requerida por Artesanías de Colombia para realizar los procesos de pago.
6. **Curaduría de catálogos y/o fotografías:** La curaduría corresponde a la selección de productos según los insumos enviados por los artesanos. Siempre se organizan en equipo.
7. **Socialización de la curaduría con el artesano:** En esta reunión se evidencia los productos seleccionados, con los comentarios respectivos y las referencias deseadas por parte del equipo. Sin embargo, esta decisión es colaborativa con el Artesano es por eso que se llega a una negociación donde el Artesano sea quien decida los tiempos, referencias y cantidades que puede entregar.
8. **Acuerdos de entrega de productos:** Se llegan a acuerdos con el artesano para que se envíe el producto.
9. **Solicitud de guías de envío:** Artesanías de Colombia asume los envíos de los productos a las bodegas en Bogotá.
10. **Recepción y revisión de producto:** Una vez llegan los productos a la oficina de las Aguas, en Bogotá, el equipo se encarga de abrir las cajas tomar medidas, pesar el producto, revisar que todos los productos lleguen en buenas condiciones (en caso de que algún producto llegue en malas condiciones se hace la devolución al artesano).
11. **Etiqueta de producto:** Se hace el inventario de los productos nuevos y se solicita la etiqueta del producto al área de compras (encargada de este proceso), para el registro en inventario en consignación de la entidad.
12. **Fotografías de nuevas referencias:** Las fotografías son para el uso en plataforma. Estas fotografías son realizadas por el fotógrafo especializado contratado por parte del proyecto, quien hace una sesión de máximo 40 productos por día, esto depende de las dimensiones y detalles de los productos.
13. **Construcción de matriz de carga:** La matriz de carga es la herramienta entre el equipo de marketplace y el administrador de contenidos de la plataforma para que los productos que cargados correctamente en el e-commerce.
14. **Promoción de la estrategia:** Desde las redes sociales de Artesanías de Colombia y el Instagram comercial de Artesanías de Colombia se invita a los seguidores a visitar el

marketplace, para conocer y comprar los productos que se encuentran activos en plataforma.

- 15. **Envío del reporte mensual:** Corresponde al seguimiento de ventas y productos disponibles de las marcas activas del Marketplace que se evidencia para los artesanos en un correo electrónico demostrando si hubo ventas o no de manera mensual.

En el 2022, con el cronograma definido se planificaron las citas de seguimiento a los artesanos. Consistía en agendar un espacio virtual por medio de videollamada que tenía una duración aproximadamente de 30 minutos.

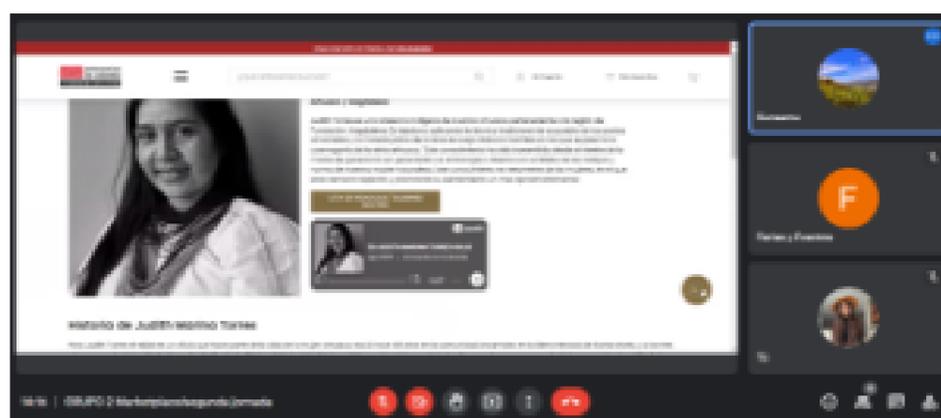


Figura 4 y 5. Cronogramas

Durante las reuniones se elaboró una bitácora, la cual permitía tener una trazabilidad de lo sucedido en la misma y evidencias de está, que facilitaba al equipo retomar el seguimiento de cada taller, sus acuerdos y estado.

