

# Guía Práctica para exportación de artesanías colombianas mediante comercio electrónico

## Practical Guide for Exporting Colombian Handicrafts through E-Commerce

1. Anabel Bello Diaz  
2. Anny Yelitza Orduz Ortega  
3. Lizeth Valeria Soledad Parra

Recibido: 18-01-2026  
Aprobado: 21-05-2026

### Resumen

La presente investigación analiza la proyección internacional de las artesanías colombianas mediante el uso del comercio electrónico y las plataformas digitales, considerando las oportunidades y desafíos que enfrenta este sector en el contexto de la globalización. Aunque las artesanías colombianas poseen un alto valor cultural, simbólico y comercial que les permite diferenciarse en mercados internacionales, gran parte de los productores aún encuentra dificultades para participar de manera efectiva en el comercio exterior. Entre las principales limitaciones identificadas se encuentran la insuficiente formación en competencias digitales, el acceso limitado a herramientas tecnológicas, el desconocimiento de estrategias de internacionalización y la dependencia de canales tradicionales de comercialización. Estas condiciones reducen la competitividad de los artesanos y restringen su capacidad para aprovechar las ventajas que ofrecen los entornos digitales para acceder a nuevos mercados.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque descriptivo y documental, mediante la revisión de artículos científicos, tesis, repositorios académicos y documentos especializados relacionados con comercio internacional, economía digital e internacionalización del sector artesanal. Asimismo, se consultaron fuentes de organismos internacionales y entidades especializadas para fortalecer el análisis teórico. Los resultados evidenciaron que la baja adopción tecnológica, la escasa capacitación y el limitado apoyo institucional afectan directamente la inserción de los artesanos en mercados globales, generando dependencia de intermediarios y reduciendo sus márgenes de rentabilidad. Como respuesta a esta problemática, se propone una guía práctica orientada a facilitar la exportación de artesanías colombianas a través del comercio electrónico, con el propósito de fortalecer las capacidades comerciales y tecnológicas de los productores, ampliar sus oportunidades de negocio y contribuir al posicionamiento internacional del patrimonio cultural colombiano.

**Palabras clave:** Artesanías colombianas, comercio electrónico, internacionalización, plataformas digitales, exportación.

### Abstract

This research analyzes the international projection of Colombian handicrafts through e-commerce and digital platforms, considering both the opportunities and challenges faced by this sector in the context of globalization. Although Colombian handicrafts possess significant cultural, symbolic, and commercial value that allows them to stand out in international markets, many producers still face difficulties in effectively

participating in foreign trade. The main limitations identified include insufficient digital skills, limited access to technological tools, lack of knowledge of internationalization strategies, and dependence on traditional marketing channels. These conditions reduce artisans' competitiveness and restrict their ability to take advantage of the opportunities offered by digital environments to access new markets.

The study was conducted using a descriptive and documentary approach through the review of scientific articles, theses, academic repositories, and specialized documents related to international trade, the digital economy, and the internationalization of the handicraft sector. In addition, information from international organizations and specialized institutions was consulted to strengthen the theoretical framework. The findings revealed that low technological adoption, limited training, and insufficient institutional support directly affect artisans' integration into global markets, increasing their dependence on intermediaries and reducing profit margins. In response to these challenges, the study proposes a practical guide aimed at facilitating the export of Colombian handicrafts through e-commerce. This proposal seeks to strengthen artisans' technological and commercial capabilities, expand their business opportunities, and contribute to the international positioning of Colombia's cultural heritage.

**Keywords:** Colombian handicrafts, e-commerce, internationalization, digital platforms, export.

Programa de Administración de Negocios Internacionales. Correo electrónico: [est\\_a\\_bello@fesc.edu.co](mailto:est_a_bello@fesc.edu.co). ORCID: 0009-0002-1773-9170.  
Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia.

Programa de Administración de Negocios Internacionales. Correo electrónico: [est\\_ay\\_orduz@fesc.edu.co](mailto:est_ay_orduz@fesc.edu.co). ORCID: 0009-0004-6919-4891.  
Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia.

Programa de Administración de Negocios Internacionales. Correo electrónico: [est\\_lv\\_soledad@fesc.edu.co](mailto:est_lv_soledad@fesc.edu.co). ORCID: 0009-0001-2272-9201.  
Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia.

**\*Autor de correspondencia:** [est\\_lv\\_soledad@fesc.edu.co](mailto:est_lv_soledad@fesc.edu.co)



## Introducción

En el contexto actual de la globalización y el avance de las tecnologías digitales, el comercio internacional ha experimentado importantes cambios impulsados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) (Manuel Castells, 2001). En este escenario, el comercio electrónico se ha convertido en una herramienta estratégica para que empresas y pequeños productores puedan acceder a mercados internacionales (Efraim Turban et al, 2015), reduciendo barreras geográficas, optimizando costos y facilitando el contacto directo con consumidores de diferentes países.

