

**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA LA
COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS PARA LOS ARTESANOS DE SIBATE,
CUNDINAMARCA**

PROYECTO DE GRADO

Estudiante:

Laura Ximena Rodriguez Gomez

Código:

764220304

Director:

Jeysser Otero

Universidad de Cundinamarca Extensión Soacha

Programa Ingeniería Industrial

Facultad de Ingeniería

2025

Dedicatoria

Dedico esta monografía en primer lugar, a Dios, por ser mi guía y mi fortaleza en el camino. También a mis padre y abuelitas, quienes siempre han estado a mi lado brindándome, sus consejos, un ejemplo de vida que me inspira todos los días, pero en especial todo su amor y apoyo incondicional, gracias a ellos seguí adelante incluso en ocasiones que el camino se tornaba complicado.

Gracias por ayudarme a seguir y cumplir mis sueños.

Agradecimientos

Agradezco a Dios quien me ayudo en todo momento y renovaba mis fuerzas y fe cada día.

A mi familia, por creer en mí y en mi capacidad para poder culminar esta etapa, en especial a mi mamá, por incluso haberlo dado todo, e incluso poniéndose en segundo lugar para que yo pudiera cumplir el sueño de estudiar ingeniería industrial, por haber creído en mi y darme aliento cuando sentí que no podía, gracias por ser ejemplo de fortaleza, amor y constancia, por ser mi mayor inspiración y ejemplo a seguir.

Agradezco también mi docente Jeysser Otero, por compartir su conocimiento y guiarme de la mejor manera para culminar este proyecto. De manera especial, a Julián Ramírez y Natalia Rodríguez quienes me brindaron orientación y apoyo en el desarrollo de esta monografía, a Holman Carvajal por brindarme palabras de aliento y una amistad incondicional, estando presente en los buenos y malos momentos.

Agradezco profundamente a los artesanos que, con gran amabilidad y carisma, colaboraron en este proceso, compartiendo su conocimiento sobre sus hermosos productos.

Finalmente, manifiesto mi gratitud a todas las personas que, de una u otra manera, ofrecieron luz y fortaleza en mi camino.

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo diseñar estrategias de marketing digital que ayuden en la comercialización de los productos de los artesanos de Sibaté, Cundinamarca. Para ello, se llevo a cabo un diagnostico previo del estado actual de los artesanos, donde se identificaron las limitaciones principales y oportunidades mediante una encuesta y una matriz DOFA.

Como parte del trabajo, se propuso una herramienta de apoyo sencilla y de carácter lúdico para facilitar a los artesanos, el uso de herramientas digitales como las redes sociales, adaptadas a su nivel educativo y a los recursos que tienen a su disposición. Asimismo, en colaboración con dos de ellos, se crearon perfiles de algunas redes sociales, como Facebook e Instagram, con el propósito de comercializar sus productos creando una presencia online.

Más que una implementación a gran escala, el proyecto represento un acercamiento al uso del marketing digital por medio de redes sociales en el sector artesanal, hecho desde una perspectiva formativa, se buscó apoyar a los artesanos en la promoción y comercialización de sus productos, por medio de una herramienta sencilla y accesible, valorando su trabajo y patrimonio cultural.

Abstract

This project focuses on creating digital marketing strategies to boost the commercialization of artisanal products in Sibaté, Cundinamarca. After assessing the sector, we identified key challenges and opportunities for incorporating digital tools. We developed a proposal that features an interactive tool and a training plan specifically designed for local artisans. This initiative encourages them to create social media profiles, utilize QR codes, produce tutorial videos, and explore other digital resources. The goal is to enhance their online visibility, broaden their market reach, and support the economic and cultural growth of Sibaté's artisan community. Ultimately, we aim to facilitate the adoption of digital marketing in this sector while preserving its traditions and improving its competitiveness.

Contenido

1. Introducción.....	11
2. Línea de Investigación.....	12
3. Problema.....	12
3.1. Planteamiento del problema.....	12
3.2. Formulación del problema.....	13
4. Justificación.....	14
5. Objetivos.....	17
5.1. Objetivo General.....	17
5.2. Objetivos Específicos.....	17
6. Alcances y limitaciones.....	18
6.1. Alcance.....	18
6.2. Limitaciones.....	18
7. Marco referencial.....	19
7.1. Antecedentes internacionales.....	19
7.2. Antecedentes nacionales.....	20
7.3. Antecedentes regionales.....	21
7.4. Marco conceptual.....	22
8. Metodología.....	24
8.1. Fase 1: Revisión y análisis documental.....	24
8.2. Fase 2: Elaboración de una encuesta.....	24
8.3. Fase 3: Diseñar un análisis DOFA.....	24
8.4. Fase 4: Diseñar ruta de aprendizaje de acuerdo a los datos y el análisis reflejados en la encuesta.....	25

8.5. Fase 5: Diseñar un plan de marketing digital adaptado a las necesidades de los artesanos de Sibaté.....	25
9. Resultados.....	26
9.1. Desarrollo de la encuesta	26
9.1.1. Fase 2 elaboración de encuesta.....	26
9.1.2. Diseño del instrumento.....	26
9.1.3. Aplicación de encuesta	27
9.2. Fase 3 Matriz DOFA	35
9.3. Fase 4: Rutas de aprendizaje.....	36
9.4. Fase 5 plan de marketing digital	42
Conclusiones.....	45
Recomendaciones	47
Referencias bibliográficas	48
Anexos.....	51

Lista de tablas

Tabla 1 <i>Matriz DOFA</i>	35
----------------------------------	----

Lista de figuras

Figura 1. Rango de edad	28
Figura 2. Sexo.....	28
Figura 3. Nivel educativo	29
Figura 4. Lugar de venta de productos	30
Figura 5. Actividad artesanal como principal fuente de ingresos.....	30
Figura 6. Herramientas de marketing digital utilizadas.....	30
Figura 7. Familiarización con uso de herramientas de marketing digital.....	31
Figura 8. Tenencia de redes sociales del emprendimiento	31
Figura 9. Tenencia de teléfono inteligente	32
Figura 10. Recibir información o capacitación sobre marketing digital	32
Figura 11. Dificultad para vender más	33
Figura 12. Herramientas o apoyo más útil para mejorar presencia en línea.....	34
Figura 13. Instructivo para la creación de un correo electrónico	37
Figura 14. Instructivo para utilizar WhatsApp Business	38
Figura 15. Instructivo para utilizar Instagram	39
Figura 16. Instructivo para utilizar TikTok	40
Figura 17. Instructivo para utilizar Facebook.....	41

Lista de anexos

Anexo 1. Instructivo para utilizar un correo electrónico	51
Anexo 2. Instructivo para utilizar WhatsApp Business.....	51
Anexo 3. Instructivo para utilizar Instagram	52
Anexo 4. Instructivo para utilizar TikTok	52
Anexo 5. Instructivo para utilizar Facebook	52
Anexo 6. Imagen de perfil para cuenta de Google de Creaciones Isa	52
Anexo 7. Perfil de Facebook de Creaciones Isa	52
Anexo 8. Perfil de Instagram de Creaciones Isa.....	53
Anexo 9. Logotipo de Creaciones Isa.....	53
Anexo 10. Perfil de TikTok.....	53
Anexo 11. Perfil de Instagram de Amigurumis del Corazón	54
Anexo 12. Publicaciones de Instagram de Amigurumis del Corazón	54
Anexo 13. Perfil de Facebook de Amigurumis del Corazón	55

1. Introducción

Hoy día la tecnología y las redes sociales se han vuelto muy importantes para el crecimiento de muchos negocios o emprendimientos, ya que permiten llegar a más personas y así dar a conocer sus productos, marca y estilo. Sin embargo, aun hay personas, como algunos artesanos de Sibaté, Cundinamarca, que no saben utilizar estas herramientas para comercializar sus productos, aunque trabajan con esfuerzo y dedicación no logran llegar a más clientes ya que no se encuentran en el mundo digital.

Es por ello, que este proyecto se enfocó en buscar maneras sencillas de apoyar la forma en que los artesanos venden sus productos, utilizando el marketing digital. Primero se realizó una fase diagnostica para comprender mejor la situación del sector artesanal, por medio de una encuesta y una matriz DOFA, luego, con la participación voluntarias de dos artesanas, se crearon perfiles en redes sociales y se les enseñó pasos básicos de cómo usarlas.

La idea principal fue brindar un pequeño apoyo de manera cercana y útil, que permitiera dar mas visibilidad al trabajo y creación de los artesanos, mostrando el valor cultural y ayudando a aprovechar las herramientas digitales de manera sencilla y accesible.

2. Línea de Investigación

Gestión, emprendimiento, organizaciones sociales del conocimiento y aprendizaje.

3. Problema

3.1. Planteamiento del problema

Dentro del estudio del arte que se realiza para poder abarcar la problemática presentada por los artesanos en el municipio de Sibaté, se puede evidenciar que no se cuenta con la información suficiente para abordar este tema puntualmente en el municipio, lo que conlleva a contemplarlo a nivel gubernamental, donde se puede identificar que la implementación del marketing digital en el sector artesanal de Cundinamarca, afronta desafíos que limitan su competitividad y alcance en mercados más amplios.

El informe de Artesanías de Colombia (2021) expone que, a pesar de los esfuerzos realizados para mejorar la producción y el diseño de artesanías, aún se observan las limitaciones en la comercialización digital, debido a que, la mayoría de los artesanos desconocen como utilizar las herramientas digitales para promocionar y promover la comercialización de sus productos. Además, durante la pandemia se evidenció la necesidad de adoptar tecnologías de la información y comunicación (TIC) para acceder a nuevos mercados, ya que, la limitación a la movilidad de las personas ocasiono que los artesanos comercializaran sus productos de una manera distinta, sin embargo, el uso del marketing digital no fue aplicado por toda la población, debido al desconocimiento.

