



Fortalecimiento comercial de la práctica cesterá mediado por las tics, como dispositivo de  
recuperación ancestral en Tocaima, Cundinamarca 2023

José René Santos Cediel

ID:710918

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Centro Universitario Girardot

Comunicación Social y Periodismo

2023

Fortalecimiento comercial de la práctica cesterá mediado por las tics, como dispositivo de  
recuperación ancestral en Tocaima, Cundinamarca 2023

José René Santos Cediél

ID:710918

Trabajo de grado – Monografía-, presentada como requisito para optar por el título de  
comunicador social y periodista

Asesor(a):

María Otilia Pulecio Bazurto

Trabajadora social

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Centro Universitario Girardot

Comunicación Social y Periodismo

2023

### **Dedicatoria**

El arduo esfuerzo y las noches de sufrimiento se las dedicó a las dos mujeres de mi vida, que con sabiduría y fortaleza me guían y acompañan por los caminos de la vida, ellas son mi madre y mi abuela, les agradezco por su apoyo incondicional, soy lo que soy y estoy donde estoy porque Dios, mi madre y mi abuela así lo quisieron.

## **Agradecimientos**

En primer lugar, agradezco a Dios mi gran salvador que me permite continuar en largas noches dónde no hay luz y el llanto de un niño que no ha sanado se convierten en palabras que marcan historia. A Dios todo poderoso, le agradezco eternamente por permitirme mantener un poco de cordura.

A la santísima Virgen María que me han acompañado en cada paso, me protege y me acompaña en todo momento, ella me ha dado la fuerza necesaria para culminar un nuevo proyecto.

Agradezco a la Corporación Universitaria Minuto de Dios por haberme brindado la oportunidad de poder desarrollar mi carrera profesional y su cooperación con la realización de este proyecto. Además de brindarme grandes enseñanzas durante este largo camino.

A la Coordinadora del programa y mi guía Mayra, Alejandra Gutiérrez Zamudio que me apoyó desde el primer minuto y me brindo su apoyo a lo largo de mi carrera profesional; sus consejos y orientaciones me formaron como comunicador social y periodista.

A mi asesora la docente del programa de Trabajo Social, María Otilia Pulecio Bazurto por sus consejos y ayuda que me brindó para la realización de esta monografía, por su arduo

esfuerzo y gran acompañamiento que me permitieron cumplir mis objetivos. A ella gracias por estar ahí.

A la docente Martha Liliana Herrera Gutiérrez que realizó el diseño de la página web y nos acompañó en el proceso. A su vez me brindó su gran apoyo, gracias a ella por sus enseñanzas que me dieron fuerzas para continuar con todo.

A mi amigo y colega Diego Alexander Vera Robayo que, con su gracia e inteligencia, sus consejos e historias en las tardes de oficina me dio fuerzas para no rendirme. Es el autor moral de algunas fotografías alojadas en la página web. Gracias a él y sus ocurrencias.

A la docente Laura Esperanza Quintero Rodríguez, líder del semillero donde inició todo, agradecerle por permitirme dar los primeros pasos y plantar la semilla que se convirtió en proyecto.

Al irrastreable Henry Camilo Perdomo Rodríguez, que nos acompañó en el proceso con sus locuras e historias poco creíbles y es el autor moral de algunas las fotografías que se alojan en la página web. Gracias a él y a su cámara por sus grata presencia.

## Tabla de contenido

Resumen .....	11
Abstract .....	12
Introducción .....	13
Planteamiento del problema .....	14
Justificación .....	21
Objetivos .....	23
Objetivos Específicos .....	23
Objetivo General .....	23
Marcos Referenciales .....	24
Marco Institucional .....	24
Marco Contextual .....	26
Marco Teórico .....	28
Marco Conceptual .....	37
Marco Legal .....	37
Estado del Arte (antecedentes) .....	41
Metodología .....	49
Método de Investigación .....	49
Tipología de la Investigación .....	50
Población y Muestra Proceso Metodológico .....	50
1era Fase: Planteamiento del problema .....	52

2da Fase: Planeación .....	52
3era Fase: Recopilación de la información .....	60
Técnica de Recopilación de Información: .....	60
Encuesta: .....	60
Entrevistas Semiestructuradas .....	61
Método de Estandarización del Instrumento: .....	61
4ta Fase: Procesamiento de Datos .....	63
5ta Fase: Análisis de resultados .....	86
Análisis de datos Cuantitativos (Encuesta) .....	86
Análisis de Datos Cualitativos (Entrevista semiestructurada).....	89
6ta Fase: Comunicación de resultados y solución de un problema .....	91
Proceso de formación a la población cestera .....	96
Conclusiones .....	97
Anexos .....	98
Referencias .....	106

### **Lista de Anexos**

Anexo N° 1: Capacitaciones PCIS .....	98
Anexos Anexo N° 2: Capacitaciones PICIS .....	99
Anexos Anexo N° 3: Capacitaciones PCIS .....	100
Anexos Anexo N° 4: Encuesta .....	101
Anexos Anexo N° 5: Ficha Técnica cesteros .....	102
Anexos Anexo N° 6: Autorización de imagen.....	103
Anexos Anexo N° 7: Reunión Casa de la cultura, Tocaima, Cundinamarca .....	104

**Hoja de aprobación**

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

PRESIDENTE DEL JURADO

---

JURADO

---

JURADO

Girardot, Cundinamarca, mayo de 2023

## **1. Resumen**

Este proyecto de investigación fue realizado en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede regional Girardot, Cundinamarca, el marco académico del semillero de investigación “SOMOS” del programa de Comunicación Social y Periodismo, en calidad de opción de grado -en monografía-. Se muestra en un primer momento la problemática identificada desde un panorama local, dado el flujo de ventas que se circunscriben a falta de la visibilización de los productos artesanales y la nula abundancia de turistas, afectando así, el sustento diario de los cesteros en el municipio de Tocaima, Cundinamarca.

Seguidamente, para dar respuesta a la necesidad presentada, se conoció la percepción de oriundos y aledaños del Alto Magdalena, evidenciando el impacto que ha generado en los últimos años el reemplazo o alternativa del comercio tradicional por el comercio electrónico, dando a conocer la factibilidad de generar demanda dentro de las plataformas virtuales y así poder generar un realce de la cultura cestería y venta de sus productos. De manera que, a través de un E-Coomerce (página web) se dio el montaje, brindando el espacio para promocionar los productos.

Dicho lo anterior, el desarrollo de la investigación se encuentra basado en referentes teóricos, que plantean la importancia del comercio electrónico o E-commerce, el cual se ha convertido en un medio de subsistencia para las asociaciones de diversos sectores económicos, dado el valor simbólico de la cestería y el fortalecimiento de las (TIC) tecnologías de información y comunicación en los cesteros para el manejo de la página web. Por otra parte, la metodología realizada está fundamentada por una investigación mixta, realizando una triangulación de la información a través de una caracterización y una

entrevista semiestructurada como técnicas de estudio aplicadas a la población cesterá participante del municipio de Tocaima, Cundinamarca. Finalmente se encuentran las conclusiones y recomendaciones basadas en la retroalimentación, donde encontrarán como resultado la ejecución y puesta en marcha de la página web a cargo de los cesteros.

**Palabras claves:**

Práctica Cesterá, Ancestralidad, Comercio electrónico, Comunicación Digital, Valor Cultural de la Cestería.

**2. Abstract**

This research project was carried out at the Corporación Universitaria Minuto de Dios, Girardot regional headquarters, Cundinamarca, the academic framework of the "SOMOS" research hotbed of the Social Communication and Journalism program, as a degree option - in monograph-. At first, the problem is shown since a local panorama has been identified, given the flow of sales that are circumscribed due to the lack of visibility of artisan products and the null abundance of tourists, thus increasing the daily livelihood of basket makers in the municipality from Tocaima, Cundinamarca. Next, to respond to the need presented, the perception of locals and surrounding areas of Alto Magdalena was known, evidencing the impact that the replacement or alternative of traditional commerce by electronic commerce has generated in recent years, making known the feasibility of generate demand within the virtual platforms and thus be able to generate an enhancement

of the basketry and sale of its products. So, through an E-Commerce (web page) the assembly took place, providing the space to promote the products.

That said, the development of the research is based on theoretical references, which raise the importance of electronic commerce or e-commerce, which has become a means of subsistence for associations from various economic sectors, given the symbolic value of basketry and the strengthening of (ICT) information and communication technologies in the basket makers for the management of the web page. On the other hand, the methodology carried out is based on a mixed investigation, carrying out a triangulation of the information through a characterization and a semi-structured interview as study techniques applied to the participating basket maker population of the municipality of Tocaima, Cundinamarca. Finally, there are the conclusions and recommendations based on the feedback, where they will find as a result the execution and start-up of the web page in charge of the basket makers.

***Keywords:***

Basketry Practice, Ancestry, Electronic Commerce, Digital Communication, Cultural Value of Basketry.

### **3. Introducción**

Tocaima es uno de los municipios del departamento de Cundinamarca, ubicado en la provincia del Alto Magdalena, contando con una población según el Departamento Administrativo de Estadísticas (DANE, 2018) de 13.907 personas. Según (Artesanías de

Colombia, 2022) este, es uno de los municipios que, en Colombia su reconocimiento es dado por su producción artesanal. Se encuentra situada a 160 km al suroeste de Bogotá, reconocida en el territorio por sus trabajos de cestería tejida con caña de castilla, materia prima propia de la cultura y el relieve cundinamarqués. Sus saberes datan de 1950, cuando un migrante ecuatoriano reveló un nuevo producto llamado 'cesto', que alentó a la región, especialmente a los tocaimunos que residían en "El Camellón del Río" a incursionar en las artesanías generando un hábito y un ingreso que con el pasar del tiempo se transformó en el sustento diario de los oriundos, así lo narran los habitantes del Camellón del Río.

Para hablar de cestería, hay que hablar de la producción artesanal que nace a través de diferentes costumbres y enseñanzas ancestrales dentro de una comunidad, en este caso, en la del municipio de Tocaima. Para lograr producir una artesanía es necesario que desde corta edad haya interés en el aprendizaje de este proceso que se convierte en un intercambio de saberes de generación en generación, para ello hay una transferencia de conocimientos, cultura, costumbres y de identidad. Sin embargo, la baja visibilización de los cesteros dado la pérdida de identidad cultural y la falta de visibilización en línea. No obstante, la alcaldía municipal de Tocaima como entidad gubernamental les brinda apoyo en aspectos sociales, ya que en el municipio se han identificado en la actualidad atractivos que conforman el patrimonio inmaterial, tales como la técnica de la cestería, de tradición artesanal para el municipio. (Alcaldía de Tocaima, 2020).

Partiendo de estos dos puntos importantes: la retribución económica de la venta de los canastos que se convierte en el sustento diario de los cesteros y el valor simbólico de la

cestería dado la tradición de generación tras generación, es de vital importancia que este proyecto de investigación, permita aportar a la comunidad cestera del Municipio de Tocaima el fortalecimiento del mercado y la visibilización de la cestería, el aumento de venta de los productos, comunicación asertiva, alfabetización digital, visibilización de la cestería e identificación cultural, a través del manejo de la página web de acceso público, y para ello, se identifica la necesidad de un soporte de ventas virtual.

#### **4. Planteamiento del problema**

Según la UNESCO (2009), el concepto de “artesanía” procede del italiano *artigianato* que designa o señala la actividad desarrollada por el artesano. El arte de hacer arte a través de las artesanías es probablemente tan antigua como la humanidad, desde los vestigios prehistóricos (huesos, joyas, esferas, tejidos y bisutería) que se pueden apreciar en museos. En la actualidad la producción artesanal se ha convertido en producción industrial, ya que “las ventas del mercado artesanal del mundo en el año 2015 aumentaron 9,07 % en comparación del año 2014; y algunos investigadores del mercado prevén que la venta del mercado artesanal y digital del mundo aumentará un 10% cada año.” (Takeyama, 2017) No obstante, el crecimiento se encuentra tergiversado ya que los sectores olvidados y no censados no tienen visibilización aparte que las cifras varían dado que en el mundo hay 195 países y cada uno de ellos cuentan con una multiculturalidad e interculturalidad. (Takeyama, 2017), nos dice que el país con más éxito en venta de artesanías es EE. UU, en el año 2014 ocupó 637,65 % de ventas de artesanías en el mundo.

América Latina y el Caribe en el año 2014 tuvo un 37,65% del mercado artesanal en el mundo liderado el mercado mundial de artesanías. Estados Unidos fue el mayor contribuyente de ingresos en esta región, así como a nivel mundial, los EE. UU. es un gran mercado contemporáneo de la artesanía en comparación con Canadá, que es muy diversificado y comprende empresas individuales, estudios, gremios de medias de comunicación, organizaciones industriales, y galerías privadas. El mercado en esta región es impulsado por la alta demanda de accesorios, joyas y otros accesorios de moda como bolsos y cinturones. (Takeyama, 2017)

Los saberes artesanales son únicos y su valor patrimonial es invaluable y requiere el reconocimiento material dentro del contexto económico en el que opera la industria cultural, donde es necesario resaltar el conocimiento ancestral [...] que se ha convertido en un factor importante a considerar en las economías modernas; ya que no solo contribuyen con el crecimiento económico de los países, generando empleo e ingresos para miles de familias, sino que también ayuda a transmitir y mantener las raíces culturales. [...]

(Navarro, 2015)

En el contexto nacional, Colombia que se encuentra ubicada al norte de América Latina, posee una población estimada que según cifras de la Dirección Administrativa Nacional de Estadísticas (DANE, 2022) para el año 2022 con proyecciones a 2023 es equivalente a 51.049.000 habitantes, de los cuales 300.000 aproximadamente son población artesana. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia es el país con mayor

número de denominaciones de origen artesanal en Latinoamérica. De igual manera, desde el 2014, el DANE reporta el comportamiento de las actividades económicas asociadas a la Economía Naranja (EN) en las tres áreas que la conforman: Artes y Patrimonio, Industrias culturales y Creaciones funcionales, reportando en el año 2021 sobre la EN el desarrollo y la práctica artesanal fue ejecutada por adultos de la tercera edad y madres cabeza de familia, "De 32.995 personas que señalaron que se dedicaron a la actividad artesanal, el 71,2% reportó que tenía más de 40 años y el 27,2% reportó tener 60 años o más.

Las artesanías en Colombia vienen desde una tradición milenaria representada por medio de las técnicas artesanales ejecutadas por los indígenas y esclavos en la época precolombina. Hasta hace un par de décadas se ha dado el reconocimiento de la artesanía no solo de expresión o síntesis de tradiciones culturales, sino como una actividad productiva que contribuye al desarrollo económico de la población rural y urbana menos favorecida que se dedica a ella. Mencionado lo anterior, se encontró la primer problemática y es que el comercio tradicional de artesanías en Colombia está determinado por la exclusión y pobreza desarrollada por la labor de familias que viven en las veredas y zonas periféricas del país. Sin embargo, la situación actual y de los artesanos dentro de una competencia de mercado global, por un lado, y local o turístico.

Por el otro, ha permitido mantener la idea de la artesanía como una actividad que debe circunscribirse en productos distintivos para los consumidores. No obstante, más allá de ser una producción técnica e industrializada las artesanías cuentan con una forma de producción técnica con un valor agregado cultural, es la representación de la cotidianidad

de comunidades marginales y también un saber práctico para la supervivencia de las comunidades en su ambiente o contexto social. Vega (2012), nos habla de la principal problemática que afrontan los artesanos en el país “De allí que la labor para su protección no dependa sólo del esfuerzo económico por salvaguardarla del mercado competitivo, sino que debe apoyarse desde su característica cultural y pedagógica, preservando a la actividad artesanal como saber histórico y patrimonial.”

Por otro lado, el presente trabajo de investigación se desarrolla en el municipio de Tocaima, ubicado en el departamento de Cundinamarca, en la provincia del Alto Magdalena. La finalidad del proyecto es visibilizar la práctica cesterá artesanal a través de la apertura del mercado electrónico por medio de un E-Coommerce para las familias cesteras de Tocaima visibilizando la identidad cultural y los saberes ancestrales.

La cestería es el arte de tejer caña de castilla que nace a las orillas del Río Bogotá, en el Camellón del Río. Llega al municipio de Tocaima, Cundinamarca, a mediados del siglo anterior como alternativa económica a los habitantes del sector, teniendo el objetivo principal de lograr el máximo beneficio posible a los oriundos. La importancia de la práctica cesterá radica en la identidad cultural que se caracterizó como patrimonio ancestral en la actualidad. En primera instancia y dentro del contexto regional, es que las comunidades artesanas que están ubicadas en la Provincia del Alto Magdalena colombiano, desde el municipio de Agua de Dios, Girardot, Guataquí, Jerusalén, Nariño, Nilo y Ricaurte, hasta Tocaima, han sufrido cambios estructurales en su estilo de vida, hay personas con desconocimiento de las nuevas tecnologías que impiden interactuar con sus

posibles clientes, otros han optado por modificar sus patrones característicos dejando atrás las manualidades o en otros casos el flujo de ventas disminuyó, dado la nula visibilización de los artesanos.

Dicho anteriormente, la Caña de Castilla es la materia prima de los canastos que nace a orillas del río Bogotá, para los cesteros es considerada ‘maleza’, por lo que su uso no afecta el medio ambiente y los productos son ecosostenibles, ya que su uso no afecta a la vegetación de la zona. El lío recae en la falta de optimización de algunas plantas de tratamiento de los municipios de la cuenca que afectan directamente los caudales que bañan a Tocaima. Según datos de la Corporación Autónoma Regional (CAR), el 56% de 380 Kilómetros (Km) de agua, tienen una calidad regular. Sin embargo, tan solo 11 Km, precisamente es donde el problema radica, es que el 97 de las aguas están completamente contaminadas por desechos industriales, sólidos y biológicos. Esa contaminación ha generado un impacto ambiental y un problema de salud pública en la región dado los diferentes tóxicos que allí se concentran.