Colombia cuenta con una gran diversidad cultural reflejada en su sector artesanal, el cual produce bienes con valor simbólico, cultural y estético. Las artesanías representan una fuente de ingresos para muchas comunidades y, al mismo tiempo, forman parte del patrimonio cultural del país (UNESCO, 2022). Sin embargo, pese a su potencial, este sector aún enfrenta dificultades que limitan su participación en mercados internacionales.

La internacionalización implica que las organizaciones adapten sus productos y estrategias para ingresar a mercados externos. Esto requiere conocimiento sobre normativas, distribución, comercialización y herramientas digitales. En este sentido, el comercio electrónico surge como una alternativa importante para los artesanos, quienes históricamente han dependido de intermediarios y canales de venta tradicionales (Organización Mundial del Comercio, 2021).

A pesar del potencial de las artesanías colombianas, existe una brecha significativa entre las oportunidades de exportación y la capacidad real de muchos artesanos para participar en entornos digitales. Entre las principales dificultades se encuentran el acceso limitado a herramientas tecnológicas, el desconocimiento de plataformas digitales, la falta de estrategias de marketing internacional y el escaso apoyo institucional para fortalecer los procesos de exportación.

Además, muchos productores continúan trabajando bajo esquemas tradicionales con poca incorporación tecnológica, lo que limita su alcance comercial y su capacidad para gestionar procesos como ventas digitales, posicionamiento de marca y logística internacional (CEPAL, 2020). A esto se suma la falta de conocimientos sobre segmentación de mercados, requisitos de exportación y fijación de precios en mercados internacionales (ProColombia, 2023).



Ilustración 1 árbol del problema, elaborado por IA, 2026



Ilustración 2 árbol de objetivos, elaborado por IA, 2026

## Justificación

La presente investigación surge de la necesidad de fortalecer la proyección internacional del sector artesanal colombiano mediante el uso de herramientas digitales y estrategias de comercio electrónico. Aunque las artesanías representan una importante expresión cultural y una fuente de ingresos para muchas comunidades del país, los productores aún enfrentan barreras relacionadas con el acceso a tecnologías, el conocimiento de procesos de exportación y la dependencia de intermediarios.

Por esta razón, el estudio propone el diseño de una guía práctica que permita orientar a los artesanos en aspectos relacionados con comercio electrónico, internacionalización y requisitos básicos para exportar sus productos. La intención es brindar herramientas que faciliten su participación en mercados internacionales y contribuyan al fortalecimiento de sus capacidades comerciales y tecnológicas.

Además del impacto económico, esta investigación también busca aportar a la preservación y promoción del patrimonio cultural colombiano. El posicionamiento de las artesanías en mercados globales no sólo genera oportunidades comerciales, sino también permite visibilizar la identidad y tradición cultural de las comunidades artesanales, favoreciendo su reconocimiento y sostenibilidad a largo plazo.

## Marco teórico

**1. Teoría del Comercio Electrónico (Turban et al., 2015)** El comercio electrónico se erige como la infraestructura digital predominante para la competitividad global contemporánea, permitiendo a las organizaciones trascender las fronteras físicas mediante el uso de redes sociales y plataformas de gestión. Según el aporte de **Turban et al. (2015)**, el e-commerce no solo simplifica

las transacciones comerciales, sino que actúa como un catalizador para la reducción de costos operativos y la mejora sustancial en la conexión directa entre productores y consumidores finales. En el contexto de la multinacional, esta teoría fundamenta la necesidad de digitalizar la oferta artesanal para capturar mercados internacionales que exigen inmediatez y transparencia en la información. La realización de estas plataformas permite que la empresa utilice inventarios y pedidos globales con una eficiencia que los canales tradicionales no pueden ofrecer, garantizando así una ventaja operativa sostenible en el tiempo y un retorno de inversión medible a través de la optimización de la cadena de valor digital.

**2. Teoría de la Internacionalización (Daniels et al., 2018)** La internacionalización representa el proceso estratégico mediante el cual una empresa expande sus operaciones hacia mercados extranjeros para concretar su estancia global y fortalecer su posición competitiva frente a actores locales e internacionales. **Daniels et al. (2018)** aportan una visión integral de este fenómeno, confirmando que la internacionalización permite a las organizaciones aprovechar economías de escala y responder de manera funcional a las fluctuaciones de la demanda en diversos ambientes geográficos. Para el sector artesanal, esto implica un cambio estratégico desde mercados locales limitados hacia sectores de alta gama en el exterior, donde el valor agregado del producto es reconocido y monetizado de forma superior. Este marco teórico justifica que la multinacional invierta en la adaptación de productos y procesos a los requerimientos técnicos de mercados como Estados Unidos o Europa, transformando la exportación en un mecanismo de crecimiento diversificado y minimizando la dependencia exclusiva de las dinámicas económicas nacionales.