Araque (2020) nos explica como las artesanías han tomado un papel sociocultural y económico de gran importancia, ya que dentro de sus actividades se transmite patrimonio cultural de la región, en el municipio de Sibaté se cuenta con diferentes creaciones de los artesanos, tales como:

Tejidos en lana virgen: Actividad que cuenta con una experiencia de más de veinte años en la fabricación de ruanas, sacos, mochilas, sombreros, gorros, guantes, hamacas, zapatos, alpargatas y ponchos (Araque, 2020).

Figuras en guadua talladas a mano: Artesanos crean figuras utilizando guadua, destacándose por su habilidad en el tallado manual (Araque, 2020).

Aguardiente artesanal de papa: Productos como el "Manicomio XIUATE" son bebidas artesanales elaboradas a partir de papa y derivados de la caña, ofreciendo una experiencia única a los visitantes (Araque, 2020).

Cerámica y figuras en yeso: Emprendimientos se especializan en la creación de figuras en cerámica y yeso, ideales para la decoración del hogar (Araque, 2020).

En el municipio de Sibaté se evidencia que las artesanías comprenden una actividad económica importante en el sector local, lo cual, favorece al desarrollo de otras actividades económicas como el turismo, sin embargo, se ha presentado que los artesanos, tienen limitaciones al momento de comercializar sus productos debido al desconocimiento de herramientas que les permitan tener un mejor crecimiento económico.

3.2. Formulación del problema

¿Cómo diseñar una herramienta lúdica que ayude a los artesanos de Sibaté a utilizar el marketing digital para mejorar la comercialización de sus productos?

4. Justificación

El marketing digital ha transformado al sector artesanal, ofreciendo nuevas herramientas y plataformas para promover y vender sus productos, varios estudios y casos resaltan los impactos positivos de su implementación, por ejemplo, la construcción de una marca personal sólida, que les permita distinguirse en el mercado, de esta manera se mejora la lealtad de los clientes y se fomenta la recomendación de los productos, según Cruz et al. (2018). Además, un informe realizado por el Artesanías de Colombia (2022) identificó que un 11% de los artesanos y unidades productivas no consideran los registros de marca y certificaciones como una posibilidad para el crecimiento de sus procesos, debido a un desconocimiento de información y herramientas digitales que pueden ser sesgadas por el nivel educativo y edad de los artesanos.

Sin embargo, la pandemia por COVID-19 afectó de manera significativa la economía de muchos tipos de emprendimientos, incluido el sector artesanal. Asimismo, los artesanos enfrentaron varios retos, entre ellos las barreras de comercialización, puesto que la mayoría de ellos ejercen de manera informal (Artesanías de Colombia, 2020), es decir, su principal punto de venta eran las ferias y eventos comerciales, explica Cortés (2020) en su artículo del periódico Espectador, donde menciona que En este contexto, se puso en marcha la iniciativa "Artesano estamos contigo", la cual permitió integrar a 16.407 artesanos a programas sociales del Estado y a propuestas como "Yo me quedo en mi negocio" y "Compra lo nuestro". Sin embargo, enfrentaron obstáculos como la carencia de acceso a internet o a teléfonos inteligentes. A pesar de estas dificultades y de una disminución en sus ventas, lograron mantener en marcha sus emprendimientos (Cortés, 2020).

Es por esta razón que, la justificación de este proyecto se basa en la necesidad de informar a los artesanos de Sibaté por medio de una herramienta lúdica que facilite el uso

del marketing digital, ayudando a mejorar la comercialización de sus creaciones y la visibilidad de estos. Los artesanos son parte importante de la economía del lugar al ofertar bienes únicos y, al mismo tiempo, ayudar a la conservación de tradiciones culturales, sin embargo, afrontan retos para conseguir ser competitivos, en un mercado que exige innovación (Martínez, 2023). El escaso acceso a información y recursos sobre nuevas tecnologías les impide evolucionar y lograr abarcar nuevos nichos de mercado, de acuerdo al informe de gestión de Artesanías de Colombia (2024).

Es importante recalcar que no se dispone de datos específicos sobre si la artesanía es la actividad principal o secundaria de los artesanos en Sibaté, de igual forma se desconoce si representa el único ingreso de sus familias, sin embargo, entidades públicas como la gobernación de Cundinamarca y la alcaldía municipal de Sibaté han implementado iniciativas para fortalecer este sector. Un ejemplo de ello es que durante el año 2021 se implementaron diversas actividades, con el fin de fortalecer la actividad artesanal a través de módulos de producción, comercialización y capacitación en uso de herramientas tecnológicas. A pesar de las dificultades ocasionadas por la pandemia, se logró una mayor cobertura y la participación de artesanos se incrementó, organizando charlas, asesorías virtuales, y fomentando la asistencia a ferias regionales y nacionales. De acuerdo con la información dada por el Laboratorio de Innovación y Diseño Departamento de Cundinamarca de Artesanías de Colombia (Artesanías de Colombia, 2021).

Además, este tipo de estrategias ayudó a los artesanos a mejorar sus productos, y también a incrementar su participación en el mercado, lo que permitió resaltar la importancia de integrar herramientas digitales en el proceso de comercialización (Gobernación de Cundinamarca, 2025). Por lo tanto, se busca concientizar a la población artesanal, sobre la importancia del uso de herramientas digitales y el marketing digital,

como la creación de plataformas de venta en línea y su distribución. De esta manera el marketing digital les permitirá llegar a nuevos nichos de mercado y mejorar la competitividad en él, para así permitir que los productos de Sibaté sean conocidos fuera de la frontera local.

Finalmente, cabe resaltar que la actividad económica que desarrollan los artesanos es de vital importancia, no solo por el desarrollo económico de estos sino también por todo el componente cultural que hay de cada actividad, ya que ha sido un legado que viene de generación en generación, es por ello también que las entidades públicas le apuestan e invierten con iniciativas que ayudan a mejorar las habilidades empresariales de los artesanos y sembrar la riqueza cultural. Es por ello que, resulta de gran aporte actividades como las capacitaciones y la participación en eventos. Cabe mencionar que, la adaptación a nuevas tendencias ha reforzado en los artesanos cundinamarqueses sus creaciones y posicionamiento en el mercado nacional, aunque dichas capacitaciones no fueron impartidas hacia el total de los artesanos, sino con los que tuvieron la facilidad de tomarla y como resultado de estos incentivos proporcionados por las entidades públicas se evidencia que tuvo un impacto positivo, pero hace falta brindar una mayor cobertura en municipios como Sibaté.

5. Objetivos

5.1. Objetivo General

Diseñar estrategias de marketing digital para la comercialización de los productos para los artesanos de Sibaté, Cundinamarca.

5.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el estado actual de la comercialización de los artesanos de Sibaté.
- Proponer una ruta de aprendizaje para mejorar las habilidades de los artesanos de Sibaté.
- Diseñar un plan de marketing digital adaptado a las necesidades de los artesanos de Sibaté.

6. Alcances y limitaciones

6.1. Alcance

El alcance de este proyecto es dar el conocimiento sobre las herramientas que pueden aplicar los artesanos de Sibaté Cundinamarca, en la comercialización de sus productos a través del marketing digital y que se identifique el impacto y la necesidad de aplicación de la misma en la comercialización de sus artesanías, entregando como producto final rutas de aprendizaje con toda la información necesaria para el manejo del marketing digital y un DOFA que les permita tener una visión mucho más amplia de la información impartida.

6.2. Limitaciones

Las principales limitaciones que se presentan al momento de desarrollar el proyecto son la falta de información acerca de los artesanos del municipio de Sibaté, ya que los estudios e incentivos son realizados en otros municipios o a nivel gubernamental, sin embargo, la condición más crítica es la falta de herramientas digitales para que los artesanos puedan implementar el marketing digital en sus actividades y la falta de conectividad a internet para poder publicitar sus productos.

7. Marco referencial

7.1. Antecedentes internacionales

El marketing digital ha sido fundamental para que varios artesanos a nivel internacional amplíen su alcance y aumenten la visibilidad de sus productos, lo cual ha influido en el aumento de sus ventas, por ejemplo Faster Capital (2025) habla sobre la plataforma Etsy, la cual se ha consolidado como un mercado líder en productos hechos a mano y vintage, para así conectar a compradores de todo el mundo, el éxito de esta plataforma radica en la creación de una comunidad sólida y en proporcionar herramientas que empoderen a los artesanos, por medio de recursos educativos.

Sin embargo, no son los únicos beneficios que ofrece esta plataforma, ya que también permite que los compradores interactúen directamente con el artesano, para así solicitar pedidos de manera personalizada, en algunos casos esto permite que el cliente sea parte del proceso creativo. También, es importante resaltar que la plataforma permite un mercado global, es decir, puede haber clientes de cualquier parte del mundo, pero también artesanos de cualquier lugar, esto permite que los artesanos tengan un nicho de mercado muchísimo más amplio y también que los clientes tengan más variedad en el momento de escoger sus productos.

Por otra parte, la empresa española Artesanía Cerdá implemento una estrategia de marketing, la cual les permitió en ocho meses el aumento del 100% en el tráfico web y un incremento del 1.950% en la facturación mensual, por medio de los nuevos clientes obtenidos, este caso demuestra como el marketing digital permite potencializar la presencia de negocios internacionales a nivel internacional (CONNEXT, 2019).

También, se conoció el caso del SweetDays, donde el obrador Aniram de Madrid, quien aposto por la digitalización con el fin de expandir su negocio, gracias a un plan de

diseño web y marketing digital, logro más de 2000 visitas en su sitio web durante un mes de confinamiento, esto le permitió mejorar su alcance, fidelizar clientes y sobre todo adaptarse al mercado actual (Agencias de Comunicación, 2025).

Las plataformas digitales permiten al público objetivo poder encontrar exactamente lo que están buscando y/o necesitando como lo hace la moda española e italiana por medio de la plataforma Invocarte, la anterior está enfocada en la moda y la preservación de los productos tradicionales hechos a mano, ofreciendo productos únicos y apoyando a pequeños talleres, de esta manera asegura precios justos en +tre artesanos y clientes (El País, 2025).