Como tercer problemática, Tocaima es un territorio donde la tejeduría en Caña de Castilla se ha catalogado como un modo de representación artesanal según Artesanías de Colombia. También, el Sistema Nacional de Información Cultural de Cundinamarca (SINIC), señala que el producto principal realizado por los tocaimunos es el canasto y décadas atrás generó crecimiento y desarrollo notable y progresivo contribuyendo al reconocimiento cultural. No obstante, existe la problemática para esta labor, ya que se han visto sustituidas desde la aparición de productos en plástico como bolsas, cestos y talegas, los cuales han ido

ocupando un amplio espacio en el mercado de los colombianos y afectando a la producción e identidad perteneciente al municipio.

Por otro lado, se halla la tercer problemática : es común que los diferentes sectores informales de la economía, entre ellos los cesteros posean un alto nivel de informalidad, el cual es causado por el conformismo de sus propios actores, a raíz de desconocer los múltiples beneficios que llegarían a obtener de llegar a mejorar cada una de la estrategias de ventas; esto se evidencia en un estudio en el que se tuvo un primer acercamiento durante el periodo 2022- 2 y 2023-1 en el que se aplicaron 2 técnicas de investigación (Entrevista y Encuesta), direccionadas a conocer la percepción y los comportamientos de los cesteros. Muchos de estos casos fueron causados por el deterioro social existente. Según el DANE, un artesano percibe un ingreso promedio mensual inferior a un Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (SMMLV), siendo un valor inferior a 1.160.000 mil pesos moneda colombiana (COP). No obstante, existen intermediarios y/o distribuidores que se valen del desconocimiento de los cesteros sacando provecho de los productos, puesto que compran los cestos a un precio exageradamente bajo para inflar los precios sacando mayor ganancia narran los cesteros en las visitas efectuadas en el 2022-1; sin embargo, estos “establecimientos son considerados propiedad de artesanos y se encuentran avalados bajo la Cámara de Comercio.

En esta instancia, tenemos que los cesteros del municipio a pesar de la constante evolución del mercado presentan desaciertos al cobrar sus productos y un gran porcentaje de ellos no saben cobrar por sus obras, generando posibles estafas que a su vez generan pérdidas económicas, dado los precios irrisorios a raíz de la poca educación financiera que poseen,

generando un costo no real de sus productos durante su cadena productiva. Es importante recalcar, que la comercialización de los cestos es completamente inestable lo que produce que muchos de los cesteros trabajen por demandas, mostrando la falta de estrategias de comercialización y planes de venta no organizados.

Continuando, al realizar una revisión en la web se encontraron numerosas páginas artesanas de distintos rincones del país; sin embargo, se debe recalcar que la proliferación de los sitios web es notable, además del vacío informativo que genera falta de confiabilidad en las fuentes. En contraste con el presente proyecto que se está llevando mediante la participación con la comunidad, donde se conocieron las problemáticas y necesidades de la población objeto. Allí, se identificó que los cesteros no cuentan con una plataforma digital que visibilice la tradición e importancia de la cestería, aparte de no existir un mediador para la salida de los productos elaborados que dosifique los precios y conozca del valor simbólico de los canastos. A su vez, se identifica, que existe abundante contenido relacionado con la cestería, que va desde su historia, hasta la elaboración de los productos. Sin embargo, los registros de dicha búsqueda o consulta son bajas, en la cual se fomenta el enriquecimiento de conocimientos, buscando el reconocimiento y la importancia de los cesteros.

En el año 2021 el proyecto “Tejiendo memorias, construyendo territorio: la práctica artesanal en el municipio de Tocaima, Cundinamarca, como producción de conocimiento” financiado y ejecutado por UNIMINUTO, hallaron que los cesteros de Tocaima no están logrando sus ventas y buscan actividades alternas para poder sobrevivir empleándose en otras. Dicha situación, se encuentra latente dado la baja solicitud de compras. En la

actualidad, el desarrollo de la labor se encuentra condicionada por los turistas que llegan a Tocaima, a las contrataciones que eventualmente puede gestionar la Alcaldía, a la participación en ferias artesanales y a los encargos de producción que logran hacer algunos conocidos aledaños de otros municipios. Si esto persiste la práctica del tejido estaría en inminente riesgo de desaparecer ya que no tiene sentido para ellos tejer canastos, morrocas, moises, panaderas, totumas, bolsos, floreros y otros tantos objetos, si estos no se logran vender correctamente. Este último factor se da ya que al no manejar estándares de precio y en ocasiones, por la misma necesidad de vender, comercializan sus productos a costos muy por debajo de los valores de producción y esto también inhibe la calidad de estos.

Con base en las problemáticas mencionadas, el proyecto va enfocado a la creación de una estrategia de comunicación (E-Commerce. Desarrollado a través de una página web), que les permitirá a los cibernautas conocer de primera mano sobre cestería y artesanías. Además, de promover los productos de los cesteros, sin perder la práctica como conocimiento ancestral. Teniendo en cuenta el anterior panorama, la propuesta va direccionada a despejar la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el valor cultural y económico de la práctica cestería, como dispositivo de visibilización del patrimonio cultural inmaterial, en el municipio de Tocaima Cundinamarca?

## 5. Justificación

En la actualidad el comercio electrónico ha suplantado el comercio tradicional o los puntos de ventas físicos supuesta la facilidad de compra y venta. Además del aumento de la tasa de visitas de sus productos que ha ocasionado un acrecentamiento en las transacciones. De acuerdo con cifras de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCE,2022), el total de ventas en línea en el segundo trimestre de 2022 alcanzó en pesos colombianos (COP) 13,6 billones, una variación de 11,4 % en comparación a lo observado en el primer trimestre de 2022 y un aumento del 53,3 % respecto al segundo trimestre de 2021. Dicho lo anterior, digitalizar la compra y venta de artesanías sin intermediarios, ofrece a los cesteros del municipio de Tocaima la visibilización de la cestería y el posible ingreso económico con la venta de los productos que no se pueden desagregar del valor cultural y el patrimonio inmaterial.

El presente proyecto busca contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural de los tocaimunos como estructura de percepción y conocimiento a través de la implementación de mecanismos en las actividades de promoción cestera apoyada por las tecnologías de la información y comunicación (TIC); preservando el patrimonio inmaterial y manteniendo vivo los saberes de la práctica como un proceso social que permita caracterizarlos como elemento diferenciador dentro del territorio, dándole un valor simbólico a la cestería.

Así, el proyecto brinda a los cesteros del municipio de Tocaima , a través de las nuevas tecnologías la herramienta para incrementar su rentabilidad y aumentar su presencia en el sector en el cual se desarrollan, especificando sus productos, servicios y datos relevantes,

que faciliten que los cibernautas los encuentren y puedan adquirir los bienes que desarrollan en tiempo real; los cuales pretenden contribuir a la mitigación de la problemática identificada en donde los artesanos harán el manejo de una página web. Acción que se dificulta ya que los propios desconocen el manejo de plataformas digitales, entre ellas las futuras formas de pago por medio de las diferentes plataformas donde se hará el desembolso.

Dicho lo anterior, es aquí donde toma relevancia la propuesta, ya que a la par se estará llevando a cabo en asociación con diferentes instituciones como la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede regional Girardot (UNIMINUTO) y El Parque de Innovación Social (PCIS), dando cursos de alfabetización digital que permiten la dinamización y desarrollo de la página web ofreciendo a los cesteros la posibilidad de dar un clic y desde la comodidad de su hogar o sitio en el que se encuentre vender sus productos.

## **6. Objetivos**

### **6.1 Objetivo general**

Analizar el valor cultural y económico de la práctica cesterá, como dispositivo de visibilización del patrimonio cultural inmaterial, en el municipio de Tocaima Cundinamarca.

## **6.2 Objetivos específicos**

- Identificar las condiciones socioeconómicas de los cesteros del municipio de Tocaima, obteniendo una visión integral de sus condiciones de vida.
- Promover la práctica cesterera como herramienta productiva y cultural, a través del diseño de una estrategia de comunicación online (página web), como fuente de apertura a los mercados digitales.
- Generar un proceso de formación que le permita a la población cesterera tocaimuna obtener conocimientos básicos en el uso de mercados en línea, incentivando la sostenibilidad del espacio web a manos de sus propios actores.

## **7. MARCOS REFERENCIALES**

La función principal de este apartado es recopilar los antecedentes y datos necesarios para identificar los vacíos e interrogantes por explorar que contribuyan al proyecto. Asimismo, se reconoce la teoría, lineamientos metodológicos necesarios para el entendimiento global que permite la fundamentación de la investigación y las normas legales vigentes que soportan el estudio. También, la aplicación institucional constituida por las normas, criterios y modelos que rigen los enfoques en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, misma universidad donde se está llevando a cabo el proyecto, desde el programa de Comunicación Social y Periodismo.

### **7.1 Marco Institucional**

El presente trabajo de investigación se desarrolla en la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO, específicamente en el Centro Regional Girardot con los cesteros del Municipio de Tocaima, Cundinamarca. Dicha institución se caracteriza por encaminar una educación de alta calidad que permite la formación de profesionales y seres humanos competentes con ética, sentido de pertenencia y una actitud servil con la ciudadanía y los más necesitados, contando con accesibles y amplias ofertas educativas.

UNIMINUTO inspirado en el Evangelio, el pensamiento social de la Iglesia, la espiritualidad Eudista y el carisma del Minuto de Dios, teniendo como propósito ofrecer educación superior de alta calidad y pertinente con opción preferencial para quienes no tienen oportunidades de acceder a ella, a través de un modelo innovador, integral y flexible. (UNIMINUTO, 2010)

Además de ello, la Corporación Universitaria Minuto a través de su ejercicio profesional aporta a la transformación de aquellas situaciones y condiciones de vida que obstaculizan el desarrollo social y el ejercicio pleno para todas las comunidades, especialmente las vulnerables a nivel local y nacional. Por esta razón, el presente proyecto de investigación se desarrolla en pro de contribuir en dicha transformación social, promoviendo y construyendo la visibilización de los cesteros del municipio de Tocaima; demostrando así el compromiso con la construcción de una sociedad más justa y en paz.

Igualmente, el proyecto de investigación dentro del Sistema General de Investigaciones articula el enriquecimiento formativo de los estudiantes, la transformación positiva de las realidades y la proyección sociales, buscando el desarrollo humano social integral y sostenible. Las tres funciones sustantivas se abordan principalmente con la investigación formativa, la incorporación de resultados de investigación en la docencia y las Agendas Regionales de I+D+i+C, que son instrumentos de planeación que articulan y focalizan esfuerzos a largo plazo de docencia, investigación y proyección social, para contribuir con el desarrollo integral sostenible de personas, comunidades y territorios. (UNIMINUTO, Compendio de Investigación, 2021)

En el marco de esta política, se encuentran los semilleros de investigación que son un conjunto de estudiantes que buscan desarrollar su capacidad reflexiva para pensar desde la ciencia y sus métodos, los problemas más cercanos a sus disciplinas y realidades, y proponer soluciones. Los semilleros tienen un plan de formación para sus integrantes, son dirigidos por un profesor y preferiblemente están vinculados a un grupo de investigación mediante la ejecución de la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación, como parte integral y sustantiva del Proyecto Educativo Institucional de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. (UNIMINUTO, Compendio de Investigación, 2021)

## **7.2 Marco Contextual**

El presente proyecto se adelanta en el marco universitario de La Corporación Universitaria Minuto de Dios Centro Regional Girardot, ubicado en la zona media del Alto Magdalena a 124 km de Bogotá, en el Barrio Rosa blanca. Se reconoce como una Institución de

Educación Superior, sin ánimo de lucro. Se encuentra regida por el Ministerio de Educación y sometida a la Constitución Política de 1991 y decretos nacionales. Cuenta con programas Técnico Profesional, Tecnológico y Pregrado y Posgrado. Su sede principal está ubicada en la ciudad de Bogotá D.C en el departamento de Cundinamarca, de la República de Colombia y cuenta con 8 sedes que cubren 50 municipios en Colombia, con cobertura en 22 departamentos, con programas virtuales del Instituto de Educación Virtual y a Distancia.

Una de sus sedes es la Rectoría Cundinamarca, allí se sitúa el Centro Regional Girardot, que actualmente oferta 2 programas técnicos profesionales y 7 profesionales, entre ellos el de Comunicación Social y Periodismo. El programa de Comunicación Social y Periodismo es uno de los programas profesionales, con registro calificado Res. 9128 del 11 de septiembre de 2016. El mismo, en el marco de la misión de UNIMINUTO, forma comunicadores sociales y periodistas con una sólida sustentación en procesos sociopolíticos y estrategias sociales de desarrollo para responder a las problemáticas y necesidades individuales, familiares y sociales, atendiendo así a la filosofía orientadora de la obra social Minuto de Dios, con la intención de contribuir en la construcción de una nación más justa, solidaria, democrática y participativa. (Sánchez, 2018)

De igual manera, el proyecto yace como una estrategia de la Política de Investigación del Sistema UNIMINUTO la cual, mediante la Resolución 1305 del 18 de septiembre de 2013, establece la creación de Semillero de Investigación bajo los programas ofertados, con el objetivo de aumentar los saberes adquiridos, conocer y trabajar las diferentes coyunturas sociales y aumentar la capacidad reflexiva de los estudiantes. Con base en lo anterior, los Semilleros de Investigación se convierten en un espacio de reflexión y aprendizaje para el

desarrollo praxeológico y sistemático UNIMINUTO que busca el desarrollo humano, integral y sostenible que constituyen una oportunidad para el estudiante de contribuir al posicionamiento de la profesión dentro de la comunidad científica y expandir la visión de la comunicación generando nuevo conocimiento.

Este proyecto es realizado dentro del semillero “SOMOS” de Comunicación Social y Periodismo el cual apunta a la comunicación y visibilización de las comunidades vulnerables, la mediación de problemas contemporáneos y el desarrollo tecnológico de la mano con la innovación social. Así el proyecto de investigación se desarrolla con los cesteros del municipio de Cundinamarca durante el periodo 2022-2 y 2023-1 fortaleciendo las competencias laborales de los mismos, a partir a partir del uso de nuevas tecnologías de comunicación e información (TIC) que permiten visibilizar el arte de tejer.

### **7.3 Marco Teórico**

La práctica cestería se ha producido dentro de un contexto local y se encuentra conformada por un sistema que integra recursos naturales que se convierte en expresiones materiales simbólicas y funcionales (producto artesanal), que fortalecen el patrimonio material como caracterizador diferencial del municipio y a la vez opera como una labor productiva y económica dentro del territorio, potenciando la identidad cultural de Tocaima como patrimonio inmaterial. Dentro de la producción se encuentra el valor al conocimiento que se ha ido perdiendo entre los habitantes evidenciando que en los últimos años la práctica de tejer ha ido disminuyendo. Además de ello, el arribo de las nuevas tecnologías donde todo se comercializa a través de internet por medio de plataformas digitales, lo que genera

desventajas de tipo comercial en los canales de distribución, ya que es una tarea difícil de realizar para los mismos artesanos.

Es por ello , que el presente proyecto enfatiza la teoría de la Comunicación y de la Información por medio de las nuevas tecnologías como dispositivo comunicacional que fomenta una página donde los cibernautas y posibles compradores adquieran los productos que le permitan a la población objeto de estudio consolidarse como una opción económica, y le permita tener una fuente de empleo; además de contribuir a la recuperación de la práctica cestería como práctica ancestral que potencia la identidad cultural y que caracterice la cestería como elemento diferenciador del territorio, a través de la visibilización cultural, entablando una relación que permita conservar los rasgos culturales locales con identidad propia elaborados con técnicas ancestrales y materias primas de la región, por lo que no es otro producto de consumo, generado en masa.

Sin embargo, es importante comprender las artesanías como identidad y proceso cultural de fabricación manual: “Las artesanías es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto, cuya elaboración se han transformado en materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales” (García y Ochoa, 2022). Con base en lo anterior, se busca plasmar la historia del municipio, el conocimiento y los símbolos que caracterizan a Tocaima, haciendo énfasis en los saberes y en la producción artesanal. La cestería y las prácticas artesanales que pertenecen al municipio, no se pueden alejar de la producción comercial, ni de la práctica artesanal o la identidad territorial. Por lo tanto, para entender el trabajo investigativo del proyecto en curso, es fundamental basarse en el objeto de estudio a través de los procesos culturales “El Arte del territorio, de la manualidad, de la

tradición y la creación, la artesanía es además un campo vivo para el fortalecimiento de las identidades culturales regionales y también para el desarrollo del turismo cultural.

Reconocer la calidad de las obras que hoy producen nuestros artesanos, apoyarlas y difundirlas es fundamental para darle el valor a esta disciplina que tiene y emana lo más profundo de nuestra tierra, corroborando la importancia que tiene la labor artesanal dentro de la identidad cultural y la memoria de la región [...]. (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio - Gobierno de Chile, 2014)

Podemos decir así, que no se puede desagregar la tradición cultural de los cesteros del municipio de Tocaima de los productos elaborados, dado que dentro de la producción se encuentra el valor al conocimiento, valor que pasa desapercibido que tiene un valor cultural y de identidad bastante amplio, puesto que es el saber ancestral del municipio, es el conocimiento que va de generación en generación y manteniendo vigente la cestería. Por lo tanto, para hablar de cultura, hay que hablar de los diferentes procesos y estudios culturales, es por ello por lo que es necesario traer a coalición la Escuela de Birmingham que buscaba poder identificar la relación de la cultura con la modernidad, gracias a los diferentes estudios surgieron diversos aspectos que han permitido entender no sólo los resultados de los procesos de la comunicación a través de la cultura, sino también entender qué se puede lograr a través de ella. En estos estudios el concepto de cultura lo relacionaban con lo mencionado por el punto de vista antropológico donde se defendía que este era el modo de vida completo de un pueblo.