**3. Valoración del Patrimonio Cultural (UNESCO, 2017)** El sector artesanal colombiano es depositario de una riqueza cultural inestimable que, bajo la visión de la **UNESCO (2017)**, debe ser protegida como un componente vital del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad y del desarrollo sostenible de las comunidades. El aporte fundamental de la UNESCO en esta materia resalta que las artesanías reflejan tradiciones y conocimientos ancestrales que dan al producto de una identidad única e irrepetible en el mercado global. No obstante, se reconoce que los artesanos enfrentan barreras tecnológicas y comerciales significativas que ponen en riesgo la continuidad de estas prácticas si no se integran de forma efectiva en los circuitos económicos actuales. Por ello, la intervención de la multinacional se sustenta en la premisa de que la digitalización y el acceso a mercados internacionales no son procesos antagónicos a la tradición, sino herramientas necesarias para asegurar la preservación y dignificación del trabajo artesanal, convirtiendo la herencia cultural en un factor de desarrollo socioeconómico real y duradero.

**4. Transformación Digital y Competitividad (CEPAL, 2020)** La transformación digital es entendida como la integración estratégica de tecnologías avanzadas en todos los aspectos de la actividad productiva para fomentar el crecimiento económico y la resiliencia institucional frente a crisis globales. La **CEPAL (2020)** aporta evidencia sobre cómo el uso de herramientas tecnológicas fortalece la competitividad sistémica de las naciones, mejorando las oportunidades de inserción laboral y comercial para los sectores más vulnerables. En este proyecto, la transformación digital se aplica como un puente que habilita a las comunidades artesanales para interactuar con herramientas de gestión, marketing digital y analítica de datos en tiempo real. Este enfoque teórico permite a la multinacional validar que la capacitación técnica no solo mejora el proceso de venta, sino que redefine el modelo productivo artesanal hacia uno de mayor sofisticación tecnológica, facilitando la escalabilidad de las operaciones y garantizando que los productores colombianos puedan competir con estándares de productividad internacionales en un entorno altamente digitalizado.

**5. Innovación y Ventaja Competitiva (Porter, 1990)** La sostenibilidad de una organización en el mercado internacional depende estrictamente de su capacidad para generar y mantener ventajas competitivas a través de la innovación presente y la adaptación estratégica al entorno. **Michael Porter (1990)** sostiene que la competitividad no se basa en los recursos estáticos, sino en la capacidad de las empresas para mejorar continuamente sus procesos y diferenciarse mediante la creación de valor superior para el cliente. En el ámbito de la exportación artesanal, el uso de

plataformas digitales y marketplaces internacionales representa la innovación estratégica recurrida para reducir la cadena de intermediarios y aumentar los márgenes de beneficio. Al aplicar los principios de Porter, la multinacional asegura que la artesanía colombiana se posicione no como una mercancía común, sino como un producto diferenciado por su autenticidad cultural y su excelencia operativa digital, permitiendo así alcanzar un liderazgo competitivo en el mercado exterior que sea difícil de replicar por competidores globales.

## Metodología

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque descriptivo, ya que permitió analizar la situación actual del sector artesanal colombiano frente a su proceso de internacionalización mediante el comercio electrónico, identificando sus principales problemáticas, causas, consecuencias y oportunidades de mejora. Este enfoque facilitó la comprensión de las condiciones reales que enfrentan los artesanos para acceder a mercados internacionales a través de plataformas digitales.

Para la recolección de información se utilizó la investigación documental y bibliográfica, mediante la consulta de fuentes académicas, artículos científicos, tesis de grado, repositorios institucionales y documentos especializados relacionados con comercio internacional, comercio electrónico, internacionalización empresarial y exportación de artesanías colombianas. Como principal herramienta de búsqueda se empleó Google Académico, lo que permitió acceder a información confiable, actualizada y relevante para el desarrollo del trabajo.

Asimismo, se consultaron fuentes de entidades reconocidas como CEPAL, Banco Mundial, OCDE, UNESCO y Artesanías de Colombia, con el fin de fortalecer el sustento teórico y contextual del proyecto. La selección de la información se realizó teniendo en cuenta la pertinencia temática, actualidad de las publicaciones y su relación directa con la problemática planteada.