En conclusión, el marketing digital ha demostrado ser una herramienta clave para el crecimiento de los emprendimientos artesanales, lo cual permite ampliar el alcance, mejorar visibilidad y aumentar las ventas. Casos como los anteriormente mencionados evidencian como las estrategias digitales pueden conectar a los artesanos con un público global, facilita la personalización de los productos y fortalece la relación con los clientes. El uso del marketing digital no solo ofrece mayores oportunidades comerciales, sino que también promueve la preservación de oficios tradicionales.

7.2. Antecedentes nacionales

En Colombia el marketing digital ha sido fundamental para que los artesanos amplíen su alcance y mejoren la comercialización de sus productos, como el programa #ArtesanoDigital, el cual estaba orientado a capacitar a los artesanos en herramientas digitales y mercadeo electrónico, esta iniciativa buscaba facilitar la inclusión de los artesanos en la economía digital, para así preservar tradiciones culturales y promover un desarrollo equitativo y justo (Artesanías de Colombia, 2024).

Por otro lado la Universidad CESMAG (2024), colaboro con Artesanías de Colombia para dar inicio a cursos enfocados en el marketing digital y gestión de costos de producción para artesanos en el departamento de Nariño con el objetivo de mejorar la rentabilidad y competitividad de los productos artesanales en la región, de esta manera se espera fortalecer las habilidades empresariales y aprovechar el uso del marketing digital, esto ayudaría a la expansión de sus mercados, asimismo se espera evidenciar una mejora en las condiciones económicas de los artesanos de la región.

Pero Nariño no fue la única región del país donde se enseñó sobre marketing digital los artesanos, ya que en Ocaña se desarrolló un plan de social media marketing, el cual busca que los artesanos conozcan y utilicen herramientas tecnológicas, para promocionar sus productos, para mejorar la visibilidad y posicionamiento en el mercado (Madariaga y Herrera, 2019).

A manera de conclusión se puede evidenciar la importancia del tránsito de los artesanos al mercado digital y el uso de las herramientas digitales en Colombia, no solo por la economía de los mismos sino también por preservar la cultura y tradición.

7.3. Antecedentes regionales

A nivel departamental, Cundinamarca ha implementado varias estrategias para fortalecer las habilidades digitales de los artesanos y así poder mejorar la comercialización de sus productos en medios digitales, por ejemplo, el Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca (IDECUT) ha apoyado a un grupo significativo de la población artesanal, logrando la creación de colecciones inspiradas en Cundinamarca y facilitando los espacios de comercialización en eventos como expomalocas, stereo picnic entre otros, además de la importación de productos a Italia (Gobernación de Cundinamarca, 2023).

En el municipio de Sibaté se han implementado iniciativas para fortalecer el emprendimiento artesanal y promover el uso de herramientas digitales, por ejemplo, en el año 2023 del 13 al 16 de diciembre la alcaldía de Sibaté organizó la feria artesanal y de emprendimiento “Sibaté Emprende” evento que reunió a los artesanos locales, exhibiendo y comercializando sus productos por medio de una plataforma (Alcaldía Municipal de Sibaté, 2023).

De igual manera, se han organizado múltiples mercados campesinos, los cuales incluyen la participación de artesanos locales, de esta forma se apoya la comercialización de sus productos, y aunque no se evidencia el mercado digital, si se fomenta en gran medida a la economía local y el fortalecimiento de la identidad cultural (Gobernación de Cundinamarca, 2021; Alcaldía de Sibaté, 2024).

Estos actos demuestran el compromiso de las instituciones departamentales y locales para apoyar a los artesanos, brindando herramientas y oportunidades para fortalecer los emprendimientos artesanales y adaptarse a la dinámica de del mercado actual, sin embargo, es evidente que aún falta fortalecer la zona de Sibaté.

7.4. Marco conceptual

Artesano: Según la RAE artesano se define como, persona dedicada a la creación de objetos de manera manual, utiliza técnicas tradicionales, sus productos suelen ser únicos y reflejar la cultura y tradición de su región o comunidad.

Marketing digital: HubSpot lo define como conjunto de estrategias y acciones que promocionan a través de medios digitales, como el internet y dispositivos electrónicos, su objetivo es promover productos, marcas o servicios por medio de herramientas como las redes sociales, correo electrónicos y sitios web.

Mercado digital: Para ThePower, es una plataforma en line donde los compradores y vendedores se comunican para intercambiar bienes y servicios, estos facilitan la comercialización de productos desde cualquier lugar teniendo conexión a internet.

Emprendimiento: Según Ferrovial es el proceso por el cual se inicia y desarrolla un nuevo proyecto o negocio, generalmente con el objetivo de ofrecer productos o servicios nuevos.

Artesanías: Artesanías de Colombia da la siguiente definición productos elaborados por artesanos de manera manual, los cuales reflejan tradiciones culturales y técnicas específicas de una región.

Folleto: Para concepto el folleto es un documento impreso, que presenta en pequeñas paginas de diversas formas y se utiliza como recurso publicitario o informativo.

Tutoriales: Según EBO Gestión los tutoriales son videos o grabaciones en las que una o varias personas actúan como instructoras, de esta manera, muestran al publico como realizar un procedimiento o actividad, mientras lo hacen ellos mismos.

8. Metodología

8.1. Fase 1: Revisión y análisis documental

Identificar por medio de una revisión del arte el estado y formas de comercialización de los artesanos actualmente.

Consultar informes y bases de datos (Artesanías de Colombia, MinCIT) para comprender el estado actual del sector artesanal.

Identificar casos de éxito de implementación de tecnologías similares en otros contextos.

8.2. Fase 2: Elaboración de una encuesta

Construir y aplicar una encuesta con el fin de obtener la información acerca del estado actual de la comercialización y limitaciones que enfrentan los artesanos en Sibaté.

Desarrollar una encuesta en la que se pregunta la información necesaria para conocer el estado actual de los artesanos al momento de comercializar sus productos.

Analizar los datos reflejados por la encuesta y comprender las principales limitaciones de los artesanos al emplear herramientas tecnológicas.

8.3. Fase 3: Diseñar un análisis DOFA

Aplicar la técnica DOFA para identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector al emplear herramientas digitales en la implementación del marketing digital

Compartir el análisis DOFA con los artesanos del municipio para que logren dimensionar la importancia que tiene el marketing digital en sus actividades económicas.

8.4. Fase 4: Diseñar ruta de aprendizaje de acuerdo a los datos y el análisis reflejados en la encuesta

Construir una herramienta que recopile toda la información pertinente y necesaria para que los artesanos puedan utilizar herramientas digitales con el fin de llevar su actividad económica a un crecimiento con ayuda del marketing digital.

Socializar la ruta de aprendizaje con los artesanos con el fin de que la información impartida en este, llegue de manera asertiva y efectiva para lograr impactar de manera positiva a cada artesano.

8.5. Fase 5: Diseñar un plan de marketing digital adaptado a las necesidades de los artesanos de Sibaté

De acuerdo a las necesidades identificadas diseñar un plan de acción en uno de los artesanos de Sibaté.

9. Resultados

9.1. Desarrollo de la encuesta

9.1.1. Fase 2 elaboración de encuesta

El objetivo principal de la encuesta era identificar el estado actual de los artesanos de Sibaté Cundinamarca, en relación al uso de herramientas digitales, con el fin de saber sus conocimientos, habilidades, acceso y barreras tecnológicas actuales para poder implementar el marketing digital en sus productos. La información recolectada permite establecer un diagnóstico que oriente estrategias de fortalecimiento digital y comercial.

9.1.2. Diseño del instrumento

Se diseñó una encuesta digital a través de Google Forms, compuesta por preguntas cerradas de selección múltiple y algunas abiertas para casos puntuales, las cuales respondían a cuatro ejes temáticos.

- Datos generales del encuestado.
- Acceso a herramientas tecnológicas.
- Uso actual de redes sociales.
- Conocimientos y percepciones sobre marketing digital.

Estos cuatro ejes temáticos son la base fundamental para obtener la información más acertada y la encuesta para la recolección de datos es la siguiente:

- ¿En qué rango de edad se encuentra usted?
- Sexo:
- ¿Cuál es su nivel educativo?
- ¿Qué tipo de artesanía realiza principalmente?
- ¿Desde hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad artesanal?

- ¿Su actividad artesanal es su principal fuente de ingresos?
- ¿Pertenece a alguna asociación o grupo de artesanos?
- Si respondió “Sí” en la anterior, ¿a cuál?
- ¿Dónde suele vender sus productos? (puede marcar más de una opción)
- ¿Tiene acceso a internet desde su hogar o lugar de trabajo?
- ¿Cuenta con un teléfono inteligente (celular con acceso a internet)?
- ¿Está familiarizado con el uso de herramientas de marketing digital (redes sociales,

WhatsApp, email marketing)?

- ¿Qué herramientas de marketing digital utiliza actualmente para promocionar sus productos? (puede marcar más de una)

- ¿Tienes redes sociales dedicadas a su emprendimiento artesanal?
- Si respondió “Sí” en la anterior, ¿a cuáles?

- ¿Qué tan familiarizado está con los siguientes conceptos? (marca según su nivel de conocimiento), Usar redes sociales para vender, publicidad en Facebook o Instagram, Enviar productos a otras regiones por internet, Crear contenido (fotos, vídeos), Plataformas digitales como Marketplace o Etsy.

- ¿Cuál considera que es su mayor dificultad para vender más?
- ¿Le gustaría recibir información o capacitación sobre marketing digital?
- ¿Qué tipo de herramientas o apoyo considera más útiles para mejorar su presencia

en línea?

9.1.3. Aplicación de encuesta

La encuesta fue aplicada de forma presencial, en total se obtuvieron 29 respuestas, el proceso consistió en visitas directas a los artesanos de municipio de Sibaté, esto permitió

resolver dudas, asegurar la comprensión de las preguntas y garantizar una mayor confiabilidad en las respuestas recolectadas.