Así, a través de dichos estudios se pudo entender los niveles culturales, es decir, el inicio, la mediación, la producción y por último la distribución y/o consumo con el que cuenta cada

espacio o producto cultural. Bajo la anterior observación, se entiende la necesidad de continuar con los procesos de visibilización y apropiación del territorio, lo que lleva a la territorialidad cultural. También, se identifica que la cultura es cambiante y permite la migración a plataformas digitales, sin dejar atrás la identidad cultural que los caracteriza. Es importante recalcar, que la cestería en Tocaima ha estado presente desde hace 70 años y se mantiene, reconociendo su huella histórica.

Entendiendo la importancia de los saberes y de la tradición cultural, la estrategia principal del proyecto es desarrollar la página web para los cesteros del municipio de Tocaima, donde se visibilice su valor cultural y se den a conocer sus productos. Es necesario mencionar, que los cesteros necesitan habilidades y conocimientos que le permitan fortalecer las competencias para el mundo laboral de manera que se les brinde la capacidad de efectuar transferencias electrónicas, manejo de la plataforma en la que se desarrolla la página web, actualización de contenidos, posibles quejas y reclamos, atención al cliente y habilidades comunicativas que les permitan trabajar en equipo, dado que están guiados como, un gran ejemplo de ello, es el acorde de precios de un mismo producto.

Lo anterior, se fundamenta por medio del campo de estudios interdisciplinar de la Comunicación y transdisciplinar que aborda, al mismo tiempo, las dimensiones teórico-prácticas de dos disciplinas recientemente agrupadas: la educación y la comunicación, precisamente la Educomunicación nace a mediados del siglo anterior como una propuesta transversal en la pedagogía que busca construir conocimiento apoyado en una colaboración activa de sus miembros que les permiten fortalecer aprendizajes de una manera dinámica, siempre basándose en una buena comunicación, en la cual debe existir interactividad. Su

concepto se atribuye a Mario Kaplún (1923-1998), que la desarrolló a iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

La llegada del Internet en los años 50 del siglo anterior y su desarrollo en el año 2000 ha significado que la información esté ahora en muchos sitios. En tiempos pasados la información se encontraba concentrada en repositorios y en la memoria de los cesteros, por ejemplo, en la actualidad este tipo de procesos históricos y culturales han penetrado las delgadas barreras del internet haciendo un mundo donde los contenidos estén a la mano. Hoy por hoy, los individuos se encuentran informados con las noticias de último minuto con una velocidad de vital importancia tanto en la vida cotidiana como en la empresarial, ya que permite ahorrar gastos y tiempo.

Es importante recalcar, que dar a conocer un sitio web, un producto, un servicio o una idea en internet no es fácil, ya que en la red existen más de ocho mil millones de páginas web. Sin embargo, existen herramientas promocionales, como la publicidad en internet, medios de comunicación masiva o los medios publicitarios clásicos, entre ellos, se encuentran los materiales impresos como los carteles, los folletos, los anuncios en medios o los suplementos de los periódicos. Aunque, se tiene que ser claro que el grupo de cesteros destinará los ingresos obtenidos para cubrir exclusivamente los gastos de carácter altruista y administrativo, y al fortalecimiento patrimonial; además de solventar su sustento diario y el de su núcleo familiar.

Ahora bien, para la construcción organizacional y las diferentes estrategias es necesario tener en cuenta que la cestería ha estado vigente desde 1950 y ha atravesado diferentes coyunturas; a pesar de ello, su vigencia se ha mantenido desde entonces demostrando su estructura sólida que la hace acreedora de ser la identidad cultural del municipio de Tocaima. Por tal motivo, la estrategia de sostenibilidad de la página web se basa en la comunicación estratégica, entendida como el plan global de comunicación que integra todas las áreas de la organización para que todo lo que se comunique a nivel interno y externo sea coherente con los lineamientos y valores de la organización. Pero, para la realización del E-Coomerce se tuvo en cuenta múltiples estrategias y teóricos para montar su estructura.

En ese orden de ideas la comunicación organizacional cuenta con dos herramientas de importancia como lo son:

- La comunicación interna: juntas efectuadas dentro de la organización para continuar con los objetivos propuestos. Además, mantener una relación óptima entre los colaboradores y cesteros con el objetivo de proveer comunicación asertiva, motivación laboral y unión para el sostenimiento interno. (Pizzolante, 2004)
- La comunicación externa: manejo de atención al cliente, producción de contenido para la página web, relaciones públicas con empresas y entes gubernamentales para pedidos masivos y mantener y perfeccionar la imagen corporativa de la organización. (Andrade, 2005)

La comunicación estratégica consiste en mantener la imagen de la organización, con objetividad analizando las necesidades del cliente sin perder la identidad que los caracteriza, atrapando los clientes potenciales. En otras funciones tenemos: “Coordinar y canalizar el plan o la estrategia de comunicación de la organización; gestionar acciones encaminadas a mejorar la imagen pública; potenciar, desarrollar y difundir la actividad de comunicación; conseguir que esta sea clara, veraz, transparente; mantener estrecha relación de colaboración con los medios y verificar y controlar la calidad e incidencias informativas y publicitarias de todas las acciones de comunicación”. (Fernández, 2022)

Para entablar las ventajas y los beneficios de las nuevas tecnologías, en una utilización y adecuación en las nuevas herramientas de la información, contribuiría a disminuir aspectos como la brecha digital, aumentando las cifras de usuarios que utilizan las TIC, como medio de comunicación moderno para el desarrollo de las actividades del E-Commerce.

Dentro de las funciones de las TIC, en la organización se destacan las siguientes:

- Acceso a la información de los productos y/o cotización. Regulación de costos. Deslocalización de la producción (centros de atención a clientes). Inclusión sin jerarquización de las ventas.

Organización:

- Extensión del mercado potencial (comercio electrónico). Innovación y desarrollo publicitario de la organización (Mejora de la imagen). Servicios y respuestas a las necesidades de los consumidores.

El presente proyecto se basa en aplicar las herramientas que las nuevas tecnologías brindan en la actualidad; para el desarrollo de la página web se utilizó la plataforma Wix.com, dado el fácil acceso que le permite a los cesteros crear y diseñar en un sitio web HTML5, a través de una herramienta didáctica que consiste en arrastrar y soltar, sin necesidad de tener conocimientos en áreas de programación web, Diseño Gráfico y Sistemas. Así, se cuenta con una multiplicidad de ideas que involucran a todo el personal que trabaja tanto al interior como al exterior de la organización, para ejercer este propósito de manera colectiva. Para así generar el E-Coomerce que genere la visibilización de la cestería hecha en el Camellón del Río en Tocaima, Cundinamarca, además de generar ganancias a raíz de las ventas que se realizarán a través de la página.

#### **7.4 Marco conceptual.**

En cuanto a la representación general de toda la información fundamentada que maneja este proyecto de investigación, se encuentran los siguientes conceptos:

**Artesanías:** Se vincula a la acción de producir y crear un objeto o una serie de objetos y que se constituye como una actividad, cuya cadena de valor contiene hitos relacionados al Patrimonio Cultural Inmaterial y Material, relacionados simbólicamente con el territorio y la construcción de identidad de la comunidad en la que se insertan (sea está a nivel local o nacional). (CNCA, 2011)

**Cestería:** Es el arte de tejer fibras para crear objetos utilizados para la creación de canastos que se dispone para el uso diario, el origen de la materia prima es vegetal, se da en el Camellón del Río, denominada Caña de Castilla. (Artesanías de Colombia, 1990)

**Cestero:** Persona que Teje Caña de Castilla con su mano por oficio y fabrica canastos de todos los tamaños y sus diferentes variaciones. (Cesteros de Tocaima)

**Ancestralidad:** El legado y la herencia tangible e intangible de la manifestación artesanal y de saberes de los cesteros del municipio de Tocaima, se remontan a 1950 tras la llegada de un migrante ecuatoriano que instruyó a los habitantes del Camellón del Río las técnicas de la cestería. (Artesanías de Colombia, 1990)

**Memoria histórica:** La Memoria Histórica es el cúmulo de experiencias de un pueblo (...) es el esfuerzo consciente de algunos grupos humanos por encontrarse con su pasado para conocer, explicar y valorar sucesos que conformaron la propia historia. Es así como identifica la pérdida de memoria histórica en el municipio de Tocaima a raíz del nulo interés de las nuevas generaciones en continuar la tradición de sus antepasados. (Min justicia, S.F)

**Territorio:** En aspectos sociopolíticos el territorio es un fenómeno geográfico donde el Estado ejerce su poder. Sin embargo, hay que entender el territorio como espacio de articulación para el desarrollo de las comunidades que se dosifica como identidad cultural. (Universidad Externado de Colombia, 2007)

**Comercio en Electrónico/ Línea:** Es el intercambio de flujos, traducido como la compra y ventas de productos a través de Internet. Consiste en crear un negocio en Internet, vender servicios o productos en línea, sin la necesidad de invertir en espacios físicos. Algunos ejemplos de negocios digitales son: cursos en línea, E-Commerce, blogs, marketing de afiliación, canales de YouTube y soluciones tecnológicas en general. (Hotmart,2018)

**Analfabetización digital:** Se les denomina a los individuos que desconocen el uso de las nuevas tecnologías, dado su ignorancia y falta de acceso que les impide el uso de dispositivos electrónicos inteligentes, desde el manejo del dispositivo y/software y el encendido hardware. (Icaza et al., 2019)

**Comunicación Estratégica:** En términos generales, la comunicación estratégica se entiende dentro de la comunicación empresarial y organizacional, pudiendo estar cercana a lo que se ha venido llamando comunicación integral o global, como forma de aglutinar las diferentes acciones de comunicación para la consecución de los objetivos estratégicos de la empresa. (Carillo,2014)

**E-Coomerce:** Es el acto transaccional donde se intercambian bienes o servicios a cambio de valores monetarios, pero todo esto, a través de la web. (Reynolds, 2001)

### 7.5 Marco legal.

Considerando las diferentes normas existentes que anexan e incluyen de manera directa aspectos relacionados con el comercio electrónico de compra y venta de bienes y servicios y la potenciación laboral, aparte de las normativas y artículos regidos por la Constitución Política de Colombia de 1991, se pretende dentro de este marco legal regir y respaldar el tema de estudio. Se presentarán a continuación las diferentes leyes y artículos abordados desde el contexto nacional y local:

- Constitución Política de Colombia:

Inicialmente se enfatiza que el Estado Colombiano se encuentra regido bajo la Constitución Política de 1991, allí se encuentra alojado el Artículo 72 que respalda el Patrimonio Cultural de la Nación bajo la protección del Estado. El patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional, pertenecen a la Nación y son inalienables, inembargables e imprescriptibles. La ley establecerá los mecanismos para adquirirlos cuando se encuentren en manos de particulares y reglamentará los derechos especiales que pudieran tener los grupos étnicos asentados en territorios de riqueza arqueológica. (Constitución Política de Colombia, 1991)

Además de ello, el Congreso de la República de Colombia decretó, en el Artículo 1°. Modificado por el artículo 4° modificada por la Ley 1185 de 2008. el cual quedará, así: Artículo 4. Integración del patrimonio cultural de la Nación, en el que se establece que el patrimonio cultural de la Nación está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones

inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico. (Min Cultura, 2008)

Así mismo, la Ley 1036 de 2007 (adopta la Convención de la Unesco para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial aprobada en Paris el 17 de octubre de 2003) adoptó la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, quinto instrumento normativo acogido por esta organización para la protección del patrimonio cultural con los siguientes objetivos: la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial; el respeto del patrimonio cultural inmaterial de las comunidades, grupos y personas; la sensibilización en el plano local, nacional e internacional sobre la importancia del patrimonio cultural inmaterial, y la cooperación y asistencia internacional para su salvaguardia. Colombia es Estado parte de la Convención, tras suscribirla y ratificarla mediante la Ley 1037 de 2006. Sin embargo, esta ley fue sancionada con a la Ley 1185 de 2008, que modifica la Ley General de Cultura que propone a la Ley 1185 de 2008, que modifica la Ley General de Cultura. (Min Cultura, S.F.)

En otro orden, Colombia ratifica que el trabajo remunerado es un derecho de los ciudadanos y cualquier colombiano es libre de hacerlo. Es por ello, que el Artículo 25

ratifica que el trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas. (Constitución Política de Colombia, 1991)

De igual manera, el Artículo 26 expresa que toda persona es libre de escoger profesión u oficio. La ley podrá exigir títulos de idoneidad. Las autoridades competentes inspeccionarán y vigilarán el ejercicio de las profesiones. Las ocupaciones, artes y oficios que no exijan formación académica son de libre ejercicio, salvo aquellas que impliquen un riesgo social. Las profesiones legalmente reconocidas pueden organizarse en colegios. La estructura interna y el funcionamiento de éstos deberán ser democráticos. La ley podrá asignarles funciones públicas y establecer los debidos controles.

De igual forma, el comercio electrónico también presenta su normatividad encontrándose regulado en Colombia por la Ley 527 de 1999 por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. Además, se cuenta con el Decreto 1929/2007 y Resolución No. 1446/2007 el cual dicta la regulación de la factura electrónica que procura la solución integral en el perfeccionamiento de las relaciones comerciales por medios electrónicos.

- Legislación Municipal

Los cesteros del municipio de Tocaima, aparte de encontrarse regidos por las normas y artículos nacionales presentes en la constitución política de Colombia, también hacen parte

de los decretos y planes de desarrollo municipales y regionales regidos por la gobernación de Cundinamarca y del municipio de Tocaima, es por ello por lo que se abordará el plan de desarrollo 2020 - 2023 donde se encuentra alojada la práctica cesterá como Patrimonio:

La Alcaldía del municipio de Tocaima, en su Plan de Desarrollo 2020-2023, plantea un Municipio con mayor sentido de pertenencia, líder en temática ambiental y de ordenamiento de su territorio, generando oportunidades de cambio y con mejor bienestar de vida. Consecuente con su identidad agropecuaria y turística, pero innovador y transformador por la tecnología, educación y juventud. Por su parte, el Patrimonio Inmaterial que se encuentra ubicado en el sector cultural, comprende las tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales y actos festivos, el conocimiento y prácticas sobre la naturaleza y el universo, y expresiones artísticas, entre otras, que continuamente se están recreando en la sociedad y reproduciéndose generacionalmente. En el municipio se han identificado en la actualidad dos atractivos que conforman el patrimonio inmaterial, tales como la preparación de la Gallina Tocaima como plato típico del municipio y la técnica de la cestería de tradición artesanal para el municipio. (Alcaldía de Tocaima, 2020)

Basándose en las leyes anteriores, se le permitirá al lector conocer los criterios o condiciones por parte del Estado Colombiano y el Palacio municipal de Tocaima, en cuanto al comercio electrónico y a la práctica cesterá a la que se someten los cesteros. Igualmente, hay que tener en cuenta que los Artículos, Normas y Leyes son para proteger la integridad y seguridad personal de todos los ciudadanos colombianos.

## **8. Estado del Arte (Antecedentes)**

Para la fundamentación de este proyecto, se realizó una compilación de resultados de otras investigaciones, tras surgir la necesidad de reconocer el objeto de estudio planteado de diferentes perspectivas estableciendo que se ha elaborado recientemente sobre la temática propuesta, las cuales tienen como fin brindar la visibilización de la cestería en Tocaima como identidad cultural del municipio y solventar la venta de productos , a través del E-Commerce ( Página web), llevado a cabo por los cesteros.

Para el desarrollo de la búsqueda fueron necesarias las indagaciones en bases de datos pertenecientes a la biblioteca Libby de la Universidad de Antioquia, la biblioteca Rafael García Herreros de la Universidad Minuto de Dios y las siguientes bases de datos: estas corresponden a Dialnet Plus, Biblioteca digital Scielo, Education Database (Proquest), Jstor, Scopus y Google Académico; en todas ellas se realizó la búsqueda teniendo en cuenta palabras clave, tales como: Práctica Cestería, Ancestralidad, , Comunicación Digital, Valor Cultural de la Cestería, Territorio, Memoria histórica, Ancestralidad. Identidad cultural, Cestería, Comercio electrónico, Artesanías, Migración digital, Sostenibilidad organizacional, entre otras. Al momento de realizar la búsqueda en los repositorios electrónicos y físicos ya mencionadas y registrar ( Migración digital, comercio electrónico y cultura) en la modalidad de Proyectos de Inversión y Monografías llevadas a cabo, los resultados eran múltiples, la variedad sobre emprendimientos micro empresariales y organizacionales, mostraban la realización de E-Commerce como aplicaciones para dispositivos móviles, Marketing digital aplicado en comunidades vulnerables o en artesanos de diferentes partes, tanto del país, como de América del Sur.

Es importante mencionar, que la búsqueda se sintetizó, además de descartar proyectos, a través de la opción “Búsqueda avanzada” y filtrando palabras específicas que acortaron y precisaron la investigación, se solicitó Comercio electrónico de artesanos, no comercio electrónico de marcas, de aplicaciones o de redes sociales y los operadores booleanos AND y NOT. Dicha lectura le permitió al investigador examinar los diferentes aspectos y circunstancias de contextos similares más no iguales en los diferentes proyectos de visibilización de la identidad cultural de un territorio, la puesta en marcha de bienes y servicios que se han venido desarrollando con múltiples comunidades dado el sentido de pertenencia.

Como resultado de este proceso se identifican cerca de 10 estudios direccionados al trabajo artesanal que se ha ido consolidando como un renglón económico que conecta la práctica ancestral con el mercado actual; sin embargo, para efectos de interés del presente estudio, se comienzan a descartar ya que en su mayoría hacen referencia a comercios electrónicos que dejan a un lado los saberes de las artesanías, aspecto que ha sido bastante estudiado en las diferentes plataformas web. Al finalizar el proceso fueron utilizados como referencia para el presente estudio 10 artículos divididos de la siguiente manera: 5 artículos internacionales y 5 nacionales que evalúan y/o analizan desde diversas perspectivas la migración de los artesanos y cesteros al comercio online: y por último la valoración del mercado global de las artesanías.