6. JUDITH TORRES - ASOARHUACO

Fecha + Horario	Estado	Restock	Comentarios
06/05/2022 2pm - 2:30pm	Continúa en MP	Va a enviar 1 producto por referencia.  También quiere incluir nuevos productos.	Queda atento de saber cuando puede reenviar.
21/10/2022	Pedido solicitado	Va a enviar 10 mochilas referencias nuevas.  5 pequeñas (22 x 26 cm) 5 Mediana (34-36 cm )	Se hizo la socialización de los productos seleccionados de curaduría  Revisar ppt / Curaduría



SOLICITUD RESTOCK DE PRODUCTOS



Figura 6 y 7. Bitácora de seguimiento, Artesana Judith Torres

Asimismo, dentro del equipo se creó un archivo el cual se organizaba con la siguiente colorización, que permitía agrupar y gestionar necesidades de las marcas del Marketplace de manera eficiente y rápida, sin necesidad de revisar artesano por artesano dentro de la bitácora.

	OK, YA TENEMOS PRODUCTO
	LLAMAR, SOLICITUD DE CATÁLOGO Y ACTUALIZACIÓN
	CAMBIO DE RÉGIMEN CORREO CON LO QUE DEBE HACER
	SOLICITAR PROMOCIÓN

	PENDIENTE REUNIÓN PARA SOCIALIZAR RESTOCK
	EN PROCESO DE ENVÍO DE RESTOCK
	PENDIENTE SUBIR PRODUCTOS A PLATAFORMA PARA PODER LLAMAR Y REALIZAR SEGUIMIENTO
	PENDIENTE CURADURÍA PARA SELECCIÓN DE PRODUCTOS
	PENDIENTE REVISIÓN DE PRODUCTO/FOTOGRAFÍA

Tabla 2. Colorización estado artesanos activos Marketplace.

De igual manera, también hubo seguimiento y comunicación uno a uno con el artesano a través de WhatsApp, aplicación que resulta ser una herramienta de inmediatez, cercana al artesano que permite la resolución de dudas sencillas, apropiada para este espacio de acompañamiento.

La revisión de cada catálogo se iba documentando dentro de una presentación, se copiaba la foto de la referencia deseada, se especificaba las unidades por referencia y si había algún comentario en caso de tener solicitudes específicas relacionadas con sus características.

Este año se elaboraron y enviaron en total 219 reportes de ventas de los talleres/marcas del Marketplace que reportaron ventas mensuales desde diciembre del 2021 hasta noviembre del 2022 por medio del correo electrónico.

### 3. MARCAS REENGANCHE

Las marcas de reenganche corresponden a marcas que en algún momento de su proceso desistieron de la participación dentro de la estrategia comercial del Marketplace. Durante el 2022 el equipo contactó a estas marcas que se habían desactivado para conocer la razones por las cuales se habían desactivado e invitarlas nuevamente a participar de la estrategia comercial.

REENGANCHE	
Estado	Total
Pendiente toma de fotografía	0
Pendiente envío de mercancía	7
Pendiente reunión de socialización curaduría	1
Pendiente envío de catalogo	18
Pendiente producto en plataforma	4
No continua	9
<b>TOTAL MARCAS EN REENGANCHE</b>	<b>12</b>

### 3.1. Seguimiento marcas reenganche

Teniendo en cuenta que muchos de los artesanos participantes son personas de la tercera edad, que no tienen fácil acceso a internet y/o no tienen conocimientos avanzados en la informática. Requieren de un proceso adecuado para la exposición del Marketplace. Es de suma importancia encontrar lenguaje familiar y material de apoyo visual que les permita comprender con mayor claridad la estrategia y retener la información.

Similar al proceso de los artesanos activos, el reenganche cumplió con la misma ruta de seguimiento, no obstante, este tenía algunas variaciones en su ejecución y levantamiento de información. El discurso de la socialización buscaba entender por qué los talleres habían desistido de la estrategia y si estaban interesados en reintegrarse. Toda la información se recopiló en una bitácora.

Se estableció un cronograma, se asignaron las citas de las reuniones virtuales con los artesanos y se atendieron de manera personalizada. Dentro de la base de datos también se organizó el listado de artesanos desactivados y el estado en el que cada taller se encontraba con la estrategia.

Dentro de los hallazgos más importantes de estas reuniones encontramos variables determinantes a la hora de la decisión de permanencia en la estrategia por parte de los talleres artesanales.