Los resultados demostraron que la mayoría de los artesanos se encuentran en el rango de edad entre los 46 y 55 años, en cuanto al sexo la participación corresponde a un 58.6% masculino y 41.4% femenino, por otro lado, se evidencia que predominan los artesanos con estudios de secundaria completa, lo que equivale a un 44.8%, mientras los que cursaron solo la primaria representan un 48.3% y un 6.9% los universitarios, como se pueden evidenciar en los gráficos 1,2 y 3.

Figura 1

Rango de edad

¿En qué rango de edad se encuentra usted?
29 respuestas

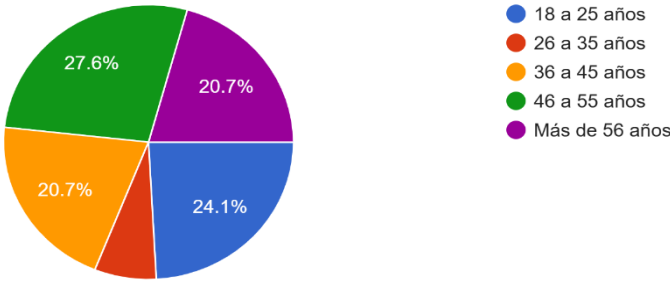


Figura 2

Sexo

Sexo:
29 respuestas

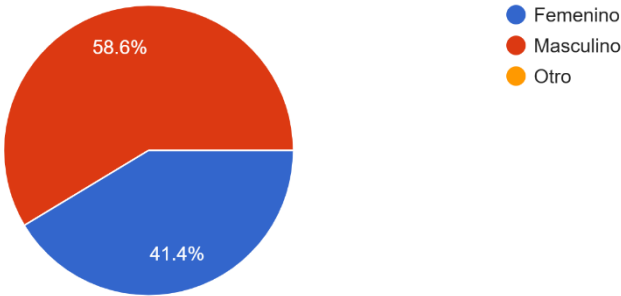
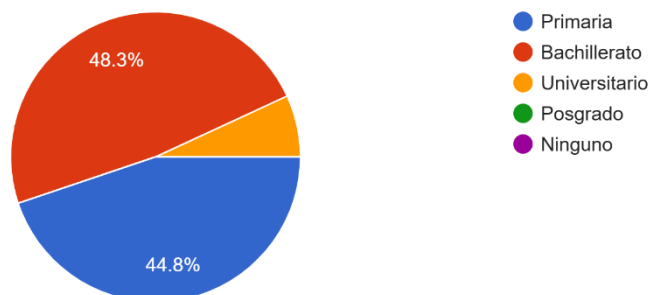


Figura 3

Nivel educativo

¿Cuál es su nivel educativo?
29 respuestas



De igual forma se logró constatar que el 41.4% de los artesanos manifestaron comercializar sus productos principalmente en ferias, mientras que el 44.8% lo realiza por medio de venta directa desde sus tiendas, además el 72.4% indicó que las artesanías son su principal fuente principal de ingresos, frente a un 27.6% que informa tener una actividad principal de ingresos diferente, por otro lado, se logra percibir que el uso de redes sociales o plataformas digitales para la comercialización de sus productos es considerablemente bajo, ya que, el 75.9% afirmó no usar herramientas digitales, mientras que un 24.1% sí hace uso de estas herramientas, logrando evidenciar que, aunque algunos artesanos conocen parte de las redes sociales como WhatsApp o Facebook, no las utilizan con fines comerciales, por falta de conocimiento o de capacitación, como se puede evidenciar en las figuras 4, 5, 6, 7 y 8.

Figura 4

Lugar de venta de productos

¿Dónde suele vender sus productos? (puede marcar más de una opción)

29 respuestas

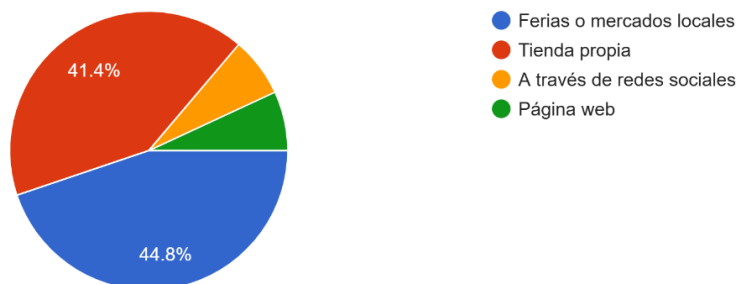


Figura 5

Actividad artesanal como principal fuente de ingresos

¿Su actividad artesanal es su principal fuente de ingresos?

29 respuestas

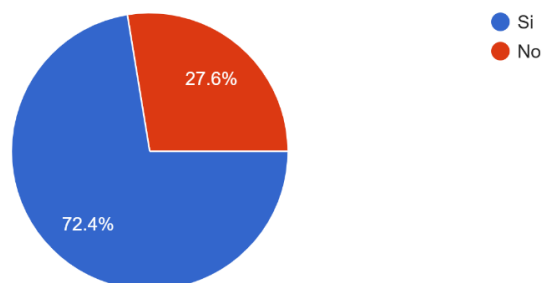


Figura 6

Herramientas de marketing digital utilizadas

¿Qué herramientas de marketing digital utiliza actualmente para promocionar sus productos? (puede marcar más de una)

29 respuestas

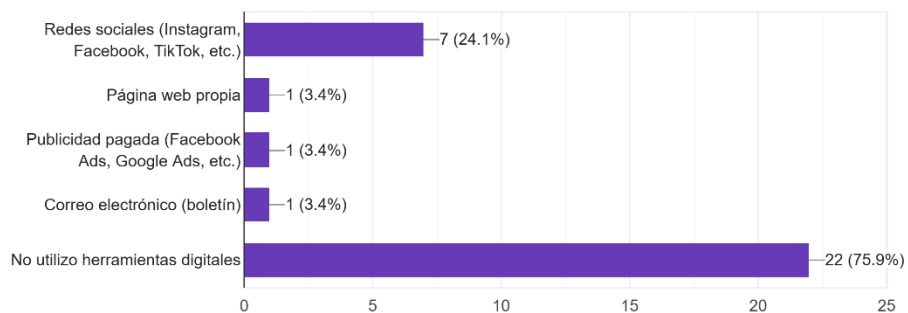


Figura 7

Familiarización con uso de herramientas de marketing digital

¿Está familiarizado con el uso de herramientas de marketing digital (redes sociales, WhatsApp, email marketing)?

29 respuestas

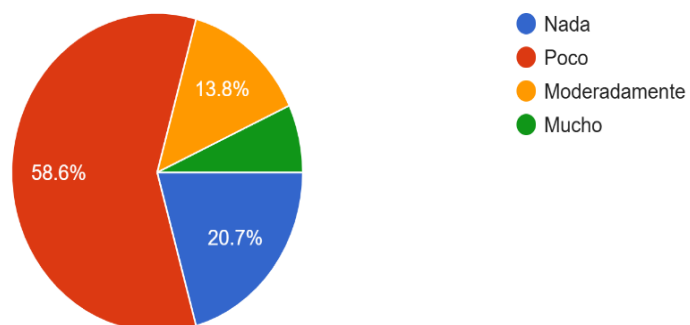
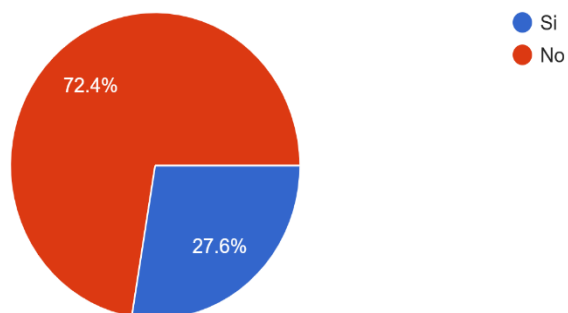


Figura 8

Tenencia de redes sociales del emprendimiento

¿Tienes redes sociales dedicadas a su emprendimiento artesanal?

29 respuestas



Un 96.6% de encuestados indicaron tener un celular inteligente con conexión a internet, sin embargo, el acceso a herramientas avanzadas como páginas web o plataformas de comercio digital es muy limitado. Sin embargo, no es su única dificultad ya que, un

62.1% manifestó no saber cómo llegar a más personas es por ello, que el 89.7% indico que le gustaría recibir alguna formación o capacitación en marketing digital y un 10.3% afirmo que es un tema que podría interesarle. Figuras 9,10 y 11.

Figura 9

Tenencia de teléfono inteligente

Cuenta con un teléfono inteligente (celular con acceso a internet)?
29 respuestas

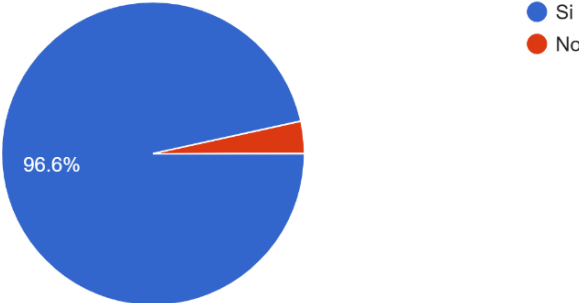


Figura 10

Recibir información o capacitación sobre marketing digital

¿Le gustaría recibir información o capacitación sobre marketing digital?
29 respuestas

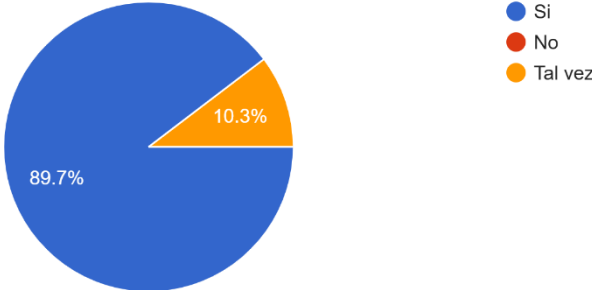
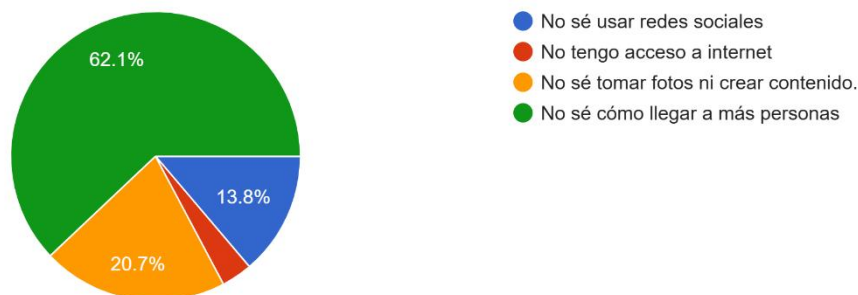


Figura 11

Dificultad para vender más

¿Cuál considera que es su mayor dificultad para vender más?