Posteriormente, se llevó a cabo un análisis de la información recopilada, permitiendo estructurar el planteamiento del problema, el árbol de causas y consecuencias, el árbol de objetivos, la justificación y el contexto histórico del sector artesanal colombiano. A partir de este proceso, se formuló la propuesta de una guía práctica orientada a facilitar la exportación de artesanías mediante plataformas de comercio electrónico, como estrategia de fortalecimiento para la internacionalización del sector artesanal colombiano.

## Resultados y discusión

A partir de la revisión realizada, se identificó que el sector artesanal colombiano tiene un alto potencial de internacionalización gracias al valor cultural, simbólico y comercial de sus productos. Sin embargo, este potencial no se aprovecha completamente debido a diversas limitaciones que dificultan el acceso de los artesanos a mercados internacionales mediante el comercio electrónico.

Uno de los principales descubrimientos fue la limitada adopción de tecnologías digitales. Muchos artesanos continúan dependiendo de ferias locales, tiendas físicas e intermediarios para comercializar sus productos, lo que disminuye su alcance comercial. Entre las principales causas se encuentran el bajo nivel de alfabetización digital, el acceso limitado a internet y dispositivos tecnológicos, y la falta de capacitación en comercio electrónico.

También se demostró la ausencia de estrategias estructuradas de internacionalización, ya que muchos productores desconocen características como la segmentación de mercados internacionales, requisitos de exportación, fijación de precios y uso de plataformas digitales para vender en el exterior. Además, el escaso apoyo institucional dificulta aún más su competitividad.

Como consecuencia, se presentan bajos ingresos económicos, dependencia de intermediarios, acceso restringido a mercados internacionales y riesgo de pérdida de tradiciones culturales. Frente a esta situación, el comercio electrónico surge como una alternativa clave para ampliar oportunidades comerciales, reducir costos y fortalecer la proyección internacional del sector artesanal.

Por ello, se propone el desarrollo de una guía práctica para la exportación de artesanías colombianas mediante comercio electrónico, con el fin de orientar a los artesanos en el uso de plataformas digitales, procesos logísticos y estrategias de comercialización internacional, contribuyendo así al crecimiento económico y la preservación cultural del sector.