- a. **Asociatividad:** Cuando los talleres son grupos grandes/asociaciones los líderes se ven presionados por los artesanos pertenecientes al grupo, puesto que los productos que se venden en la plataforma, según la referencia la realizan diferentes artesanos, no se sabe cuál fue el artesano productor hasta solicitar el inventario de vuelta, eso no le permite hacer el pago oportuno del artesano líder. Además de la constante solicitud de información de la venta de la marca en plataforma.
- b. **Desconocimiento:** Al no entender el comercio electrónico muchos artesanos prefieren continuar con los medios tradicionales, manteniéndose en su zona de confort o asignando a otras personas para que representen la marca en el Marketplace. Suelen ser hijos o personas más jóvenes que están más cercanos a los canales digitales.
- c. **Inmediatez:** La modalidad de consignación es pago a mes vencido, es decir, que la dinámica es lenta y muchos artesanos dependen de la venta diaria de sus productos para su manutención. Por tal motivo, el periodo de espera se traduce en un espacio de larga espera a diferencia de otros espacios comerciales que Artesanías de Colombia provee o promociona.

### 3.2 Gestión logística marcas activas y reenganche

Teniendo en cuenta esta información, se realizó la trazabilidad del inventario de cada una de las referencias de las 95 marcas del Marketplace que están activas y que se han retirado, para verificar las cantidades del stock actual con las reportadas por parte de bodega, y relacionar las novedades encontradas. Se desarrolló la revisión y consolidación del archivo, de acuerdo con el cruce realizado entre los productos en inventario de bodega y los publicados en plataforma, con el fin de ajustar cantidades en la plataforma.

Para tener control y seguimiento de inventarios se realizó el conteo físico de productos en consignación para verificar el inventario de sistema con las existencias en bodega de la mano de la encargada de la bodega 57 de los productos en consignación de las marcas.

Desde el área administrativa, se apoyó la elaboración del formato para el envío de mercancía y los adjuntos correspondientes. Se solicitó la firma de cuentas de cobro a los artesanos para tramitar el pago de los productos relacionados en las mismas por ventas de Marketplace, en los casos en los cuales los pagos se realizaron a través de órdenes de compra y se diligenciaron los formatos correspondientes y los documentos requeridos para solicitar el ingreso de los productos enviados en consignación de cada marca al inventario del Marketplace.

#### 4. MARCAS NUEVAS

Las marcas nuevas corresponden a 50 talleres artesanales que se habían propuesto durante el 2021, talleres que podrían ser aptos para esta estrategia, este proceso lo acompañó el proyecto Etnias con 15 talleres y se contactó a los artesanos del listado propuesto con intención de socializarles la estrategia.

NUEVOS	
Estado	Total
Pendiente envío de mercancía	1
Inició proceso de activación en MP	11
No está interesado/abordar en Expoartesanías	2
Programado para reunión de socialización	6
No ha dado respuesta	16
Nuevos proyecto etnias	15
<b>TOTAL MARCAS POR INGRESAR</b>	<b>12</b>

Tabla 4. Estado Marcas Nuevas

La ruta de seguimiento con las marcas nuevas se iniciaba de forma muy similar a las marcas activas y de reenganche, no obstante, por medio de videollamada se hacía la socialización del

Marketplace y se mencionan los aspectos básicos para la participación adecuada de este espacio comercial. Ya que, a lo largo del año se fueron identificando nuevos lineamientos, de acuerdo a la experiencia y rotación de los productos en plataforma. Para el equipo era de suma importancia mantener un lenguaje claro con el Artesano dándole entender cuáles son las tendencias del comercio digital.



Figura 6 y 7. Pantallazos presentación Socialización

Los talleres artesanales del Marketplace se encuentran en diferentes partes del país, un total de 26 departamentos representados en esta plataforma de comercio electrónico. Por consiguiente, el acompañamiento de estas marcas fue en modalidad virtual en su mayoría para su practicidad, y así poder atender los procesos de cada una de las marcas artesanales, de manera personalizada.

## 5. ANEXOS

- Formato Beneficiarios 070: [LINK](#)
- Presentación Marketplace [LINK](#)
- Cronograma [LINK](#)
- Citas de Seguimiento [LINK](#)



- e. Bitácora Activos [LINK](#)
- f. Bitácora Reenganche [LINK](#)
- g. Bitácora Nuevos [LINK](#)
- h. Estado Marketplace [LINK](#)
- i. Curaduría Etnias [LINK](#)
- j. Curaduría Activos- Reenganche - Nuevos [LINK](#)