29 respuestas



Teniendo en cuenta que, los artesanos encuestados muestran interés en el tema de aplicación de marketing digital en sus actividades económicas y para poder dar información o capacitación en este tema se puede hacer uso de diferentes herramientas, tales como talleres presenciales, cursos virtuales, folletos paso a paso, videos tutoriales y acompañamiento personalizado, cabe mencionar que el aprendizaje a través de cada herramienta no es el mismo, por ende es necesario utilizar herramientas que faciliten la comprensión teniendo en cuenta el grado de escolaridad de la mayoría de los encuestados y la practicidad del mismo.

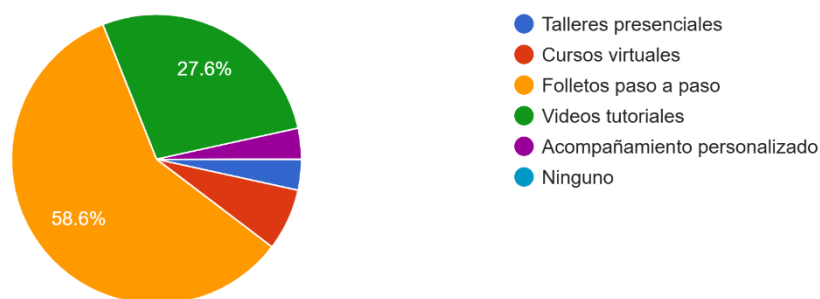
Es por ello que el folleto se convierte en un recurso apropiado para brindar este tipo de conocimiento, debido a que es práctico fácil de entender, manipular y ayuda a comenzar a adentrarse en el mundo digital de la mayoría de los artesanos indico desconocer, de igual forma frente a la pregunta de que tipo de herramienta los artesanos consideran más útil para emplear el marketing digital el 58.6% manifestó de un folleto paso a paso y un 27.6% videos tutoriales, como se puede evidenciar la figura 12.

Figura 12

Herramientas o apoyo más útil para mejorar presencia en línea

¿Qué tipo de herramientas o apoyo considera más útiles para mejorar su presencia en línea? (puede marcar más de una)

29 respuestas



Los datos obtenidos permiten evidenciar que, aunque los artesanos de Sibaté cuentan con conocimiento básico de dispositivos digitales y redes sociales, su uso para fines comerciales es limitado debido a falta de conocimiento sobre marketing digital, esto plantea la necesidad de implementar procesos de capacitación adaptados a sus necesidades, que les permita hacer uso de herramientas tecnológicas para mejorar su visibilidad en el mercado y así poder ampliar sus canales de venta y participación económica, también es importante mencionar que se logró evidenciar un interés significativo en la búsqueda de adquirir conocimiento en el uso del marketing digital, teniendo en cuenta que el grado de escolaridad de la mayoría de los artesanos es primaria y que el 72.4% utiliza la artesanía como su fuente principal de ingresos, el uso de folletos se convierte en una pieza clave para empezar a migrar al marketing digital y con esto poder diversificar la comercialización de sus productos y contribuir directamente al impulso de su actividad económica.

9.2. Fase 3 Matriz DOFA

A partir de los datos obtenidos en la encuesta aplicada a los artesanos y del contexto recopilado en la fase de revisión documental, se realizó un análisis DOFA para identificar los factores internos y externos que afectan la implementación de marketing digital en el sector artesanal.

Tabla 1

Matriz DOFA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Interés por aprender de marketing para diversificar su nicho de mercado.• La mayoría tienen acceso a celulares inteligentes y redes sociales.• Oferta de variedad de productos, esto puede atraer a varios tipos de clientes.• Experiencia y compromiso con la creación de sus productos artesanales.• Creación de un producto personalizado, de acuerdo a la necesidad del cliente.	<ul style="list-style-type: none">• Poco conocimiento sobre la comercialización de sus productos por medio del marketing digital.• Escaso uso de las redes sociales para comunicarse de manera directa con los clientes.• Falta de conocimiento en venta de productos por medio de internet.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Utilizar las herramientas y crecimiento digital para vender sus productos en línea y llegar a más clientes.	<ul style="list-style-type: none">• Competencia con productos de proceso industrial que tiene precios más bajos, ofrecen más cantidad a menor precio

-
- Acceso a herramientas digitales gratuitas que pueden utilizar para mejorar la presencia en las redes.
 - Trabajar en el reconocimiento de marca por medio de publicaciones en redes sociales.
 - Actualización constante en el manejo de las aplicaciones de las redes sociales, dificultaría la permanencia de los artesanos.
-

A partir de la matriz DOFA se logra evidenciar que, si bien los artesanos cuentan con fortalezas muy importantes como el interés por aprender, el acceso a dispositivos inteligentes y sobre todo la capacidad de crear productos personalizados y de calidad, sin embargo, enfrentan debilidades significativas como la falta de conocimiento y el poco uso de herramientas digitales para promocionar y comercializar los productos.

No obstante, existen oportunidades que se pueden aprovechar, como el tener acceso a herramientas digitales gratuitas, esto permite el crecimiento del comercio online y el uso de redes sociales para el reconocimiento de su marca y nicho de mercado. Además, se identifican amenazas como la competencia con productos de proceso industrial más económicos y la rápida evolución tecnológica. Así, es importante diseñar estrategias de capacitación o aprendizaje adaptadas a las capacidades y necesidades de los artesanos.

9.3. Fase 4: Rutas de aprendizaje

Una de las brechas que más limita a los artesanos para comercializar sus productos a través del marketing digital que es su falta de conocimiento y de capacitación en este medio, por ello resulta apropiado diseñar una ruta de aprendizaje que les permita saber que deben tener en cuenta al momento de hacer el uso del marketing digital en sus actividades económicas; el mecanismo empleado son los folletos y videos, evidenciados en los anexos.

En la figura 13 se da un instructivo detallado para la creación de un correo electrónico, ya que este es la base de cualquier proceso comunicativo, debido a que la gran mayoría de las redes sociales requieren la vinculación de un correo electrónico para proceder con la creación de usuario dentro de la red social, como es el caso de Facebook, Instagram, TikTok entre otras.

Figura 13

Instructivo para la creación de un correo electrónico

Paso 4

- Puedes usar una foto de tus productos o promociones.
- Haz clic en el icono de imagen para añadirla.

¡Promoción rápida solo hasta el domingo!

Haz tu pedido por WhatsApp: (Número de contacto) [Ver más en Instagram: \(@tu_empresa\)](#)

Gracias por apoyar nuestro sueño. Con cariño.

Paso 2

- En la línea de destinatarios, haz clic en "CCO".
- Escribe ahí los correos de tus clientes, separados por comas.
- Esto oculta sus direcciones entre sí

Para | CCO CCO

¡Tú puedes lograrlo!

TE AYUDAMOS

Si lees este código QR con tu teléfono podrás ver un video que te explica mejor el paso a paso.

GUÍA BÁSICA PARA USAR CORREO GMAILEN TU EMPRENDIMIENTO

Crea, entretén y vende mostrando tu emprendimiento al mundo.

¿CÓMO CREAR UNA CUENTA DE GMAIL?

Paso 1

Si estás desde el celular:

- Entra a la tienda de aplicaciones (Play Store si es Android o App Store si es iPhone).
- Busca "GMAIL" y descárgala.
- Abre la aplicación.

Si estás desde un computador:

- Abre el navegador de internet (como Google Chrome).
- Escribe www.gmail.com y presiona enter

Paso 2

Haz clic en "Crear una cuenta"

Paso 3

- Selecciona "Para uso laboral o comercial"

Paso 4

- Selecciona una dirección de gmail.

Paso 5

- Completa la información solicitada.

Paso 6

- Lee los terminos de privacidad y acepta al final

Paso 7

- Digita tu número de teléfono y recibe el código de verificación

¿CÓMO USAR TU GMAIL PARA TU EMPRENDIMIENTO?

Paso 1

- Presiona el botón redactar.

Paso 2

- Escribe el asunto

Paso 3

Escribe tu mensaje e incluye:

- Un saludo cálido.
- Información clara (qué estás ofreciendo).
- Una invitación.

Teniendo claro esto y con la creación del correo electrónico se brinda a los artesanos el paso a paso de cómo hacer marketing digital a través de WhatsApp como se evidencia en la figura 14, allí se dan los puntos claves para utilizar WhatsApp Business como una herramienta que le permita ampliar su visión comercial.

Figura 14

Instructivo para utilizar WhatsApp Business

4 ¿CÓMO CREA UN CATÁLOGO DE PRODUCTOS?

Paso 1

- Ve a los tres puntos (⋮) + "Ajustes" + "Herramientas para la empresa".

Paso 2

- Toca "Catálogo".

Paso 3

- Selecciona "Añadir producto o Servicio".

AÑADIR PRODUCTO O SERVICIO

Paso 4

- Agrega fotos de tus productos, precios, descripción y enlaces si los tienes.

¡Tú puedes lograrlo!

TE AYUDAMOS

Si lees este código QR con tu teléfono podrás ver un video que te explica mejor el paso a paso.

GUÍA BÁSICA PARA USAR WHATSSAP BUSINESS EN TU EMPRENDIMIENTO

Crea, entretén y vende mostrando tu emprendimiento al mundo.

1 ¿CÓMO CREAR UNA CUENTA?

