Fecha de presentación del Informe: Día 2 Mes 05 Año 2019

Datos generales del Proyecto

Código del proyecto: 9017
Título del proyecto: Diseño de un modelo de comercialización de tiendas al Comercio justo, de productos etnoculturales y eco turísticos para los microempresarios artesanos de Santander de Quilichao 2013-2015.
Facultad o Instituto Académico: Ciencias de la Administración
Departamento o Escuela: Administración y organizaciones
Grupo (s) de investigación:

Investigadores [1]	Nombre	Tiempo asignado	Tiempo dedicado
Investigador Principal	María Fanny Olaya	200 horas	100 horas
Coinvestigadores			
	Raúl Rodríguez Ricci	100 horas	50 horas
	Ronald Jhonny González	100 horas	50 horas
Otros participantes			

1. Resumen ejecutivo:

Esta Investigación se orientó a generar estrategias para el "diseño de un modelo de tiendas de comercio justo con los artesanos de Santander de Quilichao", en los aspectos etnoculturales y ecoturísticos, para generar un mercado equitativo y justo a este grupo de artesanos que no cuentan con un espacio permanente de comercialización. Se realizó trabajo de campo participando en 4 eventos de muestras empresariales para actualizar la base de datos de los

[1] Todas las personas relacionadas en el informe y que participen en el proyecto deben haber suscito el acta de propiedad intelectual de acuerdo con los formatos establecidos.

artesanos. Se visitaron las 4 rutas turísticas que estaban documentadas como productos turísticos del Norte del Cauca. Se encuestaron 40 artesanos, y se realizó un grupo focal con 15 de ellos. Se desarrolló una metodología mixta, la información que arrojo fue importante para tener una caracterización de los artesanos en aspectos de mercadeo anticultural y ecoturísticos; factores relevantes para fortalecer este gremio en la construcción de políticas públicas. Con Las variables de la investigación se fundamentó el modelo de comercialización y el plan operativo de este.

Summary

This research was oriented to generate strategies for the design of a model of fair trade shops with the artisans of Santander de Quilichao, in the ethnocultural and ecotourism aspects, to generate a fair and fair market for this group of artisans who do not have a permanent space of commercialization. Field work was carried out by participating in 4 events of business samples to update the database of artisans. The 4 tourist routes that were documented as tourist products of the North of Cauca were visited. 40 artisans were surveyed, and a focus group was conducted with 15 of them. A mixed methodology was developed, the information that was presented was important to have a characterization of the artisans in aspects of ethnocultural and ecotouristic marketing; relevant factors to strengthen this union in the construction of public policies. With the variables of the investigation, the marketing model and the operational plan of this

2. Síntesis del proyecto:

El interés radicó en el "Diseño de un modelo de comercialización de tiendas al comercio justo, de productos etnoculturales y eco turísticos para los microempresarios artesanos de Santander de Quilichao". Un grupo que siempre ha estado activo participando en las muestras empresariales que realiza la Universidad desde hace 15 años; durante este tipo no se ha visto un crecimiento comercial para ellos. Se indago para conocer los elementos para la construcción de un modelo de una tienda de Comercio Justo. Los objetivos específicos fueron:

- Diagnosticar el perfil del Microempresario artesano de Santander de Quilichao 2013-2015.

- Establecer las prácticas de mercadeo etnoculturales de los microempresarios artesanos de Santander de Quilichao, 2013-2015.

- Reconocer las prácticas de mercadeo ecoturísticas de los microempresarios Artesanos de Santander de Quilichao 2013-2015.

- Identificar los elementos del modelo de comercialización de tiendas de comercio justo de productos etnoculturales y ecoturísticos para los microempresarios Artesanos de Santander de Quilichao.