Una vez realizada la búsqueda, se hace énfasis en los estudios que soportan dentro del nicho de mercado la distribución y comercialización de productos artesanales alrededor del

mundo por medio de organizaciones operando principalmente en plataformas de internet, siendo estos portales los canales de distribución más populares entre los fabricantes.

Principalmente, se evidencian los artículos que tienen relación con Comercio Electrónico, Artesanías y la migración digital de los artesanos (En el contexto internacional y Nacional):

**En el contexto internacional:** En primer lugar, se referencia los criterios para la creación de una página web/aplicación que fundamenta una metodología para la inclusión económica de un grupo de artesanos en la ciudad de Guayaquil, Ecuador por (Cedeño & Suarez, 2016), cuyo objetivo fue “Determinar la incidencia del uso de un directorio comercial en un grupo de artesanos del sector textil de la ciudad de Guayaquil”. Utilizaron los métodos descriptivo y exploratorio. El método exploratorio se reflejó en el levantamiento de datos que se realizó entre un grupo de artesanos de Guayaquil, al no poseer datos históricos de respaldo. Cuantificar los datos obtenidos por medio de una encuesta para su correcta interpretación, lo que le dará un enfoque cuantitativo al estudio. Como resultado importante encontró la viabilidad de un directorio empresarial online que le permite a las empresas o industrias mostrar sus productos para una serie de potenciales clientes; los principales criterios de búsqueda con los que debe contar son el tipo de productos, el material del cual están hechos, el origen y el precio.

Seguidamente, como segundo estudio en Perú en la universidad Pontificia Universidad Católica del Perú, en el Departamento Académico de Ciencias Administrativas de Lima, (Duarte, 2010) realizó un estudio que tuvo como objetivo “La Economía digital, los sitios web y PYMES del sector de artesanías en el Perú.” El objetivo principal fue el rol de las Tics en la economía digital. Para comprobar la eficiencia en la utilización de sitios web, se

eligió de perumarketplaces.com una muestra y objeto de estudio de PYMES. Como principales resultados encontraron que las TIC y los sitios web son el mecanismo preferido por las empresas exportadoras de artesanías para difundir sus empresas y productos.

Además, las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) peruanas exportadoras de artesanías no utilizan eficientemente sus sitios web y no realizan un benchmarking de los sitios web de empresas de la industria que cuentan con mayores niveles de competitividad.

El tercer estudio encontrado es en Ecuador, denominado “Propuesta de comunicación digital para la comercialización de artesanías ecuatorianas” por (Cadena, 2018) que tuvo como objetivo “La creación de una estrategia de comunicación digital que permita la exposición de artesanías ecuatorianas en el mercado internacional”. Se pretende realizar un estudio basado en los enfoques cuantitativo y cualitativo, ambos son considerados como las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos.

(Roberto Hernández Sampieri, 2014) se obtuvieron resultados que mostraron una situación favorable para la creación de plataformas o canales digitales que muestre, oferte, visibilice, promocióne y venda sus productos únicos elaborados a mano, con materiales endémicos de las cuatro regiones de Ecuador. Según los resultados obtenidos, el comportamiento de los extranjeros frente a la oferta en línea de productos artesanales es favorable. Así mismo, en la búsqueda del cuarto estudio, se logra identificar que dentro de los resultados obtenido el país del Ecuador sobre sale entre las búsquedas a diferencia de otros países de habla hispana a raíz de su incremento comercial en artesanías y se evidencia con el siguiente artículo:

“Las artesanías en el contexto global” por María Leonor Aguilar que expone un análisis de las artesanías y los artesanos con el contexto actual que, al encontrarse inmerso en el mercado global, obliga a plantear una nueva mirada sobre la artesanía y concretamente; una mirada que incluya la heterogeneidad, el cambio constante, la movilidad y los efectos de los avances tecnológicos. Se encontró que la globalización del mercado basados en una concepción tradicional de la identidad, la cultura y las artesanías, chocan y se quiebran ante las contradicciones que generan los procesos culturales actuales. Además de la brusca tracción de los mercados tradicionales y/o presenciales a los mercados tecnológicos.

El quinto y último estudio dentro del apartado de estudios internacionales que soportan el presente proyecto, tenemos: “Industria Prada” en Andahuaylas, por Fredy Rodas Alarcón EN Perú, tuvo como punto de partida la necesidad de la organización de tratar de implementar nuevos modelos de negocio que estén acorde con las tendencias tecnológicas de vanguardia, premisa que sirvió para establecer el objetivo general del presente que es determinar el efecto en el proceso de comercialización a través del uso del comercio electrónico en la empresa Industrias Prada. Como recomendaciones nos dieron que la tienda virtual es un canal de venta más que necesariamente que necesita integrarse con la estrategia de marketing online para mejorar su actividad a través de internet y se sugiere una ejecución de táctica de marketing digital, Google AdWords, debido a que les permite a las empresas estar presente en los buscadores de Google y ser una de las primeras opciones ante la búsqueda de los usuarios.

**En el contexto nacional:** Para iniciar la historia de las artesanías y el mercado online no es reciente; sin embargo, las aportaciones son netamente comerciales dado las iniciativas que

tomaron auge. Cabe recalcar, que los estudios y proyectos tomados como referencia toman dos ejes centrales, la consolidación como un renglón económico que a su vez conecta la práctica ancestral con el mercado actual. Allí, surge Artesanías de Colombia que fue creada el 6 de mayo del año 1964, como una entidad estatal, cuyo objeto era promocionar y desarrollar todas las actividades económicas, sociales, educativas y culturales, necesarias para el progreso de los artesanos del país y de la industria artesanal. A 2020, Artesanías de Colombia (2020), en su Sistema de Información para la Artesanía – SIART, con motivo de la convocatoria para artesanos 2020, cuenta con un registro oficial de 4.525 artesanos registrados, procedentes de 380 municipios y 30 departamentos, sin embargo, se estima que la cifra sea mucho mayor (Artesanías de Colombia, 2020).

Por otro lado, como segundo estudio encontramos, el proyecto: “Creación de un producto digital para conectar al sector artesanal en Colombia” que se encontró elaborado por Daniela González Cuervo en la Universidad de los Andes, que tiene como objetivo principal: Crear un producto digital que permita a los artesanos colombianos conectar con clientes potenciales para vender sus productos de forma rápida y fácil, de tal forma que se impulse la transformación digital de sectores manufactureros tradicionales. Sus resultados es la creación de la plataforma web que integre el comercio local, la transformación digital y la diversidad de gustos donde artesanos colombianos pueden conectar con clientes potenciales para vender sus productos.

En tercera instancia, el proyecto de emprendimiento social de artesanías de Usme llamado “Emprendiendo por un mañana mejor con empleo digno y amor, por nuestras madres cabeza de hogar” elaborado por (Rodríguez et al., 2018) en el cual plantean la marginación

de la actividad cultural de la elaboración de artesanías colombianas en las zonas rurales del país y la existencia de un alto porcentaje de personas que dependen de esta labor. Se generó una investigación para analizar los principales factores de vulnerabilidad y crisis económica que presentaba la localidad de Usme – Bogotá, para así generar la propuesta de valor social con el objetivo principal de disminuir el desempleo con especial enfoque a madres cabezas de hogar. Con el propósito de desarrollar acciones operativas desde la elaboración de artesanías colombianas como un emprendimiento local y generar la comercialización de estos productos generando una entrada de ingresos a esta población.

Como cuarto estudio de artesanías y migración digital en el país se encontró: Siete Artesanos. un modelo E-Commerce sostenible para el gremio artesanal. Artesanías locales para un ecosistema digital universal, en Bogotá, Colombia que tuvo como objetivo desarrollar una página web a través de la marca Siete Artesanos, en donde se distribuyan productos artesanales para el uso en el hogar en ambientes como la cocina, estudio, habitación, jardines y demás espacios usados en el hogar, así mismo la venta de accesorios para hombres y mujeres. A través de una comunicación innovadora y disruptiva apoyada en fotografías, blogs, novedades y tendencias en decoración se quiere inspirar y motivar a los consumidores a la renovación de sus espacios y decoración. Como conclusiones quedaron que, para un desarrollo óptimo de un comercio electrónico, es indispensable contar con un servicio al cliente óptimo, que permita al usuario contar con un aliado para sus procesos de adquisición, así como el proceso anterior y posterior a este. Los resultados de ese proyecto son selección múltiple generada sobre el tipo de artesanías que les gustaría comprar en un ecosistema digital, la mayoría de las respuestas están enfocadas en productos de decoración para el hogar/oficina, seguido por artesanías tradicionales y artesanías indígenas como

complemento. Las siguientes preferencias son de tipo de iluminación, pinturas y mobiliario para el hogar.

Cómo quinta y última instancia el Afianzamiento del comercio electrónico en el sector de artesanías en departamento de Boyacá por (Barrero et al., 2022) en Boyacá, Colombia tuvo como objetivo afianzar el comercio electrónico en el sector de artesanías en el departamento de Boyacá con el fin de mejorar sus capacidades competitivas, para ello se requirió conocer las habilidades de los artesanos del departamento de Boyacá en cuanto a su procesos de comercialización a nivel regional y nacional. En sus conclusiones y resultados finales resaltaron la calidad de las artesanías, reconocidas tanto a nivel nacional como internacional por ese toque representativo y artístico de la región. Se identifican en un mayor porcentaje de comercialización que se da a nivel nacional y local, lo que demuestra la falta de preparación y conocimiento en cuanto a mercadeo, los pocos artesanos que utilizan comercio electrónico lo hacen a través del Facebook e Instagram para dar a conocer sus productos. Otro de los medios utilizados como vitrina de ventas son las ferias artesanales.

De esta manera, la información recopilada anteriormente contribuye a fortalecer las ideas del proyecto, ya que todos estos autores citados nos hablan y tratan temas como Comercio Electrónico, Artesanías, Identidad Cultural, entre otros. Todos estos temas juntos complementan la idea base que se tiene como propósito analizar en este proyecto. Lo anterior, permite tener a los lectores una experiencia virtual y actual que fomenta el comercio electrónico de artesanías, de esta manera se comparten contenidos simbólicos y autóctonos. A partir de los

antecedentes mencionados, es posible evidenciar que el contenido de las páginas web contribuye con la distribución artesanal y ofrecen las herramientas e información que hacen parte del mercado online.

## **9. METODOLOGÍA**

### **9.1 Método de Investigación**

El presente proyecto de investigación se está llevando a cabo, bajo un enfoque Mixto, el cual entremezcla los enfoques cualitativos y cuantitativos, que nos permiten tener una posición precisa de la población objeto de estudio, teniendo un mayor acercamiento al contemplar diversas fuentes y tipos de datos, contextos y formas de análisis. Por lo tanto, el fortalecimiento comercial de la práctica cesterá, como dispositivo de recuperación ancestral y lenguaje mediado por los tics en Tocaima, Cundinamarca, involucra la percepción de los cesteros del Camellón del Río en Tocaima, Cundinamarca. Precizando el enfoque, se implementó teniendo en cuenta las posibilidades de tener un mejor resultado, con datos de fundamentales y variados mediante una mejor exploración del problema estudiado. “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (Sampieri, 2006, pág. 109).

### **9.2 Tipología de la Investigación**

Por otra parte, “la investigación es descriptiva tiene como objetivo la descripción precisa del evento de estudio dado que se seleccionan las características puntuales de la población objeto

de estudio. Además, se utiliza con el fin de evaluar y analizar algunas características de los cesteros como población objeto de estudio, validando los patrones, como observador completo, puntualizando sus comportamientos que permiten establecer la estructura o el comportamiento del fenómeno, proporcionando información sistemática”. (Hurtado, 2012)

Según (Borderleau, 1987), bajo la investigación descriptiva, se responden a las preguntas: ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Dónde?, ¿Cuándo? Y ¿Cuántos?, se trabajan con uno o con varios eventos de estudio, pero su intención no es establecer relaciones de causalidad entre ellos. Los 21 cesteros del municipio de Tocaima son la población objeto de estudio que representan los saberes ancestrales y el patrimonio cultural del municipio de Tocaima, Cundinamarca. El proyecto de investigación se llevó a cabo durante el periodo 2022-2 y 2023-1, logrando identificar sus principales problemáticas y factores que los han afectado durante mucho tiempo. Aparte de conocer la memoria histórica que los ha representado durante décadas.

### **9.3 Población y Muestra**

**Población:** Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros". (Pineda et al., 1994:108)

La población objeto de estudio en esta investigación estuvo conformada por los cesteros del municipio de Tocaima. El número total de cesteros son 21, según el último reporte de actualización de datos llevado a cabo bajo la caracterización efectuada en el semestre 2022-

2; dicho número de cesteros representan el patrimonio cultural del municipio de Tocaima, convirtiéndose en uno de los representantes de artesanías del relieve cundinamarqués que ha tenido gran acogida en la región.

**Muestra:** Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros. La muestra es una parte representativa de la población (López, 2004). Para el presente estudio, se utiliza una muestra censal de 21 cesteros que se entrevistaron y encuestaron en el periodo 2022-2 y 2023-1.

#### **9.4 Proceso Metodológico**

Es por ello, que, para el desarrollo de la investigación, la metodología a aplicar está fundamentada por el autor, Arias Galicia Fernando, citado por Bernal (2010), en su libro Metodología de la investigación en su tercera edición; allí el autor propone 6 fases en el desarrollo que se encuentran en el apartado número 3 de este documento.

##### **9.4.1 1era Fase: Planteamiento del problema**

Está basado en la descripción de las problemáticas identificadas y abordadas durante el trabajo de campo y las revisiones bibliográficas realizadas en torno al problema objeto de estudio con los cesteros. Se sitúa en el capítulo número 4 de este proyecto.

#### 9.4.2 2da Fase: Planeación

Allí se establecen cada una de las actividades propias llevadas a cabo en el tiempo de la propuesta que se desarrollaron durante el proyecto en tres momentos:

**Primer momento:** Allí se efectúan las actividades enfocadas a la formulación del proyecto, que va desde la identificación de la problemática y cierra con las técnicas e instrumentos de investigación.

**Segundo momento:** Se analizan y ejecutan los objetivos del proyecto desde el Objetivo General hasta los Objetivos Específicos.

**Tercer y último momento:** Se recopila las conclusiones y recomendaciones de acuerdo con los resultados obtenidos. Lo anterior, es materializado a través del siguiente plan de acción.

**Tabla número 1 (Plan de Trabajo)**

PLAN DE TRABAJO			
PLANIFICACIÓN (Primer momento)			
<b>Objetivo General:</b> Analizar el valor cultural y económico de la práctica cesterá, como dispositivo de visibilización del patrimonio cultural inmaterial, en el municipio de Tocaima Cundinamarca.			
Actividad	Fecha de ejecución	Tipo de actividad	
		Virtual	Presencial
Responsables			

---

Idea de investigación (Identificación del problema)	23 de agosto de 2022	X		José René Santos Cediél
Tutoría con la docente encargada, con el fin de revisar los avances del proyecto	30 de agosto de 2022		X	José René Santos Cediél, María Otilia Pulecio Bazurto
Elaboración del Planteamiento del problema	7 de septiembre de 2022	X		José René Santos Cediél
Elaboración de justificaciones (Formativa, Social y Personal)	14 de septiembre de 2022	X		José René Santos Cediél

---

Tutoría con la docente encargada, con el fin de revisar los avances del proyecto	21 de septiembre de 2022		X	José René Santos Cediél, María Otilia Pulecio Bazurto
Diseño de Objetivo General y Específicos	28 de septiembre de 2022	X		José René Santos Cediél, María Otilia Pulecio Bazurto

Revisión bibliográfica y recopilación de información para la redacción del marco contextual, institucional y legal.	7 de octubre de 2022	X		José René Santos Cediél
Tutoría con la docente encargada, con el fin de revisar los avances del proyecto	14 de octubre de 2022		X	José René Santos Cediél, María Otilia Pulecio Bazurto
Revisión bibliográfica y recopilación de información para la redacción del marco teórico	21 de octubre de 2022	X		
Revisión bibliográfica y recopilación de información para la redacción del estado del arte	28 de octubre de 2022	X		José René Santos Cediél
Tutoría con la docente encargada, con el fin de revisar los avances del proyecto	4 de noviembre de 2022		X	José René Santos Cediél, María Otilia Pulecio Bazurto
Tutoría con la docente encargada, con el fin de revisar los avances del proyecto	15 de noviembre de 2022		X	José René Santos Cediél, María Otilia Pulecio Bazurto

Elaboración de la metodología	22 de noviembre de 2022	X	José René Santos Cediel
Diseño de técnicas de instrumentos de recolección de información	15 de febrero de 2023	X	José René Santos Cediel

Fuente: Elaboración propia

### Tabla número 2 (Plan de Trabajo)

#### PLAN DE TRABAJO

#### PLANIFICACIÓN (Segundo momento)

**Primer Objetivo General:** Analizar el valor cultural y económico de la práctica cesterá, como dispositivo de visibilización del patrimonio cultural inmaterial, en el municipio de Tocaima Cundinamarca.

**Objetivo Específico:** Identificar las condiciones socioeconómicas de los cesteros del municipio de Tocaima, obteniendo una visión integral de sus condiciones de vidas necesidades laborales y formas de vida.

Actividad	Fecha de ejecución	Tipo de actividad		Responsables
		Virtual	Presencial	
Reconocimiento del territorio. (Trabajo de campo)	30 de agosto de 2022	X		José René Santos Cediel, María Otilia Pulecio Bazurto

Caracterización de los cesteros del municipio de Tocaima, Cundinamarca.	6 de agosto de 2022	X	José René Santos Cediel, María Otilia Pulecio Bazurto
Rastreo bibliográfico y recopilación de la información sobre cestería en Tocaima.	13 de agosto de 2022	X	José René Santos Cediel
Reconocimiento de las problemáticas de los cesteros.	7 septiembre de 2022	X	José René Santos Cediel
Tutoría con la docente encargada, con el fin de revisar los avances del proyecto.	14 de septiembre de 2022	X	José René Santos Cediel, María Otilia Pulecio Bazurto
Socialización del proyecto con la comunidad objeto de estudio.	21 de septiembre de 2022	X	José René Santos Cediel, María Otilia Pulecio Bazurto

Fuente: Elaboración propia

### Tabla número 3 (Plan de Trabajo)

#### PLAN DE TRABAJO

#### PLANIFICACIÓN (Segundo momento)

**Objetivo General:** Analizar el valor cultural y económico de la práctica cestera, como dispositivo de visibilización del patrimonio cultural inmaterial, en el municipio de Tocaima Cundinamarca.