Paso 1

- Entra a la tienda de aplicaciones (Play Store si es Android o App Store si es iPhone).
- Busca "WhatsApp Business" y descárgala.
- Abre la aplicación.

Paso 2

Acepta los términos y verifica tu número.

Paso 3

Escribe el nombre de tu negocio y agrega una foto (logo o producto).

2 ¿CÓMO CONFIGURAR TU PERFIL DE NEGOCIO?

Paso 1

- Ve a los tres puntos (⋮) + "Ajustes" + "Herramientas para la empresa".

Paso 2

- Edita tu perfil: descripción del negocio, dirección, horario y redes sociales.

3 ¿CÓMO USAR MENSAJES AUTOMÁTICOS?

Paso 1

- Entra a "Herramientas para la empresa".

Paso 2

- Selecciona "Mensaje de bienvenida" y escribe un saludo que se envíe automáticamente a quienes te escriban por primera vez.

Mensaje de bienvenida

¡Muchas gracias por preferirnos! Esperamos poder servirte nuevamente.

Paso 3

- Activa también el "Mensaje de ausencia" si no puedes responder al instante.

Mensaje de ausencia

Otra herramienta que puede aportar significativamente para diversificar el nicho de mercado de cada artesano en Instagram se evidencia en la figura 15, ya que esta es una red social que permite dar a conocer su producto de una manera muy sencilla, lo que la convierte en una de las herramientas más prácticas al momento de hacer marketing digital.

Figura 15

Instructivo para utilizar Instagram

The figure consists of six instructional cards arranged in a 2x3 grid, providing a step-by-step guide for using Instagram. Each card features a title, numbered steps, and screenshots of the app interface.

- Top Left Card: "4 ¿CÓMO UNIR INSTAGRAM CON TU PÁGINA DE FACEBOOK EMPRESA??"**
 - Paso 1:** Abre la app de Instagram y ve a tu perfil. Toca las tres rayitas [≡] en la parte superior derecha.
 - Paso 2:** Baja y selecciona "Centro de cuentas".
 - Paso 3:** Toca en "Agregar cuentas" y selecciona tu cuenta de Facebook. Luego te preguntará con qué página de Facebook quieres conectar. Selecciona la página de tu emprendimiento (no tu perfil personal).
- Top Middle Card: "Paso 4. Activa la opción que dice 'Compartir tus publicaciones en Facebook' y también 'Compartir tus historias' si lo deseas."**
 - Experiencias conectadas: Compartir entre perfiles.
 - QR code: ¡Tú puedes lograrlo! TE AYUDAMOS. Si lees este código QR con tu teléfono podrás ver un video que te explica mejor el paso a paso.
- Top Right Card: "GUÍA BÁSICA PARA USAR INSTAGRAM EN TU EMPRENDIMIENTO"**
 - Conecta visualmente, inspira a tus clientes y haz crecer tu marca.
 - Instagram logo graphic.
- Bottom Left Card: "1 ¿CÓMO CREAR UNA CUENTA EN INSTAGRAM??"**
 - Paso 1:** Si estás desde el celular: Entra a la tienda de aplicaciones (Play Store si es Android o App Store si es iPhone). Busca "Instagram" y descárgala. Abre la aplicación. Si estás desde un computador: Abre el navegador de internet (como Google Chrome). Escribe www.instagram.com.
 - Paso 2:** Abre la app y haz clic en "Registrarte".
 - Paso 3:** Ingresar tu correo o número de celular, nombre completo, nombre de usuario (de tu negocio) y contraseña.
 - Paso 4:** Presiona "Registrarte".
- Bottom Middle Card: "2 ¿CÓMO CREAR UNA CUENTA DE NEGOCIO??"**
 - Paso 1:** Ve a tu perfil. Toca las tres rayitas [≡] en la esquina superior.
 - Paso 2:** Luego entra a "Tipo de cuenta y herramientas".
 - Paso 3:** Elige "Cambiar a cuenta profesional".
 - Paso 4:** Selecciona una categoría (ej: Artesanías, Comida) y elige "Negocio".
- Bottom Right Card: "3 ¿CÓMO PUBLICAR EN INSTAGRAM??"**
 - Paso 1:** Entra a tu cuenta de Instagram.
 - Paso 2:** Toca el símbolo + y selecciona "Publicación".
 - Paso 3:** Elige una foto o video de tu producto.
 - Paso 4:** Agrega una descripción clara y atractiva. Usa hashtags como #artesanías #hechoamano. Toca "Compartir".

Por otro lado, en la figura 16 se puede evidenciar el uso de TikTok como herramienta para hacer marketing digital, sin embargo, al emplear esta red social se enfrentan múltiples retos, ya que se requiere de conocimiento un poco más profundo acerca de la edición de videos y la forma de grabar y mostrar el contenido es un poco más engorroso en comparación a las demás redes sociales.

Figura 16

Instructivo para utilizar TikTok

4 ¿CÓMO AGREGAR INFORMACIÓN DE TU NEGOCIO EN EL PERFIL DE TIKTOK?

Paso 1

- Abre TikTok y ve a tu perfil (icono de persona abajo a la derecha).

Paso 2

- Toca "Editar perfil".

Paso 3

Agrega

- Descripción (ej: Hacemos productos tejidos a mano).
- El enlace de otra red social relacionada como tu Instagram o WhatsApp.

Descripción corta [Añade una descripción corta >](#)

Enlaces [Añadir >](#)

CONSEJOS

- Muestra cómo haces el producto.
- Haz videos cortos y con ritmo.
- Responde a los comentarios.

¡Tú puedes lograrlo!

TE AYUDAMOS

Si lees este código QR con tu teléfono podrás ver un video que te explica mejor el paso a paso.

GUÍA BÁSICA PARA USAR TINTOK EN TU EMPRENDIMIENTO

Crea, entretén y vende mostrando tu emprendimiento al mundo.

1 ¿CÓMO CREAR UNA CUENTA EN TIKTOK?

Paso 1

Si estás desde el celular:

- Entra a la tienda de aplicaciones (Play Store si es Android o App Store si es iPhone).
- Busca "TikTok" y descárgala.
- Abre la aplicación.

Si estás desde un computador:

- Abre el navegador de internet (como Google Chrome).
- Escribe www.TikTok.com y presiona enter.

¿No tienes cuenta? [Regístrate](#)

Paso 2

Haz clic en "Crear cuenta nueva"

Regístrate para empezar a crear

Usa tu correo, número de celular o una cuenta de Facebook o Google

Paso 3

Completa tu perfil con nombre y foto.

2 ¿CÓMO CAMBIAR A CUENTA DE EMPRESA??

Paso 1

- Toca "Perfil"
- Las tres rayitas (☰).

Paso 2

- Ve a "Ajustes y privacidad"
- "Cuenta".

Cambiar a cuenta de empresa

Paso 3

- Elige "Cambiar a cuenta de empresa".

Paso 4

- Selecciona una categoría (Ej: Ropa, Alimentos).

3 ¿CÓMO PUBLICAR?

Paso 1

- Entra a tu cuenta de TikTok.

Paso 2

- Toca el símbolo + para grabar o subir un video

Paso 3

Puedes elegir entre:

- Elige una foto o video de tu producto, o crea un video nuevo pulsando el botón blanco.

Paso 4

Suavemente elige entre:

- Agrega una descripción clara y atractiva.
- Usa hashtags como #artesanas, #hechoamano.
- Toca "Publicar".

Finalmente en la figura 17 se puede apreciar el uso de Facebook como una herramienta de comercialización y promoción de los productos realizados por los artesanos y se puede observar que esta red social permite la creación de una página para los productos realizados y publicar el contenido de una manera sencilla en un espacio denominado Marketplace, en el cual no se exige directamente la creación de una página o incluso negocio, pero si facilita la comunicación con los interesados.

Figura 17

Instructivo para utilizar Facebook

4 ¿CÓMO PUBLICAR EN FACEBOOK MARKETPLACE?

Paso 1
Ve al menú de Facebook y haz clic en "Marketplace".

Paso 2
Haz clic en "Vender algo".

Paso 3
Elige qué tipo de producto estás vendiendo (por ejemplo: "Artículo en venta").

Paso 4
Agrega título, precio, categoría, fotos y descripción del producto.

Paso 5
Selecciona tu ubicación y haz clic en "Publicar".

GUÍA BÁSICA PARA USAR FACEBOOK EN TU EMPRENDIMIENTO

Conecta con clientes, impulsa tu negocio y vende más.

1 ¿CÓMO CREAR UNA CUENTA EN FACEBOOK?

Paso 1
Si estás desde el celular:
• Entra a la tienda de aplicaciones (Play Store si es Android o App Store si es iPhone).
• Busca "Facebook" y descárgala.
• Abre la aplicación.
Si estás desde un computador:
• Abre el navegador de internet (como Google Chrome).
• Escribe www.facebook.com y presiona enter.

Paso 2
Haz clic en "Crear cuenta nueva".

Paso 3
Escribe tu nombre, correo o número de celular, contraseña, fecha de nacimiento y género. Presiona "Registrarte".

Paso 4
Revisa tu correo o mensajes de texto para confirmar tu cuenta.
¡Listo! Ya tienes una cuenta de Facebook.

2 ¿CÓMO CREAR UNA PÁGINA PARA TU EMPRENDIMIENTO?

Paso 1
Entra a tu cuenta de Facebook.

Paso 2
Ve al menú y haz clic en "Páginas".
Presiona "Crear nueva página".

Paso 3
Completa:
• Nombre de la página (nombre de tu negocio).
• Categoría (ejemplo: "Artesanías", "Comida casera").
• Descripción (qué vendes o qué haces).

Paso 5
Agrega una foto de perfil (puede ser tu logo o producto) y una imagen de portada llamativa.

3 ¿CÓMO PUBLICAR EN TU PÁGINA?

Paso 1
• Entra a tu cuenta de Facebook.
• Haz clic en "Escribe algo...".

Paso 2
• Escribe una frase sobre tu producto o servicio.
• Agrega una foto clara de tu producto.
• Puedes incluir tu número de WhatsApp para pedidos.
• Haz clic en "Publicar".