El trabajo de campo tuvo un diseño mixto. Se realizó 40 encuestas a los artesanos y un grupo focal con 15 de ellos, de igual manera se visitaron algunos lugares de trabajo donde desarrollan sus artesanías. Para actualizar la información de los artesanos se participó en 4 muestras empresariales, la de semana Santa, la de la feria de Santander de Quilichao y 2 de la Universidad del Valle sede Santander de Quilichao. Para la parte de Ecoturismo se visitaron las rutas turísticas del Municipio de Santander de Quilichao que están documentadas desde la

Cámara de comercio

El 73% de los artesanos son mujeres y el 27 % hombres, mostrando que es una actividad más femenina. El 61% de los artesanos son, mayores de 50% y la representación de los jóvenes entre 18 y 25 años es del 5%; esto muestra que es un oficio poco apetecido por los jóvenes.

Desarrollan variedad de productos y creativos, pero no todos tienen el desarrollo para ser considerado una artesanía.

Algunos artesanos les falta pulir la calidad de sus productos. Falta desarrollar más identidad cultural en las artesanías que desarrollan. No tienen un reconocimiento de marca de su producto, son reconocidos por su nombre. Dentro de sus tarjetas no manejan ni logo ni eslogan para tener posicionamiento.

La asignación de precio de los productos se calcula sin incluir el tiempo de elaboración. No manejan un método de costeo que les permita tomar en cuenta todas las variables para una buena asignación del precio de venta. No han impulsado el producto a otros lugares fuera de la Región. El almacenamiento de productos en su casa, no les permite manejar stock de inventario. De igual manera ello puede generar condiciones inadecuadas de los materiales. No poseen un método de control de inventarios. Poca capacidad de producción. Poca capacidad de compra de materiales. Las instalaciones de las microempresas no proporcionan el espacio suficiente para mantener inventarios. Carecen de estrategias de publicidad. 24 artesanos están legalmente constituidos, la legalización no es vista como algo positivo, si no como un gasto más. La desconfianza, la poca solidaridad y la falta de trabajo en equipo debilitan el proceso de asociación. Sus características administrativas y de mercadeo muestran poca formalidad de verse como empresa, de allí la posible razón del poco crecimiento de este sector en Santander de Quilichao en el tiempo.

En lo relacionado a las prácticas de mercadeo etnoculturales de los artesanos, El mayor porcentaje de los artesanos son mestizos donde visualizamos que no hay una identidad étnica, muchos de ellos han nacido en otros municipios, y ven este trabajo más como una manualidad que un producto artesanal, esto se evidencia en el resultado de la encuesta donde el mayor porcentaje tiene una actividad complementaria para su sustento. Con las características encontradas de los artesanos y la definición de lo que es una artesanía y una manualidad, la gran mayoría de los productos se clasificarían como manualidades en este grupo de artesanos de Santander de Quilichao.

Los productos que elaboran no tienen nombre propio, ellos colocan un nombre al negocio más no a los productos, algunos de los artesanos utilizan la imagen de los samanes para desarrollar algunos productos que es lo que la gente identifica a Santander de Quilichao.

En los materiales que utilizan los artesanos de Bisutería utilizan semillas de la región y en el caso de los indígenas sus hilos y lanas algunas son desarrolladas por las comunidades.

En la elaboración de sus productos el conocimiento ancestral solo se vislumbra con los artesanos indígenas, en los artesanos afrocolombianos que se encuestaron aprendieron la artesanía porque le gustaba y tomaron un curso.

Se puede visualizar con los artesanos que hay un interés de preservar el medio ambiente, para trabajar con productos naturales, empaques biodegradables.

En cuanto al aporte social, en los resultados de la encuesta se muestra interés de enseñar a particulares en primer lugar, como una opción de un ingreso adicional y en segundo lugar a la familia.

En lo relacionado a las prácticas de mercadeo ecoturísticas de los artesanos, en los resultados de las encuestas la relación ecoturística para su comercialización es muy bajo, no se visualización dentro de una cadena turística, y muchos ni si quiera conocen las rutas que se han venido promoviendo como rutas turísticas. Si existe una conciencia ambiental en el material que utilizan en sus productos, y la utilización de los empaques, el contacto con los hoteles es mínimo. Se puede concluir de acuerdo al grupo focal, una incipiente formación en este campo de turismo y la importancia de las artesanías para promoverse con el sector turístico.