**Segundo Objetivo Específico:** Promover la práctica cesterá como herramienta productiva y cultural, a través del diseño de una estrategia de comunicación online (página web), como fuente de apertura a los mercados digitales.

Actividad	Fecha de ejecución	Tipo de actividad		Responsables
		Virtual	Presencial	
Rastreo bibliográfico en la web sobre cestería en Tocaima y en Colombia.	11 de marzo de 2023	X		José René Santos Cediel, María Otilia Pulecio Bazurto
Rastreo biográfico en la web sobre plataformas que permita la ejecución del esqueleto de la página web.	14 de marzo de 2023	X		José René Santos Cediel, María Otilia Pulecio Bazurto
Planeación de toma de fotografías.	18 de marzo de 2023	X		José René Santos Cediel María Otilia Pulecio Bazurto
Tutoría con la docente encargada, con el fin de revisar los avances del proyecto.	21 de marzo de 2023		X	José René Santos Cediel María Otilia Pulecio Bazurto
Realización de fichas técnicas para los perfiles de los cesteros en la página web.	24 de marzo de 2023		X	José René Santos Cediel

Ejecución de la página web denominada – El Rincón Cestero Tocaimuno-.	28 de marzo de 2023	X	José René Santos Cediel
Compra de hosting y dominio de la web	2 de mayo de 2023	X	José René Santos Cediel, María Otilia Pulecio Bazurto

Fuente: Elaboración propia

### Tabla número 3 (Plan de Trabajo)

**Objetivo General:** Generar un proceso de formación que le permita a la población cestera tocaimuna obtener conocimientos básicos en el uso de mercados en línea, incentivando la sostenibilidad del espacio web a manos de sus propios actores.

**Tercer Objetivo Específico:** Generar un proceso de formación que le permita a la población cestera tocaimuna obtener conocimientos básicos en el uso de mercados en línea, incentivando la sostenibilidad del espacio web a manos de sus propios actores.

Actividad	Fecha de ejecución	Tipo de actividad		Responsables
		Virtual	Presencial	
Estrategias en Redes Sociales y Creación de Contenidos Digitales los cesteros.	30 de marzo de 2023	X		José René Santos Cediel, María Otilia Pulecio Bazurto

Comunicación entre la docente tutora y el Parque Científico de Innovación Digital (PCIS).	3 de abril de 2023	X	José René Santos Cediel, María Otilia Pulecio Bazurto
Primera sesión.	21 de abril de 2023	X	José René Santos Cediel María Otilia Pulecio Bazurto Martha Liliana Herrera
Segunda sesión.	28 de abril de 2023	X	José René Santos Cediel María Otilia Pulecio Bazurto
Tercera sesión.	5 de mayo de 2023	X	José René Santos Cediel María Otilia Pulecio Bazurto Martha Liliana Herrera
Capacitación a las dos cesteras que quedarán a cargo del manejo técnico de la página web	1 de junio de 2023	X	José René Santos Cediel Martha Liliana Herrera
Entrega final del documento	14 de junio de 2023	X	José René Santos Cediel María Otilia Pulecio Bazurto

---

Fuente: Elaboración propia

### **9.4.3 3era Fase: Recopilación de la información**

Continuando con las etapas del proceso metodológico, la recopilación de información se dio a partir de las indagaciones efectuadas en los trabajos de campo, donde se trabajó con las fuentes primarias que se encuentran plasmadas en las páginas que contienen la descripción de las técnicas implementadas para la recolección de la información, junto al diseño de los instrumentos que va dirigido a los cesteros del municipio de Tocaima, Cundinamarca.

#### **9.4.3.1 Técnica de Recopilación de Información:**

##### **9.4.3.1.1 Encuesta:**

Según la RAE (Real Academia Española), la encuesta es un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan. Sin embargo, la encuesta como Técnica de Recopilación de Información según López (1998), es una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales. Las organizaciones contemporáneas, políticas, económicas o sociales, utilizan esta técnica como un instrumento indispensable para conocer el comportamiento de sus grupos de interés y tomar decisiones sobre ellos. Para fines de este proyecto se realizó una encuesta física a los cesteros del municipio de Tocaima conociendo sus condiciones de vida bajo los siguientes apartados: Datos Generales (Nombres y apellidos, número de habitantes en la vivienda,

número de familias por vivienda, si pertenecen a algún grupo de atención especial), ingresos económicos, condiciones socioeconómicas, condiciones de la vivienda, saneamiento básico, condiciones de salud y condiciones relacionadas con la cestería.

#### **9.4.3.1.2 Entrevistas Semiestructuradas:**

“La entrevista se define como "una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar". Es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación la semiestructurada por ser flexible, dinámica y no directiva. Asimismo, se puntualiza la manera de elaborar preguntas, se esboza la manera de interpretarla y sus ventajas”. (Díaz, 2013) Al igual, Sampiere nos habla que las entrevistas semiestructuradas se usan cuando el investigador sabe algo acerca del área de interés, por ejemplo, desde la revisión de la literatura, pero no lo suficiente como para responder las preguntas que se ha formulado. Para finalidad de este proyecto se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con la población objeto para extraer las categorías de análisis (Memoria y Territorio) relevantes y necesarias para la fundamentación a partir de las indagaciones efectuadas en los trabajos de campo efectuadas durante los periodos en los que se realiza el estudio.

#### **9.4.3.2 Método de Estandarización del Instrumento:**

El juicio de expertos es un método de validación útil para verificar la fiabilidad de una investigación que se define como “una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones” (Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008:29).

Para la validez y fiabilidad de esta monografía, se tendrán dos Pares Expertos que bajo su juicio de valor desde su área de conocimiento revisarán y calificarán el presente escrito bajo la modalidad del método de validación. Los dos conocen plenamente el proyecto macro: “Tejiendo Memorias Construyendo Territorio”. A través de la opinión informada por los expertos cualificados en éste, y que pueden dar y la información, evidencia, juicios y valoraciones para validar el presente trabajo. A continuación, el perfil de los Pares Expertos:

Par Experto, Cristian García Villalba, egresado de la Universidad del Tolima como comunicador social – periodista. Magister de Investigación en Comunicación y Opinión Pública de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Candidato a doctor de la Universidad Autónoma de Tlaxcala (México).

Par Experto, Cindy Mariana Ariza Rodríguez, comunicadora social - periodista, egresada de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede regional Girardot. Magister en Educación de la Universidad Autónoma del Caribe. Candidata a doctora de la Universidad de Ciencias Humanas de la Universidad Internacional.

El principio de la imparcialidad y el nulo sesgo caracterizan a los pares calificadores que, con su arduo y largo recorrido en la investigación, liderando semilleros, participando en eventos de investigación nacionales e internacionales, el gran trabajo de campo bajo los proyectos que se han evidenciado con el número de artículos y estudios publicados en su Google Académico y su reconocimiento en las citas de otras publicaciones de otros autores,

ponen el buen nombre de los jurados que revisarán y calificarán este proyecto bajo sus conceptos y supervisión de la Coordinación del programa.

### **9.4.3.3 Fuentes de Recopilación de Información**

#### **9.4.3.3.1 Fuentes primarias:**

Para la recopilación de la información, se tomaron dos muestras, la primera denominada como las fuentes primarias que fueron obtenidas a través de los datos y voces de los propios los cesteros del municipio de Tocaima que hacen parte del estudio y que fueron abordados en el periodo 2022-2 y 2023-1.

#### **9.4.3.3.2 Secundarias primarias:**

Se utilizaron los registros fotográficos de la Alcaldía Municipal de Tocaima y las publicaciones en la web (Páginas de la alcaldía y de historiadores), además de los relatos históricos por parte de los tocaimunos. Así hemos visto el avance que se ha tenido en materia de representación cultural como Patrimonio del Municipio.

### **9.4.4 4ta Fase: Procesamiento de Datos**

Dándole continuidad de las etapas del proceso metodológico, se realiza la presentación de los datos obtenidos por medio de la ejecución de los instrumentos en la recolección de datos, bajo el Procesamiento de Datos Cualitativos y Procesamiento de Datos Cuantitativos, dirigidos a los 21 cesteros del municipio de Tocaima.

## **9.5 Procesamiento de Datos Cualitativos:**

Realizado a partir de la entrevista semiestructurada que corresponden a la transcripción de entrevistas del proceso de investigación con los artesanos y/o cesteros del municipio de Tocaima. Dicha sistematización de información se realiza a través del Software AtlasTi en el que se identifican tres categorías emergentes, por un lado, aspectos relacionados con el trabajo colaborativo entre los artesanos, especialmente los del camellón del río, que en algunas ocasiones se han unido para realizar trabajos conjuntos, como proyectos promovidos desde la alcaldía municipal.

Por otro lado, se encontraron representaciones sobre el territorio, y es que además de que los artesanos asocian su municipio con la práctica de la cestería, también lo asocian con aspectos representativos de Tocaima:

- **Categoría: Memoria Ancestral**

### **Subcategoría: Transmisión de conocimiento ancestral**

1. Cuéntenos, acerca de la forma como aprende a partir de sus antepasados el arte de la cestería.
2. Cuéntenos, acerca de la forma en que usted pasa de generación en generación a sus familiares sus conocimientos en torno a la práctica, desde la forma oral en que lo hace, hasta las técnicas utilizadas por usted.
3. Qué ha representado para usted la cestería a lo largo de su vida.

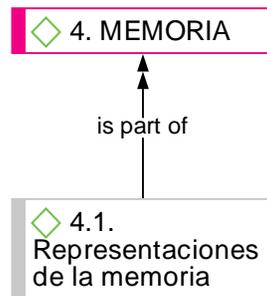


Figura 4. Categoría Memoria.

Otra de las categorías trabajada fue la referente a la *Memoria*, allí se encontraron representaciones de la memoria de los artesanos asociadas a la historia de su práctica y de su territorio, en donde estos presentaron testimonios de cómo recuerdan la cestería en tiempos pasados y su relación con la historia de Tocaima.

I: ¿Cómo la representa?, yo creo que, si nos remontamos 80 años atrás, cuando uno hablaba y mencionaba a Tocaima uno se imaginaba una Tocaima llena de canastos, donde tu andabas por las calles por la plaza siempre veías un canasto, entonces el canasto era la bolsa de plástico de entonces.

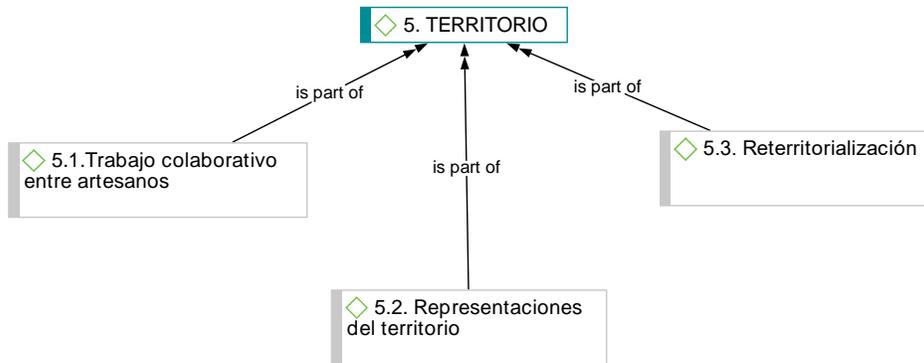
Lo anterior se articula con lo referente al *Territorio*, allí se encontraron tres categorías emergentes, por un lado, aspectos relacionados con el trabajo colaborativo entre los artesanos, especialmente los del camellón del río, que en algunas ocasiones se han unido para realizar trabajos conjuntos, como proyectos promovidos desde la alcaldía municipal.

Por otro lado, se encontraron representaciones sobre el territorio, y es que además de que los artesanos asocian su municipio con la práctica de la cestería, como el testimonio anterior, estos también lo asocian con aspectos representativos de Tocaima: “ah sí, mejor dicho, por decir las aguas medicinales, los pocitos azufrados, está también el gran poso medicinal y pues la gente viene mucho más que todo por eso y la tranquilidad”.

- **Categoría: Territorio**

**Subcategoría: Significado del Territorio**

1. Cuando piensa en Tocaima como territorio cestero, ¿Cuál son esos sentires que vienen a su memoria? ¿Cuáles eran esos principales lugares de encuentro, generados por ustedes como cesteros en torno a la práctica misma?
2. Cuando piensa en el Camellón del Río y las riberas del Río Bogotá. ¿Qué emociones y recuerdos pasan por su mente? ¿Qué significan estos espacios para usted como cestero?



Se encontraron testimonios asociados a prácticas de **desterritorialización**, especialmente, a proyectos promovidos desde la alcaldía municipal que buscan recordar la importancia de la cestería en el municipio y en los que los artesanos logran reconocer su valor:

Ahoritica volvió a coger fuerza, por la vaina de la gobernación cuando hicieron el árbol de navidad ese de canasto, de ahí volvió otra vez el canasto a salir porque nos hicieron un pedido bueno y el alcalde de aquí de Tocaima también hizo el árbol en eso, entonces aquí hubo mucha gente en este barrio más que todo trabajamos el canasto ahoritica y ahoritica de pronto seguimos en esa vaina haciéndolo pues porque con la ayuda de la alcaldía nos están colaborando y ayudando en eso.

(Artesano, Entrevista).

De otro lado, se encontraron algunas **Problemáticas** que atraviesan la realidad de esta población, siendo su principal **amenaza, la proliferación de los productos hechos en máquina** -como la producción de bolsas de plástico-, y que los artesanos encuentran bastante preocupantes:

”Pues por lo que es tan popular la vaina del canasto hoy, pues que ahoritica el material esta difícil y que la verdad pues el canasto aquí en Tocaima, pues se acabó o sea es muy raro ahorita el canasto como antes; usted antes hacia un canasto y enseguida lo vendía y ahorita no, usted hace un canasto y ahí se espera quien sabe cuánto porque eso se acabó, la vaina del canasto desde que salió la bolsa y salió el balde comenzaron con esas canastillas de sunchos hasta ahí fue que llegó el canasto, (Artesano, Entrevista).

**9.8.2 Procesamiento de Datos Cuantitativos:** Se generó a partir de la encuesta, a través de la caracterización llevada a cabo en el periodo 2022-2 con los cesteros del municipio de Tocaima, la cual permitió conocer sus condiciones de vida y su relación con la cestería.

## 1. DATOS GENERALES

### Rango de edades

Figura número No. 1

EDAD	FRECUENCIA	%
00 a 10 Años	11	14%
11 a 20 Años	17	20%
21 a 30 Años	8	12%
31 a 40 Años	5	6%

		70
41 a 50 Años	8	9%
51 a 60 Años	11	13%
61 a 70 Años	15	17%
71 a 80 Años	3	3%
81 a 90 Años	5	6%
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

De las 21 familias que se encuestaron para realizar esta actividad tiene este rango de edad como lo muestra el cuadro anterior donde predomina la edad de 11 a 20 años con 17 personas, 61 a 70 años con 15 personas, donde la edad menos predominante es la de 71 a 80 años con 3 personas, se observa que las 21 familias con 83 personas donde en cada vivienda viven más de una familia.

## 2. Identificación del sexo

**Figura No 2**

Sexo	Frecuencia	%
Masculino	7	33%
Femenino	14	67%
Total	21	100%

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Se logra evidenciar que el grupo más grande de las personas que se le realizaron la encuesta son de sexo femenino 14 personas con el 67%, aunque la diferencia es menor de los de sexo masculino 7 personas con el 33% para un porcentaje total del 100% con 21 personas que suman en la encuesta.

### 3. Número de familias que pertenecen a alguna organización comunitaria

**Figura No 3**

<b>¿Usted o su familia pertenecen a alguna organización comunitaria?</b>	<b>Número de cesteros</b>	<b>%</b>
Sí	9	43%
No	12	57%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Se observa en cuadro anterior que los cesteros que dijeron que pertenecen a alguna organización comunitaria No son 12 con un porcentaje del 57% y NO 9 familias con un porcentaje del 43%, en la cual loa que dijeron si pertenecen.

#### 4. Composición familiar

**Figura No 4**

<b>Rango de miembros en las familias</b>	<b>Número de miembros de familias cesteras</b>	<b>%</b>
1 a 3 personas	3	10%
4 a 6 personas	13	65%
7 a 9 personas	5	25%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Se identifica que, las familias de los cesteros están compuestas de la siguiente manera: de 1 y 3 personas en 3 familias, de 4 y 6 personas en 13 familias siendo el mayor porcentaje de 7 y 9 personas en 5 familias, teniendo en cuenta que ningún cestero del municipio de Tocaima tiene dentro de su núcleo familiar más de 9 personas, para un total de 91 familiares de los 21 cesteros

## 5. Número de familias por vivienda

**Figura No.5**

<b>Familias por vivienda</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
1 a 2	19	90%
3 a 4	2	10%
<b>Total</b>	21	100%

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Familias por vivienda de 1 a 2 familias por vivienda se tabulan 19 cesteros con un porcentaje del 90% y de 3 a 4 familias por vivienda se suman 2 con un porcentaje de 10% para un total de 21 familias.