Teniendo en cuenta el uso de los folletos para la creación de cualquier herramienta que facilite la comercialización y promoción de los productos creados por cada artesano se puede afirmar que si se aplica cualquiera de estos podrán diversificar su nicho de mercado, dando reconocimiento a su marca y de esta forma contribuir a su actividad económica.

Adicionalmente, el folleto es una herramienta muy practica y amigable teniendo en cuenta el nivel educativo de la mayoría de los artesanos, lo que facilita y se convierte en una guía muy practica al momento de emplear cualquiera de las herramientas de marketing digital ya mencionadas, y en este también se emplea un componente virtual que ayuda a que la creación de cada cuenta en las redes sociales sea de manera interactiva, debido a que en la parte posterior del folleto se encuentra un código QR que al momento de leerlo con el teléfono se direcciona a visualizar un video donde de manera interactiva se explica detalladamente lo que se encuentra consignado en cada folleto (Anexos 1, 2, 3, 5 y 5).

9.4. Fase 5 plan de marketing digital

El desarrollo de esta fase consistió en aplicar el marketing digital por medio de redes sociales a la artesana Isaura Velasco, quien es una adulta mayor de 70 años que no contaba con ninguna red social para disponer de ella con el fin de promocionar sus productos, por el contrario, solo hacia uso de WhatsApp con motivos personales, como se puede evidenciar en los anexos 6, 7 y 8.

Este proceso fue bastante tedioso, ya que implico explicar de manera practica y con el apoyo de los folletos anteriormente mencionados, la implementación de información básica en el proceso de creación de cuentas de redes sociales como Instagram y Facebook, sin embargo, para poder crear estas cuentas se necesitó primeramente la creación de un correo para el uso del emprendimiento, ya que, la señora Isaura ya contaba con correo pero

este es para su uso personal y deseaba poder utilizar por separado un correo para todo lo relacionado con su emprendimiento.

Adicionalmente, se creó un logo, los cuales fueron de su agrado y aprobación para poner como foto de perfil en las redes sociales ya mencionadas, cabe aclarar que, la artesana por el momento no le interesa crear una cuenta de TikTok para promocionar sus productos, debido a que le parece una red social con más complejidad en su manejo, también manifestó el deseo de tener un WhatsApp Business, sin embargo, hasta el momento esto no ha sido posible, ya que la señora Isaura aspira tener un número de celular diferente al de uso personal (Anexo 9).

Por otro lado, no fue la única artesana a quien se le colaboro con la creación y manejo de redes sociales, dado que la joven artesana Erika Ortiz de 20 años, quiso participar voluntariamente para este proceso, cabe mencionar que ella ya contaba con algunas redes sociales, sin embargo, en algunas de ellas no tenía el acceso a causa del olvido de sus contraseñas, como fue el caso de TikTok, cuenta en la cual se logró recuperar la contraseña gracias a la ayuda del correo electrónico con el cual ya contaba la artesana, sin embargo, en esta red social se realizaron algunos cambios, como el nombre de usuario, con el fin de que este tuviera relación con el nombre del emprendimiento y de las otras redes sociales (Anexos 10 y 11).

Adicionalmente, en la configuración del Instagram ya creado de la artesana se cambió el correo de la información personal del perfil, por el anteriormente nombrado, ya que la cuenta estaba con el correo personal, también se realizó una breve descripción en el perfil de esta red social con el fin de dar una breve introducción a los seguidores de la misma, se tuvo en cuenta el adicionar enlaces de las otras redes sociales como TikTok y la página de Facebook (Anexo 12).

Es necesario mencionar, que la página de Facebook fue creada en este proceso, debido a que ella no contaba con esta red social para el uso de su emprendimiento, en ella se adicionó la información como el correo y número de celular al cual se pueden comunicar para solicitar sus productos de manera personalizada (Anexo 13).

En consecuencia, este proceso evidenció la existencia de una brecha entre los artesanos de generaciones diferentes, así como la importancia de aplicar las rutas de aprendizaje de acuerdo a las necesidades y habilidades de cada artesano. En el caso de la señora Isaura fue necesario iniciar desde cero, como la creación de correo electrónico para el único uso de su emprendimiento, también explicaciones paso a paso para el uso de plataformas como Facebook e Instagram.

Por otra parte, Erika Ortiz ya contaba con un mínimo conocimiento y algunas redes activas, aunque fue necesario el apoyo en el proceso de recuperación al acceso y realizar algunos ajustes para unificar la identidad de datos de su emprendimiento, esta diferencia en los puntos de partida evidencia que, aunque los artesanos requieren del uso de marketing digital enfocado en redes sociales, algunos requieren de mayor apoyo técnico en comparación a otros, además pueden avanzar si se les brinda la orientación adecuada, esto resalta la importancia no solo de enseñar el proceso de manejo de redes sociales, sino también construir de manera coherente una imagen entre las mismas, lo cual es importante para lograr una identificación en el mercado.

Conclusiones

Teniendo en cuenta las bases con las que se formuló este proyecto se puede afirmar que se logró diseñar estrategias para facilitar el uso de herramientas digitales y de esta forma aprovechar el marketing digital para la comercialización de los productos de cada artesano de Sibaté, cabe mencionar que se logró apoyar en la creación de marketing digital de un artesano de la tercera edad, mientras que para el resto de los artesanos se compartieron todas las estrategias diseñadas y la aplicación del marketing digital fue dada de manera autónoma, lo que quiere decir que ellos son los responsables de diseñar y administrar las redes sociales para comercializar y promocionar sus productos.

Por medio, de la aplicación de una encuesta, se logró evidenciar que los artesanos no cuentan con los conocimientos necesarios sobre marketing digital, lo cual dificulta promocionar y vender sus productos a más público, esto hace relación al poco uso de herramientas digitales como las redes sociales, a pesar de que el 62.1% de los artesanos expresan la necesidad de llegar a más personas para incrementar sus ventas. Asimismo, la información obtenida permitió elaborar una matriz DOFA, en la cual se logró identificar aspectos importantes como la amenaza frente a la competencia de productos industriales con menor precio y el constante cambio en las plataformas digitales debido a sus actualizaciones, sin embargo, existen oportunidades de gran valor como el acceso a herramientas digitales gratuitas. Este análisis permite entender mejor los retos y posibilidades que tienen los artesanos en el momento de integrar el marketing digital en el proceso de comercialización y promoción de sus emprendimientos.

Además, en el desarrollo de este proyecto fue posible identificar que gran parte de los artesanos requieren acompañamiento para fortalecer sus habilidades en el uso de las herramientas digitales, principalmente las que están relacionadas con la promoción y comercialización de productos en redes sociales, a partir de la información obtenida de la encuesta y el análisis de la matriz DOFA se identificó que aprender a llegar a un público más amplio de mercado es de sus principales necesidades, es por ello, que se propuso la actividad de ruta de aprendizaje basada en la creación de folletos, enfocados en el uso básico de correo Gmail y de redes sociales como lo son Facebook, TikTok, Instagram y WhatsApp Business, además se incorporó un código QR en los folletos, el cual los dirige a un video explicativo, facilitando el acceso a una forma más interactiva, esta estrategia busca no solo guiar a los artesanos sino también, motivarlos a hacer uso de las herramientas digitales.

Cabe añadir que, se evidenció que el desconocimiento sobre el uso de marketing digital y el uso de redes sociales no está limitado por la edad, debido a que se dio acompañamiento a una artesana de la tercera de edad, sin experiencia en plataformas digitales de comercialización, como en una artesana joven que, aunque ya contaba con algunas redes sociales presentaba algunas dificultades para darles relación entre sí. Esto permitió comprender que las necesidades no son iguales para los artesanos, por lo que se adaptaron las necesidades en la elaboración del plan de marketing digital para cada una de ellas, en consecuencia, se aplicaron las rutas de aprendizaje creadas anteriormente, dando uso de acuerdo a las condiciones de cada artesano, permitiendo intervenir de manera efectiva y pertinente en el proceso de aprendizaje del uso de redes sociales.

Recomendaciones

En primer lugar, se recomienda a los artesanos continuar con el fortalecimiento y la capacitación en el uso de redes sociales, ya que estas plataformas se actualizan de manera frecuente y en consecuencia de ello, se pueden modificar algunas de sus funciones, la formación continua les permitirá mantener una presencia activa en el entorno digital.

Asimismo, es muy importante la capacitación en procesos de envío de productos a otros lugares, y el uso de pagos de manera virtual, estos conocimientos optimizarían la experiencia de compra para las personas interesadas en adquirir los productos de los artesanos, y también amplían las posibilidades de comercialización.

Se recomienda para futuras investigaciones lograr establecer mesas de trabajo con cada artesano para impartir la información de manera práctica, ya que uno de los grandes retos que se presentaron fue la disponibilidad de tiempo de cada artesano.