En las salidas que se realizaron de las rutas turísticas, se puede concluir de manera muy concreta que estas rutas existen más en un nombre y algunos materiales impresos, pero en realidad solo encontramos algunos atractivos turísticos, pero sin ninguna articulación como producto turístico, están descuidados y sin ninguna articulación con los proyectos escritos que encontramos sobre estas rutas. Teniendo en cuenta las variables de evaluación de un destino ecoturismo concluimos. En la seguridad, estas rutas no tienen ninguna implementación de seguridad con la policía ambiental, o guías turísticas el recorrido lo hicimos con una persona conocida de la región, no existe seguridad para el visitante, no existe señalización ni folletos informativos de la norma de seguridad del lugar.

En identidad y cultural, la única ruta que conserva este aspecto es la ruta afro descendientes que tiene un reconocimiento en la región con sus fiestas, junto con su capilla de dominguillo,

pero falta preservar el patrimonio cultural, y articular todos los eslabones de la cadena turística.

Empleo turístico, esto no existe porque no hay una organización en la comunidad y los actores involucrados en estas supuestas rutas turísticas. Existen empleos informales, de las comunidades como tiendas y algunos restaurantes pero no promueven lo cultural.

Uso y manejo ambiental, Estas zonas se ven con paisajes, ríos muy bonitos peor no se identificó si esto exista con la organización de protección del medio ambiente CRC, pero las rutas se ven abandonas, no creemos exista este control.

Gestión Ambiental, desconocemos estos procesos, pero se visibiliza un interés de construcción campestre, en la ruta de San pedro que sin lugar a dudas afecta el ecosistema.

Satisfacción del turística, en este aspecto existen muchas debilidades, no hay rutas de transporte, no hay sitios de hospedajes, restaurantes que promuevan lo cultural, actividades que promuevan las visitas a las rutas.

Desempeño ambiental, de esta parte también se desconoce, información, no existe una oficina de turismo en Santander, y no se observa como han sido las articulaciones de los proyectos desde el 2009, de construir en documentos escritos estas rutas turísticas, pero cuando se visitan no existe realmente una ruta turística.

Lo que concluimos es que se tienen ventajas comparativas con los paisajes y las características geográficas de la zona, pero no hay un programa articulado y de desarrollo turístico y de impacto en estas comunidades.

En la propuesta del diseño de la comercialización de la tienda al comercio justo, se articuló lo identificado en el perfil del artesano en el componente administrativo y de mercadeo. Sus prácticas etnoculturales y ecoturísticas. Se plantearon dos propósitos uno enfocado a la comercialización nacional y otro a la comercialización internacional. La línea de acción plantea tres estrategias importantes para desarrollar el modelo, La conformación de la cooperativa, el espacio permanente de comercialización la tienda y el referente de ingreso a la certificación de comercio justo para el ingreso a mercado internacional. Se sabe que el proceso de la certificación es a un mediano plazo. En la fase inicial es capacitar en diseñó e identidad cultural a los artesanos; crear escuelas de oficios, y tener el espacio propuesto en el modelo para la tienda en Santander de Quilichao.

Se concluye que Santander de Quilichao es muy rico en su parte étnica, cultural, biodiversidad, paisajes, Que la hacen atractiva para potencializar el proyecto de los artesanos de Santander de Quilichao. Se necesita involucrar a los actores encargados del turismo y las artesanías para desarrollar y gestionar proyectos como lo propuesto en la investigación.

En la presentación del modelo se grafican las dos líneas de acción: lo relacionado a la tienda de comercio justo local, que funcionaria en el municipio de Santander, y las variables articuladoras de ellas, donde están lo relacionado a la mezclan de marketing, importante para el proceso gerencial de la cooperativa, tener claridad al mercado que atienden. El desarrollo de la cooperativa es fundamental como requisito para entrar a este proceso de certificación y la otra arista son las organizaciones de apoyo que son fundamental para el desarrollo del modelo.