## 6. Ocupación de los cesteros

**Figura No. 6**

<b>Ocupación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
------------------	-----------------	----------

1. Empleado	No se identifican personas desempleadas o con empleos activos formales.	0%
2. Trabajador independiente	15	71%
3. Ama de casa	4	19%
4. Jubilado o pensionado	1	5%
5. Desempleado	No se identifican personas desempleadas o con empleos activos formales.	0%
6. Estudiante	No se identifican personas desempleadas o con empleos activos formales.	0%
7. No aplica por edad	1	5%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

El mayor porcentaje de ocupación es trabajador independiente 15 personas el 71%, ama de casa con 4 personas con el 19%, desempleado con 0 personas con el 0% y empleado con 0 personas

con el 0% para un total de 21 personas con un porcentaje del 100%.

## 7. Tipo de afiliación

**Figura No. 7**

<b>Tipo de afiliación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
1. Contributivo	0	0%
2. Subsidiado	2	10%
3. Sisbén	18	85%
4. Ningún tipo de afiliación	1	5%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

El mayor porcentaje es Sisbén es mayoría 18 personas con el 85%, contributivo 0 personas con el 0%, subsidiado 2 personas con el 10% y ninguno el 0 con el 0 % para un total del 100% al no tener un sistema de seguridad social tener en cuenta que el Sisbén nos sirve para muchos servicios y afiliarnos a un subsidiado si no es contributivo.

## 8. Ayuda gubernamental

**Figura No. 8**

<b>¿Recibe algún tipo de ayuda gubernamental a través de sus programas?</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Familias en acción:	5	23%

		76
Ingreso Solidario:	2	9%
Programa de Apoyo a Cesteros:	1	5%
Tercera Edad	1	5%
Ninguna	12	58%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

De los 21 cesteros, 12 de ellos no reciben ayuda por parte del Gobierno Nacional y/o Municipal, siendo este apartado el mayor con 57%. 9 cesteros reciben ningún tipo de ayuda oficial por parte del Estado.

## 9. Nivel de escolaridad cesteros

**Figura No. 9**

Nivel de escolaridad	Cantidad	%
1. Ninguno	9	48%
2. Primaria incompleta	5	24%
3. Primaria completa	1	5%
4. Secundaria completa	1	0%

5. Técnica y/o tecnológica	2	9%
6. No aplica	3	14%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio

### 10. Nivel de escolaridad Cesteros y núcleo familiar

**Figura No. 10**

<b>Nivel de escolaridad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Ninguno	11	13%
Primaria completa	29	33%
Primaria incompleta	13	14%
Secundaria completa	14	15%
Secundaria incompleta	13	14%
Técnica o Tecnológica	3	3%
Universitaria	5	5%

No aplica	3	3%
<b>Total</b>	91	100%

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

En esta pregunta nivel de escolaridad se encontró que el mayor número de personas con primaria completa fue del 33% con 29 personas, primaria incompleta con el 14%, secundaria completa con el 15%, secundaria incompleta con el 14%, ninguno grado de escolaridad con el 13%, universitaria con el 5%, técnica o tecnológica con el 3%, no aplica por edad no escolaridad el 3% un porcentaje del 100% con 91 personas.

## 11. Forma de consumir los alimentos

**Figura No. 11**

<b>Cuando consumen los alimentos en su familia, lo hacen:</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Reunidos en familia	16	76%
Cada uno por separado	5	24%
<b>TOTAL</b>	21	100%

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

El porcentaje es mayor cuando consumen los alimentos como lo hacen: reunidos en familia 16 cesteros, y cada uno lo hace por separado 5 cesteros; solo se hizo la pregunta a la persona encuestada por vivienda.

## 12. ¿Cómo se toman las decisiones más importantes en su familia?

**Figura No. 11**

¿Cómo se tomas las decisiones más importantes en su familia?	CANTIDAD	%
Con dialogo	16	76%
Es decisión del padre	3	14%
Es decisión de la madre	1	5%
Otro	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Es importante ver que los encuestados las decisiones importantes en la familia son tomadas en dialogo en conjunto con la familia con un porcentaje de 76%, con 21 núcleos familiares encuestados.

### 13. ¿A qué dedica su familia en el tiempo libre?

**Figura No. 13**

¿A qué se dedica su familia en el tiempo libre?	Cantidad	%
Hacer reuniones familiares	6	28%
Paseos	4	20%
Practicar algún tipo de deporte	5	24%
Otro	6	28%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Se puede observar que la familia se dedica a reuniones familiares en su tiempo libre con un 28%, paseos con el 20%, practicar algún tipo de deporte 24 y otro 28% como: charlas, ver televisión, tiempo de ocio.

### 14. Las normas y reglas en la familia son propuestas por:

**Figura No. 14**

Las normas y reglas en la familia son propuestas por:	CANTIDA	%
Los abuelos	2	9%
Los padres	13	62%
Los hijos	3	14%

La familia extensa	2	10%
Personas ajenas a la Familia	1	5%
<b>TOTAL</b>	21	100%

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Los padres son los que proponen las normas y reglas en la familia con un porcentaje del 62% de las 21 personas encuestada por vivienda a diferencia de otros de los ítems.

### 15. Los miembros de la familia se encuentran satisfechos con la forma como se comunican

**TABLA No. 15**

Los miembros de la familia se encuentran satisfechos con la forma como se comunican	CANTIDAD	%
SI	18	86%
NO	3	14%
<b>TOTAL</b>	21	100%

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

En este punto los miembros de la familia se encuentran en su mayoría satisfechos con la forma como se comunican con un porcentaje del 86% de los 21 núcleos familiares.

**16. Los ingresos familiares son obtenidos principalmente a través de:**

**Figura No. 16**

<b>INGRESOS FAMILIARES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Trabajo Formal con prestaciones Sociales	4	19%
Trabajo Informal sin prestaciones Sociales	15	71%
Se paga Seguridad Social de manera independiente	2	10%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Aquí se puede identificar que el mayor porcentaje trabajan sin prestaciones sociales y se compara con la Figura No 6 donde el mayor porcentaje son desempleados y se contrasta con las problemáticas mencionadas en el presente proyecto.

**17. Los ingresos económicos de su familia oscilan entre:**

**Figura No. 17**

<b>Los ingresos económicos de su familia oscilan entre</b>		<b>%</b>
Menos de 1SMLV	19	90%

1SMLV	2	10%
2SMLV	0	
Entre 3 y 4 SMLV	0	
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

En la tabla se observa que, de 21 cesteros encuestados, EL 90% manifiesta que los ingresos económicos oscilan en menos de un salario mínimo.

### 18. Condiciones de vivienda

**Figura No 18**

<b>¿A que estrato pertenece esta vivienda?</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
1	17	81%
2	4	19%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Se puede evidenciar que el estrato más conducente es uno (1) con 17 personas encuestadas con un 81%, estrato 2 con 4 personas con un 19% de 21 persona encuestadas.

## 19. Propiedad de vivienda

**Figura No. 19**

La vivienda ocupada por este hogar es:	CANTIDAD	%
Propia, totalmente pagada	4	19%
Propia, la están pagando	1	5%
Familiar	10	48%
En arriendo	4	19%
Invasión	0	0%
En Proceso de Legalización	2	9%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Se observa en esta pregunta prevalece que la vivienda ocupada es familiar con 10 personas que le realizaron las encuestas con un porcentaje de 48%, en arriendo y propia totalmente pagada con un 19%, en proceso de legislación del 9% con 21 cesteros en total encuestados.

2

## 20. Cuál es el material en que está construida la Vivienda:

**TABLA No. 20**

¿Cuál es el material en que está construida la vivienda?	CANTIDAD	%
Ladrillo a la vista	7	33%
Cemento Terminada	5	24%

Obra Gris	3	14%
Lamina o Teja	3	14%
Esterilla	0	0%
Bareque	2	10%
Madera	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Se puede ver en este punto la vivienda ocupada la mayoría está construida en ladrillo a la vista con 7 viviendas, cemento terminado con 5, obra gris 3, esterilla, bareque 2, madera 1

## 21. Los servicios públicos con los que cuenta la vivienda son:

**Figura No. 21**

<b>Los servicios públicos con los que cuenta la vivienda son:</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Agua	7	33%
Luz	5	24%
Teléfono	3	14%
Lamina o Teja	3	14%
Internet	0	0%
TV cable	2	10%
Alcantarillado y aseo	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

En la tabla anterior se muestra que servicios públicos y cuantas viviendas lo tienen en sus viviendas donde ninguna vivienda tiene internet.

## 22. Condiciones de salud

**Figura No. 22**

<b>¿Ha purgado al niño(a) o niños(as) en el último año?:</b>	<b>CANTIDAD</b>
SI	3
NO	8

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

En esta pregunta los niños (as) han sido purgados en el último año, tan solo 3 y una sola vez; por otro lado, los que no han sido purgados son 8 y no aplica por la edad.

## 23. Condiciones relacionadas con la cestería

**Figura No. 23**

<b>¿Su actividad principal corresponde a la cestería?</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
---	-----------------	----------

Sí	9	43%
No	12	57%
<b>Total</b>	21	100%

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

El 43% de su actividad económica principal es la cestería y el 57% no, demostrando en primer lugar que un gran porcentaje tiene como principal fuente de ingreso la cestería siendo su sustento diario. Por el otro, la perdida comercial de los canastos que ha generado que 12 cesteros busquen alternativas para solventar su económica.

#### 24. ¿Participa de manera activa en los procesos de Capacitación Cestería?:

**Figura No. 24**

¿Participa de manera activa en los procesos de capacitación Cestería?	CANTIDAD
SI	13
NO	8
<b>TOTAL</b>	21

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Se observa que 13 personas participan de manera activa en los procesos de capacitación Cestera y 8 no lo hacen.

**25. ¿Le gustaría que la Comunidad Cestera se Organizara a través de una Institución Legal?:**

**Figura No. 25**

<b>¿Le gustaría que la comunidad Cestera se organizara a través de una Institución Legal?</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
SI	21	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados obtenidos en la Encuesta de Caracterización del estudio.

Se analiza esta pregunta que todas las personas encuestadas les gustaría que la comunidad Cestera se organizara a través de una institución legal 100%.

#### **9.4.5 5ta Fase: Análisis de resultados**

##### **9.4.5.1 Análisis de datos Cuantitativos (Encuesta)**

Siguiendo el orden metodológico dentro de las etapas, se realiza la interpretación de los datos obtenidos por medio de la ejecución instrumentos en la recolección de datos, dirigidos a los 21 cesteros del municipio de Tocaima, Cundinamarca. Los datos obtenidos serán procesados a través del sistema de traficación realizado en el programa estadístico

Excel y la Técnica de análisis de la información a utilizar será la Triangulación propuesta por Mayumi Okuda Benavides y Carlos Gómez-Restrepo (Benavides & Gómez, 2005). Los resultados arrojados en el instrumento (encuesta), realizada para el proyecto macro: “Tejiendo Memorias Construyendo Territorio” en el marco de uno de sus estudios; con dicha técnica, fue posible realizar el análisis y la interpretación de los datos, lo que permitió contrastar todas las teorías que sirvieron como base fundamental para esta investigación con los resultados obtenidos a través de las técnicas de recolección de información aplicadas a la población objeto de estudio, llegando finalmente a un análisis y descripción detallada del fenómeno encontrado.

Para iniciar, es importante resaltar que los cesteros del municipio de Tocaima se encuentran en un proceso de aprendizaje mancomunado que ha tenido gran acogida en la región. Gracias a esta investigación y a la gestión del proyecto “Tejiendo Memorias” a los compromisos adquiridos con y al diálogo constante con los artesanos fue posible lograr resultados que impactaron positivamente a esta comunidad. Fue posible generar conciencia acerca de la importancia de la comunicación al interior del grupo tanto a nivel externo como a nivel interno. El proyecto logró que los cesteros se sintieran interesados en estar actualizados sobre las nuevas tecnologías, la era digital y el manejo de redes sociales, como herramientas que les ayudarán a dar a conocer sus productos, así como generar sentido de pertenencia frente a la labor artesanal por parte de los habitantes del municipio de Tocaima. Las sesiones acompañadas sobre el uso de nuevas tecnologías y cultura digital les permitió obtener el conocimiento necesario para crear contenidos, que resolvieran los conflictos de la alfabetización digital, tales como la realización de sus perfiles o toma de fotografías.

No obstante, este proyecto de investigación permite conocer el contexto social y laboral de los cesteros del municipio de Tocaima, las necesidades y dificultades que a traviesan día tras día para la fabricación de los canastos. Por otro lado, es importante conocer las condiciones educativas en las que se encuentran, no saber leer, escribir o tener oratoria no impide que el comercio de artesanías y su esfuerzo romantizado sigan en pie. Por último, se identifica que sus bajos ingresos económicos y su gran núcleo familiar aumenta las necesidades básicas especialmente la de Salud, ya que el mayor número de encuestado no cuentan con atención inmediata o afiliación a un seguro, aparte de no tener chequeos por largo tiempo.

Para iniciar, es importante resaltar que los cesteros se catalogan como “trabajadores independientes”, dentro de la figura número 6 el mayor porcentaje de ocupación es trabajador independiente con 15 personas dando un resultado abrumador del 71%, continua en segunda instancia las amas de casa con 4 personas con un porcentaje del 19%, desempleado con 0 personas con el 0% y empleado con 0 personas con el 0% para un total de 21 personas con un porcentaje del 100%.

Según Artesanías de Colombia el 52.9% de los artesanos no se considera en condición de vulnerabilidad; sin embargo, el restante no posee condiciones de vida dignas y es que precisamente en Colombia hay más de 200.000 artesanos, según el último reporte Censal del DANE, que trabajan para mantener viva la tradición histórica de diferentes regiones y culturas de nuestro país. “Tan solo la actividad artesanal en el municipio de Apulo que se

ubica en el núcleo familiar del departamento de Cundinamarca y el municipio de Tocaima. Por lo general los padres y uno o dos hijos ejercen el oficio, el cual ha sido transmitido por una generación anterior”. Sobre un universo artesanal de 141 artesanos, se encuentra que los artesanos dedicados al oficio de la tejeduría y oriundos del municipio son 88,65%; de ellos, la proporción de población que se dedica por género al oficio es de 39% mujeres y 63,82% hombres. El nivel de escolaridad de los artesanos está en: 7,9% ningún nivel de escolaridad; 17,2% primaria incompleta; un 61,72% primaria básica; un 9,2% secundaria incompleta; y un 4,96% de secundaria completa. (SINIC, *S.F*)

Así mismo, la situación del municipio de Tocaima y sus hermanos fronterizos cómo Apulo y Girardot y con base en lo mencionado anteriormente, la vulneración y el olvido de la cestería ha generado la migración a la informalidad, es por ello:

“Muchos artesanos del país se han visto obligados a abandonar su actividad, no sólo por razones de seguridad, si no también por falta de apoyo para resolver los diversos problemas de orden productivos que enfrentan para lograr que su actividad se rentable”. (DNP, *S.F*)

Mencionado lo anterior, la falta de visibilización y la vulneración existente contribuyen a la perdida de la memoria historia y de la identidad cultural. Por otro lado, trayendo nuevamente los procesos pedagógicos y de aprendizaje en los que se encuentran los cesteros, contribuyen a la formación social y académica, en aspectos económicos, de venta y atención al cliente. En la tabla número 24, se observa que 12 personas participan de

manera activa y son constantes en las reuniones y capacitaciones que se llevan a cabo y 7 no lo hacen, esa tercera parte durante las encuestas y las visitas al Camellón del Río, afirmaban que las sesiones no eran el me hoyo, el lío recae en las oportunidades y la salida de los productos. El Departamento Nacional de Planeación (DNP, *S.F*), nos dice que “El artesano por décadas ha enfrentado problemas graves como: Falta de organización, de herramientas y utensilios básicos, baja calidad y diseño de sus productos, dificultades para la comercialización, consecución de materias primas, etc.”

Y es que precisamente cada uno de los integrantes de los cesteros del municipio de Tocaima no son precisamente de la cabecera central, veredas y caseríos cercanos son la realidad de ellos. Enfatizamos que el Camellón del Río es la cuna de los grandes tejedores del municipio, pero de los 21 cesteros tan solo un 30% viven allí, otros residen a 1, 2 o 3 horas de las entradas principales de Tocaima, a pie o en cicla afrontando lluvias y temperatura de hasta 39° centígrados para poder llegar a las capacitaciones, reuniones o ferias municipales para poder distribuir sus productos, por desgracias muchas veces llegan a destiempo y su larga caminata fue en vano.

#### **9.4.5. 2. Análisis de Datos Cualitativos (Entrevista semiestructurada)**

A partir de la ejecución del instrumento (Entrevista semiestructurada), la cual se les realizó a los 21 cesteros del municipio de Tocaima, de manera que fueron participes de forma voluntaria. De acuerdo con los resultados obtenidos para los cesteros del municipio de Tocaima requieren mayor apoyo y refuerzo en sus condiciones de vida que se relacionan con las necesidades básicas bajo las políticas públicas del ser humano: Salud, Educación y

Vivienda, además del desconocimiento comercial de la cestería. Y, por último, el abandono y precariedad en los que se encuentran sus familiares. En cada categoría se discriminó la información respondiendo a los indicadores aportados por la población objeto:

**Memoria:** Se encontró pérdida de la memoria histórica y representaciones de los artesanos asociadas a la historia de su práctica y de su territorio, en donde estos presentaron testimonios de cómo recuerdan la cestería en tiempos pasados y su relación con la historia de Tocaima.

**Territorio:** Se encontraron testimonios asociados a prácticas de desterritorialización, especialmente, a proyectos promovidos desde la alcaldía municipal que buscan recordar la importancia de la cestería en el municipio y en los que los artesanos logran reconocer su valor, el territorio es memoria y los cesteros lo recuerdan con nostalgia: el Camellón del Río, la Plaza de Mercado y el Río Bogotá son los lugares emblemáticos del municipio de Tocaima y de los cesteros, allí nace, se hace y se venden los canastos.

Para hablar de territorio se tiene que revisar diversas aristas, así como pensar y organizar varios elementos para acercarse a un concepto que está en constante evolución y se apega al bagaje de suelo físico, pues en esencia, el territorio es un constructo que acompaña al sujeto y que guarda una influencia trascendental en todos los procesos que a este atañen.