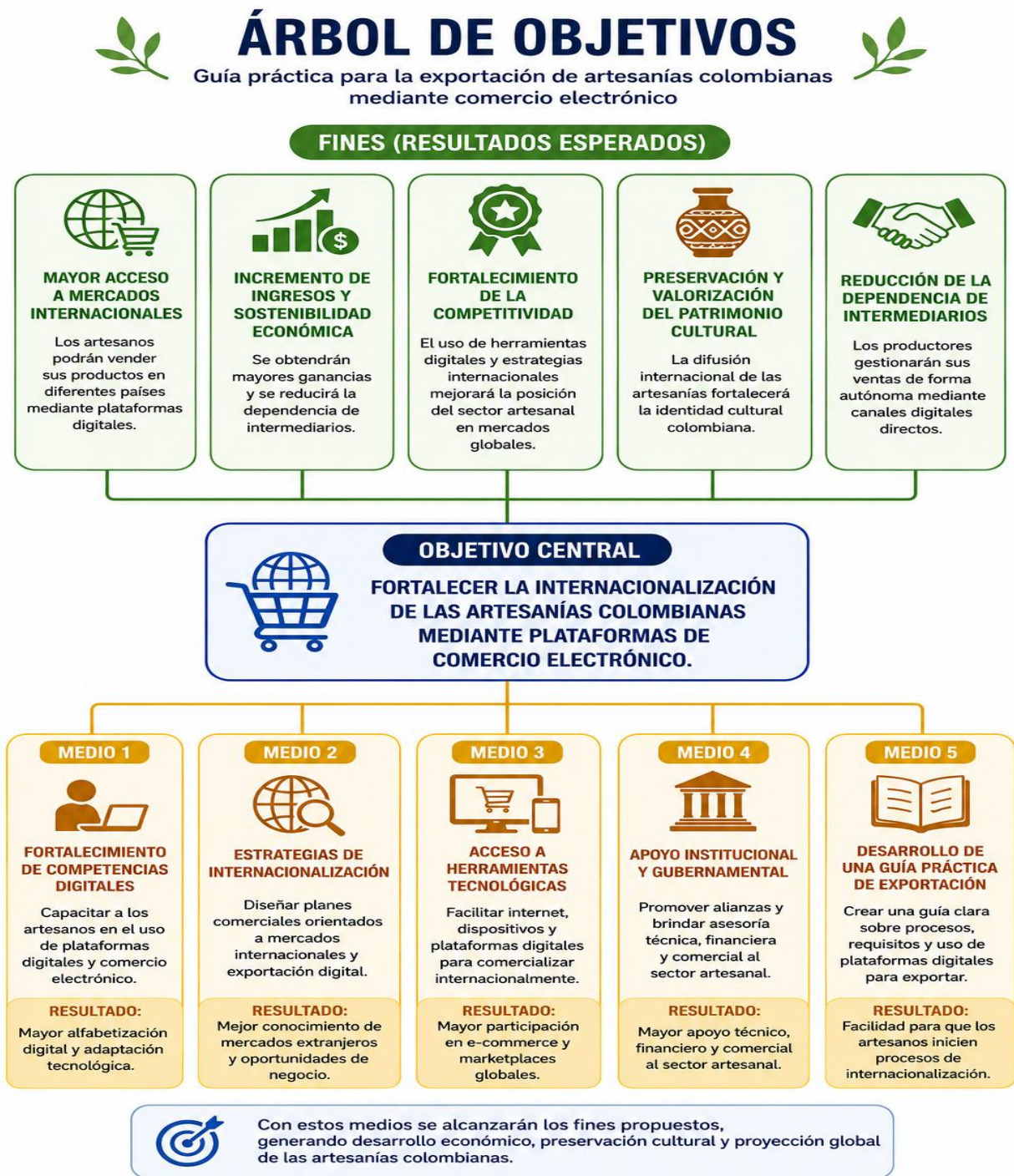


Figura 3 Resultados árbol de objetivos, creada por el autor, 2026

| MEDIO 1: ECOSISTEMA DE FORMACION DIGITAL        |                                                                                                                                                                    |                        |         |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------|
| Nombre del Medio                                | Ecosistema de Formacion Digital                                                                                                                                    |                        |         |
| Quienes lo Realizan                             | Estudiantes de ultimo semestre de Administracion de Negocios Internacionales (FESC) como practicantes responsables + Docente tutor que orienta y revisa el proceso |                        |         |
| Dirigido a                                      | Artesanos y artesanas de Cucuta y Norte de Santander con poco o ningun manejo de herramientas digitales que deseen vender sus productos por internet               |                        |         |
| Estado                                          | EN EJECUCION                                                                                                                                                       |                        |         |
| ACTIVIDADES, RESPONSABLES Y PRESUPUESTO         |                                                                                                                                                                    |                        |         |
| ACTIVIDAD                                       | RESPONSABLE                                                                                                                                                        | CANTIDAD x VALOR UNIT. | TOTAL   |
| Diseño de cartilla de capacitacion digital      | Estudiante practicante FESC                                                                                                                                        | 1 cartilla             | 0       |
| Talleres de alfabetizacion digital (3 sesiones) | Estudiante practicante + Docente tutor                                                                                                                             | 3 x \$50.000           | 150.000 |
| Capacitacion en fotografia de productos         | Estudiante de Diseno (voluntario academico)                                                                                                                        | 1 taller x \$30.000    | 30.000  |
| Capacitacion en redes y catalogos digitales     | Estudiante practicante FESC                                                                                                                                        | 2 sesiones x \$40.000  | 80.000  |
| Acompañamiento post-taller                      | Docente tutor FESC                                                                                                                                                 | 4 horas                | 0       |
| Papeleria, impresiones y fotocopias             | Equipo de trabajo                                                                                                                                                  | Global                 | 50.000  |
| TOTAL, MEDIO 1: \$310.000 COP                   |                                                                                                                                                                    |                        |         |
| Resultado Esperado                              | Autonomia digital del 25% al 85%. Reduccion del 40% en errores de catalogacion y logistica.                                                                        |                        |         |
| Indicador de Seguimiento                        | % de artesanos certificados con autonomia digital al finalizar el programa                                                                                         |                        |         |