La otra línea de acción es la comercialización internacional, que se logra cuando ya se esté con el sello de comercio justo ingresa a todo el proceso de ventas que está estructurado y con políticas claras en la certificación. Se tendrán en cuenta también los elementos de la mezcla de marketing para identificar los mercados internacionales. La certificación en esta línea de acción es fundamental como requisito del sello y se debe trabajar con todas las organizaciones que lo Desarrollan y pasar los procesos de auditoria de FLO empresa certificadora. Por último, el enlace con todas las organizaciones de apoyo en la comercialización internacional tanto en nuestro país como en el país donde se comercialicen.

Debemos generar mucha conciencia en los artesanos, en que si quieren verse como empresa deben capacitarse, formalizarse, y agremiarse. La asociatividad es fundamental para el desarrollo del modelo, esta alternativa de comercialización genera beneficios para la comunidad.

3. Productos:

Tabla No. 1. **Cantidad y tipo de productos pactados en el *Acta de Trabajo y Compromiso* y productos finalmente presentados**

TIPO DE PRODUCTOS	No. de PRODUCTOS PACTADOS		No. de PRODUCTOS PRESENTADOS	
Productos de nuevos conocimientos				
Artículo completo publicado en revistas A1 o A2	N/A		N/A	
Artículo completo publicados en revistas B	La propuesta era la publicación con la editorial de la Universidad 1		0	
Artículo completo publicados en revistas C	N/A		N/A	
Libros de autor que publiquen resultados de investigación	N/A		N/A	
Capítulos en libros que publican resultados de investigación	N/A		N/A	
Productos o procesos tecnológicos patentados o registrados	N/A		N/A	
• Prototipos y patentes	N/A		N/A	
• Software	N/A		N/A	
Productos o procesos tecnológicos usualmente no patentables o protegidos por secreto industrial	N/A		N/A	
Normas basadas en resultados de investigación	N/A		N/A	
Formación de recursos humanos	No. de estudiantes vinculados	No. de tesis	No. De estudiantes Vinculados	No. De tesis
Estudiantes de pregrado	2	1	2	1

TIPO DE PRODUCTOS	No. de PRODUCTOS PACTADOS		No. de PRODUCTOS PRESENTADOS	
Semillero de Investigación	N/A	N/A	N/A	N/A
Estudiantes de maestría	N/A	N/A	N/A	N/A
Estudiantes de doctorado	N/A	N/A	N/A	N/A
Productos de divulgación				
Publicaciones en revistas no indexadas	0		1	
Ponencias presentadas en eventos (congresos, seminarios, coloquios, foros)	No. de ponencias nacionales 1	No. de ponencias internacionales	No. de ponencias nacionales 6	No. de ponencias internacionales
Propuesta de investigación	N/A	N/A	N/A	N/A
Propuestas presentadas en convocatorias externas para búsqueda de financiación.	N/A		N/A	N/A

Tabla No. 2. Detalle de productos.

Para cada uno de los productos obtenidos y relacionados en la tabla anterior, indique la información solicitada para cada uno, anexando copia de las respectivas constancias. Como anexo a esta guía encontrará el instructivo para instructivo para la revisión de informes finales y productos

Tipo de producto:	Ponencia
Nombre General:	"Diseño de un modelo de comercialización de tiendas al Comercio justo, de productos etnoculturales y ecoturísticos para los microempresarios artesanos de Santander de Quilichao 2013-2015"
Nombre Particular:	I encuentro de emprendimiento e innovación del suroccidente de Colombia.
Ciudad y fechas:	Santander de Quilichao (Colombia). Octubre 24 del 2014
Participantes:	María Fanny Olaya García.