Generalmente, el territorio se ha asociado a la ubicación geográfica de un sitio, ligado también al establecimiento de relaciones de poder en las comunidades y en el Estado propiamente dicho. Sin embargo, hablar de territorio con base en esta concepción es

reducirlo y limitarlo, desconociendo, además, otras dimensiones como la cultural, la ambiental, la sociológica, la económica y la antropológica que lo caracterizan. Dentro de las múltiples y similares definiciones se resalta que, para disciplinas como la geografía, el territorio es el espacio de gobernanza, en el cual los gobiernos desarrollan su gestión (Fernández, 2012) y para la psicología, el territorio se vincula con la identidad personal construida por el individuo y que al final lo lleva a construir también su identidad social. (Gaviria & Ríos, 2020)

Por otro lado, el territorio definido como un objeto tangible se convierte en un espacio construido social e históricamente, que vincula los procesos económicos, políticos (bajo la figura paterna del estado) y culturales. También, se organiza con base en las relaciones que establecen quienes lo habitan, relaciones que, en muchas ocasiones, lo configuran y le dan sentido e identidad. (Gaviria, 2020) Entonces, el territorio es un concepto construido, creado a priori por una comunidad que busca ser materializado según las condiciones históricas y sociales, apoyadas por las emociones (Vergara, 2012). Al vincular el aspecto emocional y simbólico, se entiende que el territorio no puede ser concebido como un constructo finalizado y estático que se encuentra en *stand-by*, dado que este componente, forjado en las relaciones de las personas entre ellas y con el territorio, delimita una mirada amplia, cambiante y relevante a la hora de aproximarse a su definición. (Castaño, et al., 2021)

No obstante, para hablar de territorio se tiene que acoger un concepto semiótico, juntar la comunicación, cultura y territorio, según Humberto Eco, hablar de cultura es hablar de

semiótica y la carga sensorial y el valor cultura que tiene el territorio se caracteriza por las prácticas ancestrales. [...] “La apropiación física y simbólica del territorio (territorialidad) conlleva a entender una serie de características estructurales y reticulares que están integradas a dinámicas y procesos multidimensionales y pluridimensionales desde “interrelaciones, procesos y dinámicas, donde lo geográfico y ecológico, lo económico, lo social, lo cultural y lo político” se estudian como características “indivisibles y en interacción, lo mismo que sus niveles, ámbitos y escalas”. (Sosa, 2012, p. 3). Por tal razón, es pertinente tener en la cuenta que, para estudiar la dimensión cultural del territorio se debe hacer un acercamiento a la manera en que la práctica artesanal es conducente a una serie de relaciones sociales que se tejen a partir de la apropiación y representación del territorio en su densidad simbólica.” (García, et al., 2022)

Dicho lo anterior, el valor ancestral y cultural de la Plaza de Mercado y el Camellón del Río cómo patrimonio cultura y simbólico de los cesteros y los habitantes pertenecientes al municipio de Tocaima va más allá de un espacio físico y se incorpora como un elemento caracterizador que representa la cultura y la tradición. No obstante, se busca el realce de la cestería a través del mercado digital para visibilizar y generar ventas entorno a la producción artesanal, dado el bajo flujo que se presenta, es así como se buscar e implementar estrategias que refuercen las competencias y conocimientos del mercado, facilitando su inmersión a la etapa productiva, además, se debe tener en cuenta la importancia de no desagregar la importancia de la identidad cultural del municipio.

#### **9.4.5.3 6ta Fase: Comunicación de resultados y solución de un problema**

Con respecto al segundo objetivo específico del presente proyecto de investigación, se plantea Promover la práctica cesterá como herramienta productiva y cultural, a través del diseño de una estrategia de comunicación online (página web), como fuente de apertura a los mercados digitales que contribuya como solución al problema planteado que le permitirá a los cesteros del municipio de Tocaima visibilizar la cestería y vender sus productos a través del contenido histórico, patrimonial y de productos encontrados allí. De manera, que cuentan con el acceso desde cualquier parte donde se encuentre el cesterero. Para la estructura y orden, se tomó como fundamentación metodológica al autor por Jesse James Garrett desde “la Experiencia de Usuario” que se basa en una estructura fundamental que disecciona los elementos imprescindibles y necesarios para construir y generar una completa y correcta experiencia de usuario. Su Iceberg se encuentra estructurado de la siguiente manera:

- 1. La Estrategia:** La estrategia es uno de los elementos más importantes. Es el primer elemento y en el que se definen los objetivos de todos los involucrados en el desarrollo del producto digital. Es imprescindible tener bien identificados a todos los Stakeholders que participan en el desarrollo del producto, necesidades y objetivos. (Uxables,2021)

Para fines de este proyecto, tras la recopilación de datos por medio de la Entrevista semiestructurada y el Cuestionario bajo el método Mixto, se identificó la necesidad de la creación de una página a través de un E-Commerce para la visibilización y fomentación de ventas de los canastos elaborados por los cesteros del municipio de Tocaima. Las partes

interesadas en la iniciativa se desplegó desde el autor del presente proyecto para la presentación y validación de la monografía, el proyecto marco: “Tejiendo Memorias Construyendo Territorio” y el gobierno municipal tras el realcé del patrimonio material e identidad cultural de Tocaima. Así los 21 cesteros que hacen parte del proceso investigativo y de ellos 19, cuya participación ha sido en cada una de las fases del proyecto y que culminará hasta el momento en que se evalúe el mismo y que se encuentran alojados en la página web

## **2. Alcance**

En este segundo elemento es imprescindible tener una buena comunicación con cada parte involucrada en el producto. Consiste en tener en cuenta qué se quiere hacer para definir el alcance y si satisfacer los objetivos de los usuarios y de la empresa. La forma de identificar las especificaciones funcionales del producto debe de ser positiva, específica y objetiva. Los requerimientos de contenido también son definidos en este punto, para tenerlos en cuenta al realizar el diseño y definir la arquitectura de información. (Uxables,2021)

## **3. Estructura**

En este elemento es donde se define el flujo de la interacción, comportamiento y reacciones de los componentes. Es el punto en el que se define la AI o Arquitectura de Información. El diseño de interacción comprende la identificación de las opciones involucradas dentro del cumplimiento de ciertas tareas y objetivos. La AI o Arquitectura de Información,

comprenden la identificación y organización de opciones involucradas en el momento de proporcionar información correcta a los usuarios del producto. (Uxables,2021)

Dentro de las funciones para la creación de la página web se distribuyó las funciones acordé a los tiempos y periodos disponibles, los cesteros recibieron capacitaciones por parte de PCIS en Redes Sociales y manejo de plataformas de pago. El autor del proyecto ejecutó la creación de a web en HTML5 creando así el esqueleto con los contenidos distribuidos. Por otro parte, la docente del programa de Comunicación Social y Periodismo, Martha Liliana Herrera Gutiérrez le dio forma y diseño profesional, además de convertirlo en E-Commerce. También, la docente Otilia Pulecio Bazurto gestionó con el proyecto macro: “Tejiendo Memorias Construyendo Territorio” los fondos para la compra del hosting.

#### **4. Esqueleto**

Según Uxables (2021) este cuarto elemento es donde se diseña la interfaz gráfica de la navegación y como se colocarán los componentes (botones, pestañas, textos, enlaces, formularios, etc.). Para ello, se organizó la información a criterio profesional e importancia de cada uno de los contenidos que proporcionaron los cesteros y es importante recalcar que desde la creación de logos hasta los apartados que muestran la historia de la cestería fue base de la información suministrada por los cesteros.

**Logo:**



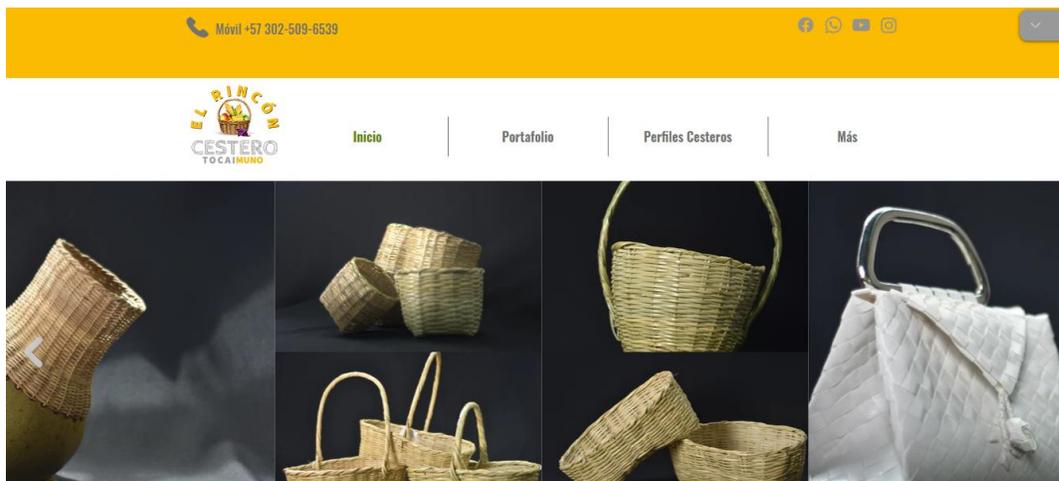
Se encuentra inspirado en las costumbres y tradiciones del municipio de Tocaima; la siembra, el turismo y la cestería son los principales pilares para el crecimiento y desarrollo del municipio. Sus características y nombre han sido propuestos por los cesteros, representan la tradición y territorio, sus colores contrastan con la bandera de Tocaima. Por otro lado, frases como: “Manos que tejen historias”, descripción de productos y sucesos que se alojan en los apartados, como lo es la “Historia” que se encuentran en la página web, son extraídos de las entrevistas a los cesteros y propuesto por los cesteros que contribuyeron y propusieron para la creación del E-Commerce.

## **5. Superficie**

Es el quinto y último elemento. Es el punto o fase en la que una vez que se ha comprobado y aprobado el flujo de interacción y la distribución de los componentes dentro de la interfaz, se realiza de manera más profunda y visual cada sección en cada pantalla del producto digital. (Uxables,2021) Se distribuyó por apartados donde cada uno de ellos cuentan con información de autoría del presente proyecto y se manejó acorde a la necesidad

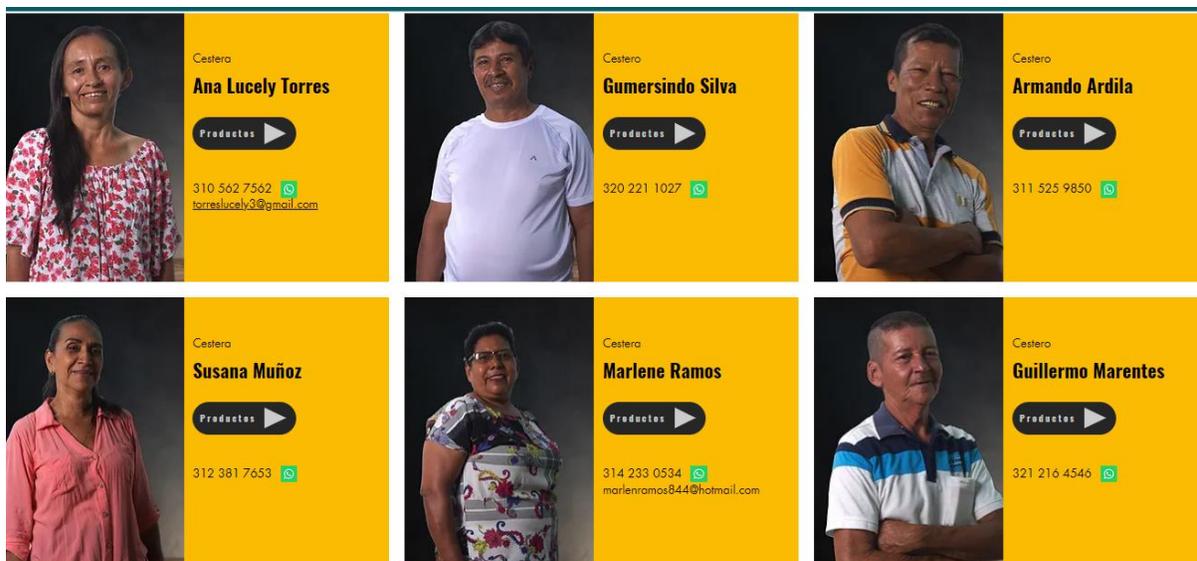
de visualizar la cestería y promocionar los productos. Los colores y la tipología de letra se utilizaron según la bandera de Tocaima sin dejar atrás el diseño profesional.

- **Imagen n°1: pantallazo del banner principal de la página web -El rincón cesteros tocaimuno”.**



**Fuente: Elaboración propia**

**Imagen n°2: pantallazo de los perfiles de los cesteros**



## 10. Proceso de formación a la población cestera

Cómo tercer objetivo: Generar un proceso de formación que le permita a la población cestera tocaimuna obtener conocimientos básicos en el uso de mercados en línea, incentivando la sostenibilidad del espacio web a manos de sus propios actores. Se llevó a cabo 4 sesiones acompañadas por el Parque Científico de Innovación Social (PCIS) de UNIMINUTO Rectoría Cundinamarca, donde se capacitaron a los cesteros en las diferentes plataformas que utilizaran cuando la página web entre en ejecución, se despejó el tercer objetivo: “Generar un proceso de formación que le permita a la población cestera tocaimuna obtener conocimientos básicos en el uso de mercados en línea, incentivando la sostenibilidad del espacio web a manos de sus propios actores.”

Además de abordar diversos formatos audiovisuales, entre ellos los podcasts, los videos y las fotografías como herramientas que utilizaran a futuro para alimentar el contenido de la

página web. A su vez, se estará llevando a cabo el pilotaje del E-Coomerce en aspectos administrativos, como el funcionamiento de cada uno de los apartados y el hosting.

Aparte de instruir a dos cesteras escogidas por la población en manejo de páginas web, diseño web y manejo de contenidos para que se hagan cargo del “Rincón cestero tocaimuno” y sigan capacitando a futuros cesteros que se unan al grupo y a las nuevas generaciones que entrarían en el proyecto, dicho proceso se llevó con Luisa y Adriana, dos cesteras que al igual que los 21 cesteros ya no se denominan analfabetas digitales; las sesiones de capacitación se llevaron en dos momentos: el primero, fue de creación de conocimiento, dando un tour por la interfaz de acceso de la página , explicándoles como es el proceso de acceso y hablándoles de cada uno de los submenús alojados en el editor del E-Coomerce. El segundo momento fue de práctica, allí las cesteras manejaron la página bajo supervisión y simulacros donde manejaron de manera efectiva cada sesión del sitio.

## **11. Conclusiones**

La rapidez con la que la tecnología avanza es cada vez mayor. Nuevas formas de hacer comercio han remplazado a las tradicionales y han ido tomando un gran espacio en el mercado de hoy en día. La primera sección describe conceptos generales de un sitio web, sus tipos, y requerimientos de creación. Además, se especifica bajo qué situación se encuentran los mercados que intervienen, en relación con el comercio electrónico.

(Urigüen, 2019)

A partir de esta investigación, se pudo evidenciar, la importancia de implementar estrategias tecnológicas novedosas que faciliten la inmersión al mundo digital de esta manera fortalece las competencias de los cesteros del municipio de Tocaima. Dentro de la información recopilada y según lo manifestado por el acercamiento a los actores de la investigación, se destacan las siguientes percepciones resultado del análisis de los datos mencionados:

- ✓ Los cesteros del municipio de Tocaima aluden que no cuentan con las suficientes competencias profesionales para llevar a cabo las ventas.
- ✓ Se evidenció la necesidad de enriquecer contenidos, recursos y herramientas teórico-metodológicas en la web, teniendo en cuenta la percepción que tienen los cesteros.
- ✓ Se identificaron que las temáticas en la que los cesteros consideran que deben tener un mayor fortalecimiento, son: herramientas digitales.