Tabla 1, fuente: los autores

| MEDIO 2: ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION                  |                                                                                                                                                              |                        |           |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------|
| Nombre del Medio                                              | Estrategias de Internacionalizacion                                                                                                                          |                        |           |
| Quienes lo Realizan                                           | Estudiantes del programa de Negocios Internacionales (FESC) como investigadores + Docente del area de comercio exterior que valida la informacion recopilada |                        |           |
| Dirigido a                                                    | Artesanos de Cucuta que quieren conocer en que paises pueden vender sus productos, a que precio y por que canales                                            |                        |           |
| Estado                                                        | EN EJECUCION                                                                                                                                                 |                        |           |
| ACTIVIDADES, RESPONSABLES Y PRESUPUESTO                       |                                                                                                                                                              |                        |           |
| ACTIVIDAD                                                     | RESPONSABLE                                                                                                                                                  | CANTIDAD x VALOR UNIT. | TOTAL     |
| Investigacion de mercados internacionales (EE.UU., UE, Japon) | Estudiante investigador FESC                                                                                                                                 | 1 informe              | 0         |
| Diseño del catalogo digital bilinguee ES/EN en Canva          | Estudiante practicante FESC                                                                                                                                  | 1 catalogo             | 1.800.000 |
| Traducción basica de fichas de producto                       | Estudiante de idiomas / Docente de ingles                                                                                                                    | 10 fichas x \$5.000    | 500.000   |
| Impresion de catalogo fisico de muestra                       | Equipo de trabajo                                                                                                                                            | 5 copias x \$8.000     | 400.000   |
| Taller de fijacion de precios internacionales                 | Docente de comercio exterior FESC                                                                                                                            | 1 taller               | 1.500.000 |
| Conexion a internet para investigacion y gestion              | Equipo de trabajo                                                                                                                                            | 1 mes x \$60.000       | 60.000    |
| Papeleria y materiales de presentacion                        | Equipo de trabajo                                                                                                                                            | Global                 | 0         |
| TOTAL, MEDIO 2: \$3.900.000 COP                               |                                                                                                                                                              |                        |           |
| Resultado Esperado                                            | 12.500 leads proyectados 2026. Incremento del +15% en margen neto. Entrega a EE.UU. en 72h.                                                                  |                        |           |
| Indicador de Seguimiento                                      | Numero de leads generados, ticket promedio de venta y tiempo de entrega por mercado destino                                                                  |                        |           |

Tabla 2, fuentes: los autores

| MEDIO 3: INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA Y MARKETPLACES |                                                                                                                                                                                                    |                        |           |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------|
| Nombre del Medio                                    | Infraestructura Tecnológica y Marketplaces                                                                                                                                                         |                        |           |
| Quiénes lo Realizan                                 | Estudiante de Ingeniería de Sistemas o Tecnología en Informática (apoyo externo académico) para la parte técnica + Estudiante de Negocios Internacionales para la gestión de las tiendas digitales |                        |           |
| Dirigido a                                          | Artesanos de Cucuta que van a tener presencia digital por primera vez en plataformas como Etsy, Facebook Marketplace o WhatsApp Business                                                           |                        |           |
| Estado                                              | EN EJECUCION                                                                                                                                                                                       |                        |           |
| ACTIVIDADES, RESPONSABLES Y PRESUPUESTO             |                                                                                                                                                                                                    |                        |           |
| ACTIVIDAD                                           | RESPONSABLE                                                                                                                                                                                        | CANTIDAD x VALOR UNIT. | TOTAL     |
| Creacion y configuracion de perfil en Etsy          | Estudiante de Sistemas (apoyo academico)                                                                                                                                                           | 1 tienda               | 1.500.000 |
| Creacion de pagina en Facebook e Instagram Business | Estudiante practicante Negocios Int.                                                                                                                                                               | 1 perfil               | 1.800.000 |
| Subida de productos con fotos y descripciones       | Estudiante practicante FESC                                                                                                                                                                        | 10 productos x \$5.000 | 500.000   |
| Configuracion de WhatsApp Business para pedidos     | Estudiante practicante FESC                                                                                                                                                                        | 1 configuracion        | 1.200.000 |
| Pauta basica en Facebook/Instagram (piloto)         | Estudiante practicante FESC                                                                                                                                                                        | 1 campana x \$50.000   | 50.000    |
| Taller: como recibir y gestionar pedidos            | Estudiante Sistemas + Negocios Int.                                                                                                                                                                | 1 taller x \$30.000    | 30.000    |
| Plan de datos para gestion de plataformas           | Equipo de trabajo                                                                                                                                                                                  | 1 mes x \$40.000       | 40.000    |
| TOTAL MEDIO 3: \$5.120.000 COP                      |                                                                                                                                                                                                    |                        |           |
| Resultado Esperado                                  | Alcance Etsy: 1.2M usuarios (conv. 3.4%). Alcance Web D2C: 450K usuarios (conv. 5.1%).                                                                                                             |                        |           |
| Indicador de Seguimiento                            | Numero de usuarios alcanzados, tasa de conversion por canal y volumen de ventas mensual                                                                                                            |                        |           |

Tabla 3, fuente: los autores.