Sitio de información:	Biblioteca sede Norte del Cauca Universidad del Valle
Formas organizativas:	N/A

Tipo de producto:	Ponencia
Nombre General:	"Diseño de un modelo de comercialización de tiendas al Comercio justo, de productos etnoculturales y ecoturísticos para los microempresarios artesanos de Santander de Quilichao 2013-2015"
Nombre Particular:	IV encuentro Nacional y el III Internacional de Investigación y espíritu Empresarial.
Ciudad y fechas:	Ocaña (Colombia). 4 y 5 de noviembre del 2014
Participantes:	María Fanny Olaya García.
Sitio de información:	Biblioteca sede Norte del Cauca Universidad del Valle
Formas organizativas:	N/A

Tipo de producto:	Ponencia
Nombre General:	"Diseño de un modelo de comercialización de tiendas al Comercio justo, de productos etnoculturales y ecoturísticos para los microempresarios artesanos de Santander de Quilichao 2013-2015"
Nombre Particular:	Encuentro internacional de investigadores en Administración de Empresas.
Ciudad y fechas:	Cali (Colombia). 20 de noviembre del 2014
Participantes:	María Fanny Olaya García.
Sitio de información:	Biblioteca sede Norte del Cauca Universidad del Valle
Formas organizativas:	N/A

Tipo de producto:	Ponencia
Nombre General:	Iniciativas de Paz, Universidades y Comercio justo
Nombre Particular:	Foro por la Vida y la Paz
Ciudad y fechas:	Santander de Quilichao (Colombia). 4 de Septiembre del 2015
Participantes:	María Fanny Olaya García.
Sitio de información:	Biblioteca sede Norte del Cauca Universidad del Valle
Formas organizativas:	N/A

Tipo de producto:	Ponencia
Nombre General:	Proveeduría Local y Comercio Justo
Nombre Particular:	Aprende y Emprende
Ciudad y fechas:	Santander de Quilichao (Colombia). 3 de Noviembre del 2015
Participantes:	María Fanny Olaya García.
Sitio de información:	Biblioteca sede Norte del Cauca Universidad del Valle
Formas organizativas:	N/A

Tipo de producto:	Ponencia
Nombre General:	"Diseño de un modelo de comercialización de tiendas al Comercio justo, de productos etnoculturales y ecoturísticos para los microempresarios artesanos de Santander de Quilichao 2013-2015"
Nombre Particular:	II simposio de Sostenibilidad, Empresas y Paz.
Ciudad y fechas:	Bogotá (Colombia). 19 de Mayo del 2016
Participantes:	María Fanny Olaya García.
Sitio de información:	Biblioteca sede Norte del Cauca Universidad del Valle
Formas organizativas:	N/A

4. Impactos actual o potencial:

El proyecto de Comercio Justo sigue avanzando, en todo el proceso de la Investigación encontramos que el sector de las artesanías, no era fuerte en Colombia en certificaciones de Comercio justo; pero el sector agrícola si lo era. Fue así que desde el 2015, entramos al programa Universidades latinoamericana por el comercio justo, programa liderado por La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC) actualmente somos la III Universidad de Colombia que esta en este programa. Cumplimos 5 criterios para formar parte del programa.

1) consumimos el café de una organización de Comercio justo, nosotros lo compramos a la federación campesina del Cauca de
2) Se realiza un evento institucional en el mes de mayo; que es el mes de comercio justo nuestro evento se llama "Encuentro de Saberes Culturales y del Agro del Cauca ". Vamos en la Versión IV.
3) Se creó una materia con enfoque solidario que se llama Emprendimiento regional y desarrollo Local.
4) Se está iniciando el grupo de estudio de Economía Solidaria y Desarrollo Local

5) Existe un convenio con la Federación Campesina del Cauca, en apoyo y acompañamiento desde la Universidad a la organización,

Actualmente tenemos un reconocimiento en la región por nuestro proyecto, participamos activamente en mesas de productores, mercados campesinos, en congresos y seminarios. Estamos articulados con Maela y la Renaf. Nuestro proyecto para el 2019 es impulsar un mercado Campesino desde la Universidad en Conjunto con la Universidad del Cauca.

En el trabajo con las comunidades hemos identificado que existen muchas necesidades que pueden articularse con otras facultades de la Universidad, queremos generar el espacio para presentarles nuestro proyecto y poderse vincular.

La presente versión del informe contiene las observaciones de los evaluadores:

Firma del investigador principal

VoBo. Vicedecano de Investigaciones