Referencias bibliográficas

- Agencias de Comunicación. (2025). Artesanía y digitalización, dos ingredientes hacia el éxito empresarial. https://www.agenciasdecomunicacion.org/actualidad/artesania-y-digitalizacion-dos-ingredientes-hacia-el-exito-empresarial.html?utm_source
- Alcaldía de Sibaté. (2024). Noveno mercado campesino Sibaté 2024. <https://sibate-cundinamarca.gov.co/NuestraAlcaldia/SalaDePrensa/Paginas/NOVENO-MERCADO-CAMPESINO-SIBAT%C3%89-2024.aspx>
- Alcaldía Municipal de Sibaté. (2023). Sibaté emprende. <https://sibate-cundinamarca.gov.co/NuestraAlcaldia/SalaDePrensa/Paginas/%F0%9F%8D%93%F0%9F%91%97%F0%9F%92%8D-SIBAT%C3%89-EMPRENDE-%F0%9F%8D%93%F0%9F%91%97%F0%9F%92%8D.aspx>
- Araque, E. (2020). Marketing digital como estrategia de posicionamiento para el comercio artesanal. *Negonotas Docentes*(17), 37 – 46. <https://revistas.cun.edu.co/index.php/negonotas/article/view/764/539>
- Artesanías de Colombia. (2020). Caracterización del sector artesanal en Colombia. https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/caracterizacion_81
- Artesanías de Colombia. (2021). Fortalecimiento de la actividad artesanal: Una alternativa de desarrollo económico local y regional 2019-2023 Nacional. https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/7365/1/INST-D%202021.%20324.pdf?utm_source
- Artesanías de Colombia. (2022). Informe de gestión 2021. https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/39885_informe_gestion_v1_03032022.pdf

Artesanías de Colombia. (2024). #ArtesanoDigital 2024. Sistema de Información para la Artesanía -SIART:

https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/artesanodigital-2024_17529

Artesanías de Colombia. (2024). Informe de gestión.

https://www.artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/45101_info_gestion_v4_01022024_ajus_1_ventas_contratos.pdf?utm_source

CONNEXT. (2019). Caso de ÉXITO: Cerdá | Incremento del 1.950% en la facturación internacional. [Vídeo]. YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=YL6kuYk5maE>

Cortés, V. (2020). De lo manual a lo virtual: así sobreviven los artesanos en la pandemia. El Espectador: <https://www.elespectador.com/economia/de-lo-manual-a-lo-virtual-asi-sobreviven-los-artesanos-en-la-pandemia-article/>

Cruz, J., Candia, S., & Castellanos, E. (2018). Importancia de la mercadotecnia digital como factor de competitividad en empresas artesanales. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 4(12), 62-69.

https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial/vol4num12/Revista_de_Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial_V4_N12_6.pdf

De Colombia - Sistema de Información Para la Artesanía Siart, A. La artesanía y su clasificación. artesaniasdecolombia.com.co.

https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/la-artesania-y-su-clasificacion_82

El País. (2025). Un ‘e-commerce’ que conecta la moda artesanal española e italiana.

https://elpais.com/suscripciones/profesional/2025-03-20/un-e-commerce-que-conecta-la-moda-artesanal-espanola-e-italiana.html?utm_source

Equipo editorial, Etecé. (2024b, agosto 2). Folleto - Qué es, usos, estructura y contenidos.

Concepto. <https://concepto.de/folleto/>

Faster Capital. (2025). Historias de éxito del comercio electrónico Construyendo marcas

Impulsando las ventas Historias de exito del comercio electrónico.

https://fastercapital.com/es/contenido/Historias-de-exito-del-comercio-electronico--Construyendo-marcas--Impulsando-las-ventas--Historias-de-exito-del-comercio-electronico.html?utm_source

Ferrovial (2023)Definición de emprendimiento..

<https://www.ferrovial.com/es/recursos/definicion-de-emprendimiento/>

Gobernación de Cundinamarca. (2021). En marcha proyecto de ‘Fortalecimiento de la Actividad productiva Artesanal’.

https://www.cundinamarca.gov.co/noticias/proyecto%2Bde%2Bfortalecimiento%2Bde%2Bla%2Bactividad%2Bproductiva%2Bartesanal?utm_source

Gobernación de Cundinamarca. (2023). Más de \$500 millones espera vender este año “MANAR”.

<https://www.cundinamarca.gov.co/noticias/buen+panorama+para+artesanos+cundinamarqueses>

Gobernación de Cundinamarca. (2025). Buen panorama para artesanos cundinamarqueses.

https://www.cundinamarca.gov.co/noticias/buen%2Bpanorama%2Bpara%2Bartesanos%2Bcundinamarqueses?utm_source

- HubSpot. (2024). ¿Qué es el marketing digital? <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-marketing-digital>
- Madariaga, M., & Herrera, L. (2019). Plan de social media marketing para artesanos de Ocaña. *Revista INNOCAE*, 3(1), 34-41.
<https://revistas.sena.edu.co/index.php/innocae/article/download/3358/3809>
- Martínez, M. (2023). Los emprendimientos artesanales se abren paso y se convierten en una gran oportunidad. IEBS school: <https://www.iebschool.com/hub/negocios-artesanales-marketing-estrategico/>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2024, 23 mayo). Diccionario del Estudiante Real Academia Española. <https://www.rae.es/diccionario-estudiante/artesano>
- ThePower, T. B. (2023, 12 febrero). Mercado digital: ¿Qué es y cómo funciona? <https://www.thepowermba.com/es/blog/mercado-digital-que-es-y-como-funciona>
- Universidad CESMAG. (2024). *Universidad CESMAG y Artesanías de Colombia inician capacitación en marketing digital y costos para artesanos nariñenses.*
https://www.unicesmag.edu.co/cesmag-y-artesantias-colombia-capacitacion-artesanos/?utm_source
- Xenonfactory. (2019, 25 enero). *Videos tutoriales: ¿Por qué son tan importantes?*
Formación Bonificada Con Fundae - Ebo Gestión. <https://ebogestion.es/videos-tutoriales/>

Anexos

Anexo 1. *Instructivo para utilizar un correo electrónico*

<https://drive.google.com/drive/folders/1jyFLimLdKPEODIOOrid3UO61I01iZDDh?hl=es>

Anexo 2. *Instructivo para utilizar WhatsApp Business*

https://drive.google.com/drive/folders/1D_8YRNNWnHnsyryidlpiPFEKxliF7e5f?hl=es

Anexo 3. *Instructivo para utilizar Instagram*

<https://drive.google.com/drive/folders/1dMAliD7KYa7IyNELKBIIRl8xSft52ge7?hl=es>

Anexo 4. *Instructivo para utilizar TikTok*

<https://drive.google.com/drive/folders/1rxqgvsRUrAsYt1oDQNBcLc8wMJxbeARX?hl=es>

Anexo 5. *Instructivo para utilizar Facebook*

<https://drive.google.com/drive/folders/1yg2NPS9eutpEU-GyKn3FTVMJLSj-qqm3?hl=es>

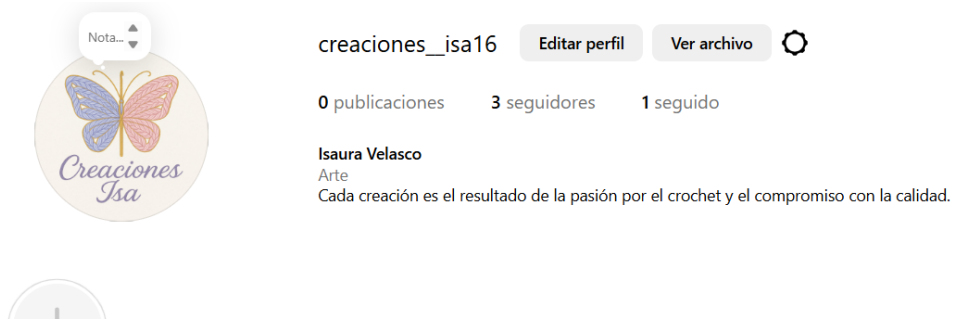
Anexo 6. *Imagen de perfil para cuenta de Google de Creaciones Isa*



Anexo 7. *Perfil de Facebook de Creaciones Isa*



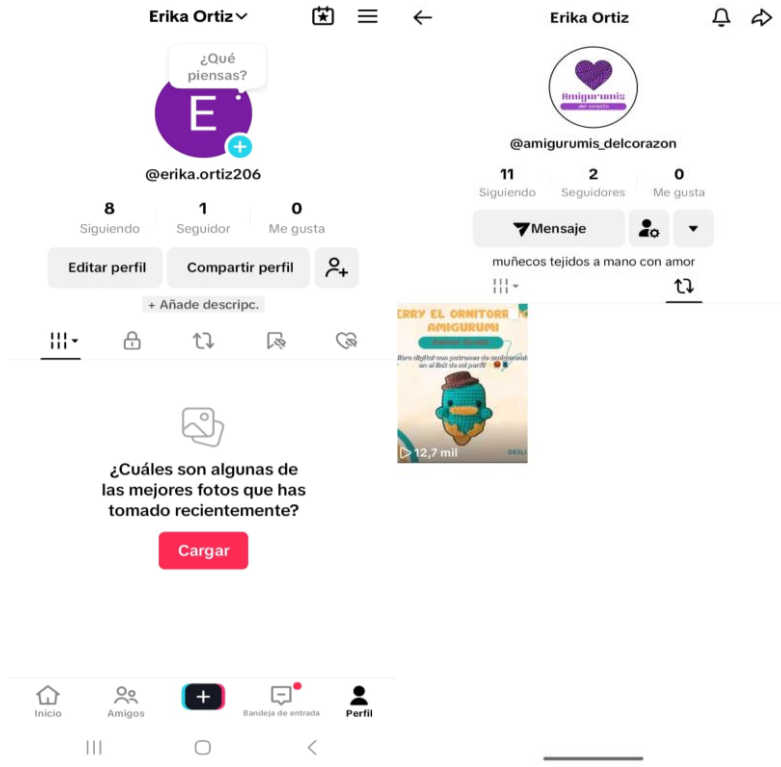
Anexo 8. Perfil de Instagram de Creaciones Isa



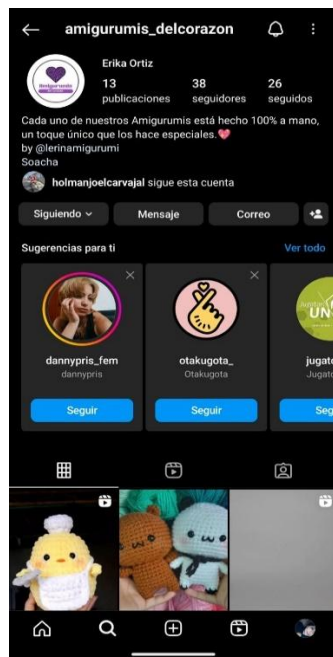
Anexo 9. Logotipo de Creaciones Isa



Anexo 10. Perfil de TikTok



Anexo 11. Perfil de Instagram de Amigurumis del Corazón



Anexo 12. Publicaciones de Instagram de Amigurumis del Corazón



Anexo 13. Perfil de Facebook de Amigurumis del Corazón