| MEDIO 4: APOYO INSTITUCIONAL Y GUBERNAMENTAL           |                                                                                                                                                                                                  |                            |        |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------|
| Nombre del Medio                                       | Apoyo Institucional y Gubernamental                                                                                                                                                              |                            |        |
| Quienes lo Realizan                                    | Estudiantes del programa de Negocios Internacionales FESC, con acompañamiento del docente tutor, encargados de contactar instituciones y gestionar informacion de apoyo para artesanos en Cucuta |                            |        |
| Dirigido a                                             | Artesanos de Cucuta que no conocen las entidades que pueden ayudarlos a exportar: Camara de Comercio de Cucuta, SENA regional, Artesanias de Colombia seccional Norte de Santander               |                            |        |
| Estado                                                 | CONVENIO MARCO ACTIVO 2026                                                                                                                                                                       |                            |        |
| ACTIVIDADES, RESPONSABLES Y PRESUPUESTO                |                                                                                                                                                                                                  |                            |        |
| ACTIVIDAD                                              | RESPONSABLE                                                                                                                                                                                      | CANTIDAD x VALOR UNIT.     | TOTAL  |
| Visita y gestion ante la Camara de Comercio de Cucuta  | Estudiante practicante FESC                                                                                                                                                                      | 2 visitas x \$5.000        | 10.000 |
| Visita al SENA regional para identificar programas     | Estudiante practicante FESC                                                                                                                                                                      | 1 visita x \$5.000         | 5.000  |
| Contacto con Artesanias de Colombia seccional N.S.     | Estudiante practicante + Docente                                                                                                                                                                 | 1 gestion (correo/llamada) | 0      |
| Elaboracion de directorio institucional para artesanos | Estudiante practicante FESC                                                                                                                                                                      | 1 documento                | 0      |
| Impresion y entrega del directorio a artesanos         | Equipo de trabajo                                                                                                                                                                                | 20 copias x \$1.500        | 30.000 |
| Taller informativo: ayudas para exportar desde Cucuta  | Docente tutor + Estudiante practicante                                                                                                                                                           | 1 taller x \$40.000        | 40.000 |
| Transporte y gestion de tramites varios                | Equipo de trabajo                                                                                                                                                                                | Global                     | 0      |
| TOTAL, MEDIO 4: \$85.000 COP                           |                                                                                                                                                                                                  |                            |        |
| Resultado Esperado                                     | 4 entidades aliadas activas. Reduccion del 30% en tiempos de despacho. Artesanos informados sobre apoyos disponibles.                                                                            |                            |        |
| Indicador de Seguimiento                               | Numero de alianzas gestionadas, talleres realizados y artesanos que accedieron a apoyo institucional                                                                                             |                            |        |

Tabla 4, fuente: los autores.

| MEDIO 5: GUIA TECNICA DE EXPORTACION ARTESANAL   |                                                                                                                                                                                                                               |                        |         |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------|
| Nombre del Medio                                 | Guia Tecnica de Exportacion Artesanal                                                                                                                                                                                         |                        |         |
| Quienes lo Realizan                              | Estudiantes de Negocios Internacionales FESC + Docente de comercio exterior como revisor tecnico. Consultoria de VUCE y MinComercio para validacion normativa.                                                                |                        |         |
| Dirigido a                                       | Artesanos de Cucuta que desean exportar sus productos y necesitan conocer los requisitos legales, fitosanitarios y logísticos para hacerlo correctamente                                                                      |                        |         |
| Estado                                           | IMPLEMENTADO                                                                                                                                                                                                                  |                        |         |
| PROTOCOLOS CLAVE                                 |                                                                                                                                                                                                                               |                        |         |
| Protocolo 1 — Certificado de Origen              | Emision de prueba de origen para aplicar Arancel 0% en EE.UU. y UE mediante TLC. Entidad emisora: VUCE. Todas las piezas deben contar con certificado del Ministerio de Cultura de No Pertenencia al Patrimonio Arqueologico. |                        |         |
| Protocolo 2 — Fitosanitario ICA                  | Piezas en palma, iraca o madera deben someterse a secado tecnico y contar con Certificado Fitosanitario ICA. La UE exige trazabilidad total de fibras naturales desde 2026.                                                   |                        |         |
| Protocolo 3 — Documentacion Maestra              | Factura Comercial ES/EN, Lista de Empaque Tecnica, Certificado de Origen, Ficha Tecnica de Sostenibilidad, Certificado Fitosanitario ICA.                                                                                     |                        |         |
| PRESUPUESTO ESTIMADO                             |                                                                                                                                                                                                                               |                        |         |
| ACTIVIDAD                                        | RESPONSABLE                                                                                                                                                                                                                   | CANTIDAD x VALOR UNIT. | TOTAL   |
| Diseño y redacción de la guía técnica            | Estudiantes practicantes FESC                                                                                                                                                                                                 | 1 documento            | 0       |
| Revisión y validación normativa con docente      | Docente comercio exterior FESC                                                                                                                                                                                                | 4 horas                | 0       |
| Impresión de guía para artesanos participantes   | Equipo de trabajo                                                                                                                                                                                                             | 20 copias x \$3.000    | 60.000  |
| Taller de socialización de la guía con artesanos | Estudiante practicante + Docente                                                                                                                                                                                              | 1 taller x \$40.000    | 40.0000 |
| Transporte y gestión de trámites ante VUCE/ICA   | Estudiante practicante FESC                                                                                                                                                                                                   | Global                 | 0       |
| TOTAL, MEDIO 5: \$100.000 COP                    |                                                                                                                                                                                                                               |                        |         |
| Resultado Esperado                               | Reducción del índice de rechazo aduanero del 18% al 0.5% anual. Documentación estandarizada para EE.UU., UE y Asia.                                                                                                           |                        |         |
| Indicador de Seguimiento                         | Índice de rechazo aduanero y número de artesanos que completan documentación maestra correctamente                                                                                                                            |                        |         |

Tabla 5, fuente: los autores.

## Conclusión

En conclusión, las artesanías colombianas representan un importante patrimonio cultural y una oportunidad de crecimiento económico e internacional para muchas comunidades del país. Gracias a su valor simbólico, tradicional y comercial, estos productos tienen un gran potencial para posicionarse en mercados internacionales. Sin embargo, se evidenció que muchos artesanos aún enfrentan dificultades relacionadas con el acceso a tecnologías, el manejo de plataformas digitales y el conocimiento de procesos de exportación, lo que limita su competitividad y expansión comercial.

Asimismo, el estudio permitió identificar que el comercio electrónico se ha convertido en una herramienta fundamental para impulsar la internacionalización del sector artesanal, ya que facilita la promoción y comercialización de productos a nivel global. No obstante, la falta de capacitación y

acompañamiento institucional continúa siendo una de las principales barreras para que los artesanos aprovechen plenamente estas oportunidades digitales.

Finalmente, la propuesta de desarrollar una guía práctica para la exportación de artesanías colombianas mediante comercio electrónico constituye una estrategia útil y necesaria para fortalecer las capacidades comerciales y tecnológicas de los artesanos. De esta manera, no solo se contribuye al crecimiento económico y a la generación de nuevas oportunidades de negocio, sino también a la preservación y reconocimiento internacional de la cultura y tradición artesanal colombiana.

## Referencias

- Blanco Barrera, S. P., Pulido Gómez, M. Z., & Ledesma García, M. C. (2020). *Fortalecimiento de los procesos comerciales digitales (e-commerce) en el sector artesanal de Boyacá* [Proyecto aplicado de especialización, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/35803>
- Cárdenas Forero, C., & Rodríguez Loaiza, K. C. (2022). *Propuesta para la implementación de una plataforma virtual para contribuir a la comercialización de piezas artesanales realizadas por artesanas y artesanos Embera Chamí del municipio de Pueblo Rico (Risaralda)* [Trabajo de grado de pregrado, Universidad Católica de Pereira]. Repositorio Institucional RIBUC. <http://hdl.handle.net/10785/12499>
- Castro Linares, G. A., Ardila Cupa, E. L., & Veloza Ferreira, A. M. (2024). *Marketplace y e-commerce: impulsores del crecimiento para las artesanías Wayúu y de otras comunidades indígenas* [Trabajo de grado de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional de la Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/48106156-920f-4128-8518-731f9129f0f2>
- Franco Silva, J. P. (2025). *Plan de internacionalización de productos étnicos colombianos hacia el mercado europeo: Francia, Alemania y Países Bajos* [Trabajo de grado de pregrado, Universidad Autónoma de Bucaramanga]. Repositorio Institucional UNAB. <http://hdl.handle.net/20.500.12749/33025>
- Garzón-López, J. F. (2020). *Logística del comercio electrónico y su participación en la comercialización de artesanías colombianas* [Trabajo de grado de pregrado, Universitaria Agustiniiana]. Repositorio Institucional UniAgustiniana. <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/1355>
- Lozano-Roncancio, J. S., & Rozo-Palacios, P. A. (2020). *Estrategias digitales como promotoras de la internacionalización del área de artes y patrimonio dentro de las industrias culturales en Colombia* [Trabajo de grado de pregrado, Universitaria Agustiniiana]. Repositorio Institucional UniAgustiniana. <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/1492>
- Quintero Navarro, G., Reyna Medrano, M. A., & Gross Rodríguez, A. (2021, 1–3 de septiembre). *Diseño de estrategias de comercio electrónico para el sector artesanal de la provincia de Vélez* [Ponencia]. X Seminario Internacional de Administración de Empresas y XI Encuentro de Graduados, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. <http://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/4804>
- Vela Chaves, A. C. (2021). *Modelo de trazabilidad en procesos de fabricación y comercialización de artesanías colombianas con miras a procesos de internacionalización* [Tesis de maestría, Universidad de La Sabana]. Intellectum, Repositorio Institucional de la Universidad de La Sabana. <https://doi.org/10.82992/intellectum/handle.10818.7894>