12. Anexos

Anexo N° 1: Capacitaciones PCIS

UNIMINUTO		REGISTRO DE ASISTENCIA Y CAPACITACIÓN			VERSIÓN: 4.0
Control de Registros					CÓDIGO: FR-CA-PSC-01
Fecha:					FECHA: 13-may-2015
Hora:		Abnt - Mañ		Sitio: Nivelab - Tocuma	
Convoca/Área:		8.00 am		Duración del Evento: 4 Horas	
Tema:		Proyecto Cestero - Tocuma y Estrategia al FARE			
Objetivo:		Capacitación en nuevas DBO Poles y producción de datos			
Objetivo: Fortalecer las competencias digitales de la población Cestero					
Asistente	Cargo/Área	E-mail	Teléfono/Extensión	Firma	
1 Guzmán de Silva	Cestero		3202211091	<i>Guzmán de Silva</i>	
2 M. Graciela Castro	CESTERO		3262211021	<i>M. Graciela Castro</i>	
3 Marlen Rivas	CESTERO		314233053	<i>Marlen Rivas</i>	
4 Adriana Gorum	Cestero		3123645005	<i>Adriana Gorum</i>	
5 Julia Lopez	Cestero		3227135969	<i>Julia Lopez</i>	
6 Martha Herrera	Dpto. C/DOC		3164646225	<i>Martha Herrera</i>	
7 José Santos Cediel	Estudiante C/OC		3715632463	<i>José Santos Cediel</i>	
8 Marilu Jimenez Rodriguez	Cestero	marjimenezrodriguez@gmail.com	3202316654	<i>Marilu Jimenez R</i>	
9 Luis Javier Hernandez Vazquez	PCIS	luis.hernandez.vazquez@uniminto.edu.co	5017422144	<i>Luis Hernandez</i>	
10 Gabriela Otárola	PCIS	gabriel.otarola@uniminto.edu.co	3188497135	<i>Gabriela Otárola</i>	
11 Othelup Veliz	Dpto de TRS-CCSO	maria.pelaez@uniminto.edu.co	3132144287	<i>Othelup Veliz</i>	
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					

Anexo N° 2: Capacitaciones PICIS

UNIMINUTO		REGISTRO DE ASISTENCIA Y CAPACITACIÓN		VERSIÓN: 4.0
Control de Registros		Duración del Evento:		CÓDIGO: FR-CA-PCG-01
Fecha:		Sitio:		FECHA: 13-may-2015
Hora:		Abril - mayo		Viceld - Tocana
Convoca/Área:		2.00 a.m		4 Horas
Tema:		Proyecto Cestera Tocana y Estrategia el FARE		
Objetivo:		Redes Sociales y Producción de Contenido en el FARE		
Fortalecer los Procesos digitales del municipio Cestera				
Asistente	Cargo/Área	E-mail	Teléfono/Extensión	Firma
1 Adriana Guzman	Cestera			
2 Ana Lucely Torres	Cestera	mariaagu21728@gmail	312365500	Adriana Guzman
3 Julia López	Cestera		3105627862	Julia Torres
4 <del>Marta Ramos</del>	<del>Cestera</del>		3227135968	<del>Marta Ramos</del>
5 <del>Dora Marina Fandi</del>	<del>Cestera</del>		3142330534	<del>Dora Marina Fandi</del>
6 <del>Alvaro Castro</del>	<del>Cestera</del>	Mari	3102587401	<del>Alvaro Castro</del>
7 Luis A Contreras	Cestera		3202211021	Luis A Contreras
8 Guillermo Marentes	Cestera		3152134627	Guillermo Marentes
9 Marilú Jiménez Rodríguez	Cestera	marlujimenezrodriguez@gmail.com	321264500	Marilú Jiménez R.
10 Guzmaraín de Silva	Cestera		3202316654	Guzmaraín de Silva
11 Luisa Fernanda Niño Torres	Cestera - Tocana	luisa12310mi@gmail.com	3202211021	Luisa Niño Torres
12 Gabriela Chalca	Cestera FARE	gabrielchalca@gmail.com	32125137469	Gabriela Chalca
13 Ottavia Pineda	Proceso Trabajo FARE	ottaviapineda@unim	318849708	Ottavia Pineda
14 Johan Andrés Ortiz R.	Cestera FARE	johandortizr@gmail.com	3132184287	Johan Ortiz R.
15 Martha Henao	Derechos CSOC	marthahenao@unim	3103939162	Martha Henao
16 Luis Javier Hernández Vargas	Profesional de TIC y COT	luis.hernandez.vargas@unim	3164665275	Luis Hernández Vargas
17				
18				
19				
20				
21				
22				

Anexo N° 3: Capacitaciones PCIS

UNIMINUTO		REGISTRO DE ASISTENCIA Y CAPACITACIÓN			VERSIÓN: 4.0
Control de Registros					CÓDIGO: FR-CA-PSC-01
Fecha:					FECHA: 13-may-2015
Hora:		Sitio:		Duración del Evento:	
8:00 am		Vitelab - Tocame		4 Horas	
Tema:					
Proyecto Cestera y Faja de Redes Sociales y producción de contenido multimedia					
Objetivo:					
Fomentar las competencias digitales de los Cesteros					
Asistente	Cargo/Área	E-mail	Teléfono/Extensión	Firma	
1 Susana Trinidad Muñoz	Cesteros	MUNOZSUSANATrinidad@gmail.com	312391253	Susana Muñoz	
2 Luis Hernández	Cesteros	luis.hernandez.bernal@gmail.com	312320210	Luis Hernández	
3 Luz Marina Ramos V.	Cesteros	luzmarina62@gmail.com	3122597491	Luz Marina Ramos V.	
4 María Jimenez Rodriguez	Cesteros	marilu363@gmail.com	3122311654	María Jimenez R.	
5 José Olave S.C.	Cestero	joselolave@gmail.com	31443938	José Olave S.C.	
6 Guillermo Marantes	Cestero	guillemarantes59@gmail.com	312164546	Guillermo Marantes	
7 Adriana Gómez	Cestero	AdrianaGomez12263@gmail.com	312364500	Adriana Gómez	
8 Marden Ramos	Cesteros	MardenRamos@gmail.com	314731052	Marden Ramos	
9 Ana Luceli	Cesteros	ana.luceli@gmail.com	3105697564	Ana Luceli	
10 Guineada Silva	Cesteros		3102911021	Guineada Silva	
11 Ana Adelina Suspe P.	Cesteros		3174134383	Ana Adelina Suspe P.	
12 Alejandra Castro	Cesteros en Ventas		3202211021	Alejandra Castro	
13 José Pedro Salas	Estudiante	jose.pedro.salas@uniminuto.edu.co	3175121167	José Pedro Salas	
14 Johan Ortiz R.	Gestor PCIS	johan.ortiz.recamanda@gmail.com	3103997653	Johan Ortiz R.	
15 Otilia Pizarro	Docente Círculo de Proyectos	otilia.pizarro@uniminuto.edu.co	312245287	Otilia Pizarro	
16 Gabriela Chelara	Cesteros PCIS	Gabriela.Chelara@uniminuto.edu.co	3185797188	Gabriela Chelara	
17 Luis Javier Domínguez	Restor PCIS	Luis.Javier.Domínguez@uniminuto.edu.co	517202010	Luis Javier Domínguez	
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					

**Anexo N° 4: Encuesta***Cesteros en el Municipio de Tocaima – Cundinamarca*

Respetado Participante: La Corporación Universitaria Minuto de Dios y la Alcaldía de Tocaima, lo invita a participar de la elaboración del instrumento, denominado “Caracterización de las Condiciones Socioeconómicas de la Población Cesterera del Municipio de Tocaima”.

**I. DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO**

Nombres y Apellidos: \_\_\_\_\_  
Sexo: Masculino ( ) Femenino ( ) Otro ( )  
Edad: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_ Barrio: \_\_\_\_\_  
Teléfono: \_\_\_\_\_  
Usted o su familia, pertenecen a alguna Organización Comunitaria: Si ( ) No ( )  
Cuál: \_\_\_\_\_  
Cuántas personas viven en la vivienda: \_\_\_\_\_  
Cuántas familias viven en la vivienda: \_\_\_\_\_  
Pertenece a algún grupo de atención especial: Desplazado ( ) Afrodescendiente ( ) Indígena ( )

**Anexo N° 5: Ficha Técnica cesteros**

Ficha técnica para perfiles de la página web 'El rincón cestero Tocaimuno'.	
Nombre	Seodre Patricia Avdila
Edad	40 años 25 de octubre de 1987
Perfil laboral	Bisutería: Arcos, Pulseras anillos y Peiniche
Semblanza	Hace comercio por Internet
Correo electrónico	luisceodrecontreras@gmail.com
Celular/WhatsApp	3208747384
Foto	

## Anexo N° 6: Autorización de imagen

**AUTORIZACIÓN DE USO DE DERECHOS DE IMAGEN SOBRE FOTOGRAFÍAS Y FIJACIONES AUDIOVISUALES (VIDEOS) Y DE PROPIEDAD INTELECTUAL OTORGADO A LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS- UNIMINUTO**

Yo, Jose Jesus Olaveria identificado(a) con \_\_\_\_\_ número 13.816.214 expedida en \_\_\_\_\_, en mi calidad de persona natural, por medio del presente documento otorgo autorización expresa del uso de los derechos de imagen que me reconocen la Constitución, la ley y demás normas concordantes a la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - UNIMINUTO. La autorización se registrará por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes:

**CLÁUSULAS**

**PRIMERA.- Autorización y objeto.** Mediante el presente instrumento autorizo a la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - UNIMINUTO mis derechos de imagen para que haga el uso y tratamiento de incluirlos sobre fotografías; procedimientos análogos a la fotografía; producciones Audiovisuales (Videos); así como los derechos patrimoniales de autor (Reproducción, Comunicación Pública, Transformación y Distribución); los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

**SEGUNDA.- Alcance de la autorización.** La presente autorización de uso se otorga de conformidad con las normas internacionales que sobre Propiedad Intelectual sean aplicables, así como bajo las normas vigentes en Colombia, para ser utilizada en formato o soporte material en ediciones impresas, y se extiende a la utilización en medio electrónico, óptico, magnético, en redes (Intranet e Internet), mensajes de datos o similares y en general para cualquier medio o soporte conocido o por conocer en el futuro. La publicación podrá efectuarse de manera directa o a través de un tercero que se designe para tal fin.

**TERCERA.- Territorio y exclusividad.** Los derechos aquí autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna. De igual forma la autorización de uso aquí establecida no implicará exclusividad, por lo que me reservo el derecho de otorgar autorizaciones de uso similares en los mismos términos en favor de terceros.

**CUARTA.- Derechos morales.** La Autorización de los derechos antes mencionados no implica la cesión de los derechos morales sobre los mismos por cuanto en conformidad con lo establecido en el artículo 6 Bis del Convenio de Berna para la protección de las obras literarias, artísticas y científicas; artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, estos derechos son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. Por lo tanto, los mencionados derechos seguirán radicados en cabeza mía.

**QUINTA.-** La presente autorización se realiza a Título Gratuito, por lo que no se genera ningún tipo de remuneración, vínculo laboral, ni obligación pecuniaria alguna entre las partes.

**SEXTA.-** La Corporación Universitaria Minuto de Dios se compromete a dar siempre el crédito al titular en los materiales impresos y digitales que se publiquen, cuando lo amerite.

**SÉPTIMA.- Autorización de tratamiento de datos Personales.** Autorizo de manera previa, explícita, inequívoca e informada a la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS- UNIMINUTO para que recolecte, trate y transfiera mis datos personales derivados de la relación contractual, por el tiempo que sea necesario para alcanzar dicha finalidad o el máximo legal permitido. Esta autorización comprende la información suministrada verbalmente, por escrito, toma fotográfica y/o videos o utilice las fotografías y procedimientos análogos a la fotografía, o producción Audiovisual (Video), o por cualquier medio, teniendo en cuenta lo siguiente:

**Anexo N° 7: Reunión Casa de la cultura, Tocaima, Cundinamarca**



## Referencias

Cámara de comercio electrónico. El E-Commerce en Colombia está en ascenso, sus proyecciones para cierre de año son positivas. Octubre 11, 2022.  
<https://www.ccce.org.co/noticias/el-ecommerce-en-colombia-esta-en-ascenso-sus-proyecciones-para-cierre-de-ano-son-positivas/#:~:text=De%20acuerdo%20con%20cifras%20de,al%20segundo%20trimestre%20de%202021.>

Dios, C. U. (2015). Investigación. Obtenido de líneas de investigación:  
<http://www.uniminuto.edu/educacion-transformacion-social-e-innovacion>

UNIMINUTO. (s.f.). Historia. Obtenido de <http://www.uniminuto.edu/historia>

UNIMINUTO. (2010). Egresados. Obtenido de Egresados:  
[https://l.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fwww.uniminuto.edu%2Fweb%2Fbogotasur%2Fegresados&h=ATMohEyBIgIasdeVifFdIkkqSmJ83pf5ppTi49K8aFJe3uEeyIfFSaEYlaEAcQQiPovBHdWGWwy1ke6H8EJ5Gf6qAmX8ro22fHm1rHYZSBTs8O\\_UZttJ89FMB5\\_Mg0sjiXp e9GSWjw](https://l.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fwww.uniminuto.edu%2Fweb%2Fbogotasur%2Fegresados&h=ATMohEyBIgIasdeVifFdIkkqSmJ83pf5ppTi49K8aFJe3uEeyIfFSaEYlaEAcQQiPovBHdWGWwy1ke6H8EJ5Gf6qAmX8ro22fHm1rHYZSBTs8O_UZttJ89FMB5_Mg0sjiXp e9GSWjw)

BURBANO, Erizado Carvajal. Teoría y Práctica de la Sistematización de Experiencias.  
 Editorial Anivelé. 2004 p. 56

FERNÁNDEZ, Martin. Sistemas de información. 1995. México. Consultado el 5 de febrero de 2022). Disponible en internet: <http://es.scribd.com/doc/31314119/Comunicacion-Organizacional>.

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. El quehacer profesional. México. 2022. Obtenido de [https://www3.politicas.unam.mx/orientacionvocacional/?page\\_id=75#:~:text=El%20quehacer%20profesional%20consiste%20en,profundizaci%C3%B3n%20de%20los%20conocimientos%20adquiridos.](https://www3.politicas.unam.mx/orientacionvocacional/?page_id=75#:~:text=El%20quehacer%20profesional%20consiste%20en,profundizaci%C3%B3n%20de%20los%20conocimientos%20adquiridos.)

Pineda, D. P. (2014). Aprende en línea. Obtenido de Universidad de Antioquia: <http://aprendeonline.udea.edu.co/boa/contenidos.php/cee1c4c4045aded3a9cecfbcdaf9d8db/144/1/contenido/>

J4 pro. (n.d.). Ley de comercio electrónico en Colombia: ¡Todo lo que tienes que saber! Retrieved from J4 pro: <https://j4pro.com/ley-de-comercio-electronico-en-colombia#:~:text=La%20Ley%20527%20de%201999, firma%20aut%C3%B3grafa%20y%20firma%20electr%C3%B3nica.&text=Esta%20Ley%20ambi%C3%A9n%20es%20la,competentes%20para%20realizar%20esta%20certificaci%C3%B3n.45>

Mafra, É. (2018, octubre 30). Funciones del departamento de mercadotecnia para conocer y aplicar. Retrieved from rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/funciones-deldepartamentodemercadotecnia/#:~:text=El%20departamento%20de%20Marketing%20de,Esta%20es%20su%20funci%C3%B3n%20principal.&text=El%20objetivo%20del%20departamento%20de,las%20ventas%20y%20los%20ingresos.>

Universidad de Guayaquil, Cedeño & Suarez. 2016. "Identificación de los criterios para la creación de una página web/aplicación de directorio comercial electrónico para la inclusión económica de un grupo de artesanos en la ciudad de Guayaquil" Guayaquil, Ecuador. Disponible en internet <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20202/1/TESIS%20SU%C3%81REZ%20CEDE%C3%91O%20FINAL%20%286%20JUN%202017%29-2%20%20ULTIMA%20CORRECCI%C3%93N.pdf>

Duarte Cueva, F., (2010). Economía digital, sitios web y PYMES del sector artesanías en el Perú. *Contabilidad y Negocios*, 5 (9), 76-84.

Cadena Chila, E. L. (2018). Propuesta de comunicación digital para la comercialización de artesanías ecuatorianas.

Artesanías de Colombia. (11 de marzo de 2020). Resultados de la convocatoria para artesanos 2020. Sistema de Información para la Artesanía - SIART. Recuperado de: [https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/resultados-de-la-convocatoria-para-artesanos-2020\\_14010](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/resultados-de-la-convocatoria-para-artesanos-2020_14010)

Rodríguez, C., Suárez, C., Torres, M., López, Y., & Efraín, H. (2020). Proyecto De Emprendimiento Social - Artesanías De Usme: “Emprendiendo Por Un Mañana Mejor Con Empleo Digno Y Amor, Por Nuestras Madres Cabeza De Hogar”. 41. Retrieved from <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/36052/ylopezpen.pdf?sequence=3 &isAllowed=y>

Alcaldía de Tocaima. (2020). Plan de Desarrollo 2020-2023 (p. 133). Tocaima, Cundinamarca: Anónimo.

Ministerio de Justicia colombiano. ( S.F) Qué es – Archivo de la Memoria de los Derechos Humanos.<https://memoriahistorica.minjusticia.gob.cl/memoria-historica-que-es/#:~:text=%E2%80%9CLa%20Memoria%20Hist%C3%B3rica%20es%20el,que%20conformaron%20la%20propia%20historia.>

Constitución política de Colombia 1991. Fecha de revisión 15 de febrero de 2023. Artículo 4, 25 y 26. Sacado de:

<https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2001/0219.pdf>

Ministerio de Cultura colombiano. (2008) Patrimonio cultural.

<https://www.icanh.gov.co/?idcategoria=2091>

Flores, M., (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Revista Opera*, (7), 35-54.

Artesanías de Colombia. Cestería tradicional de Tocaima y Apulo Cundinamarca. 1990.

<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/6409>

Corporación Autónoma Regional (CAR). Curtiembre en Chocontá contaminando al río Bogotá. 2019. Bogotá, Colombia. <http://siriobogota.car.gov.co/noticias/detalle/169>

Icaza, Daniel & Campoverde-Jiménez, Gerardo & Arias-Reyes, Pablo. (2019). El analfabetismo tecnológico o digital. *Polo del Conocimiento*. 4. 393. 10.23857/pc.v4i2.922.

Carrillo Durán, M. V. (2014). La comunicación estratégica y sus profesionales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 5(2), 22-46. Disponible en <http://mediterranea-comunicacion.org/>. DOI 10.14198/MEDCOM2014.5.2.04.

El Comercio Electrónico. (S.F.) <https://www.eumed.net/ce/2012/mgq.html>

Urigüen María & Cordero Merchán, Urgilés Daniel. (2019). Propuesta de aplicación de una plataforma de comercio electrónico para la internalización de artesanías tradicionales del Azuay hacia la Unión Europea. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8807>

González Cuervo, D. (2021). Creación de un producto digital para conectar al sector artesanal en Colombia. Universidad de los Andes.

Aguilar G., María Leonor. (2010). Las Artesanías en el contexto global. Cuenca, Ecuador.

<http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/1559>

Rodas Alarcón, F. (2017). Efecto del comercio electrónico en el proceso de comercialización de artesanías en la empresa Industrias Prada. <https://hdl.handle.net/20.500.14168/265>

Mejía, P., & Alejandro, E. A. (2021). Siete Artesanos.

Un modelo E-Commerce sostenible para el gremio artesanal. Artesanías locales para un ecosistema digital universal. <https://hdl.handle.net/20.500.12962/902>

Mejoramiento de la competitividad del sector artesanal de la población Vulnerable del país – apd atención a la población desplazada.

Puerto Asís, Putumayo. (S.F) [https://spi.dnp.gov.co/anexos/201007/201007-1191000210000-11-08-2010\\_03.50.35\\_p.m.-APD.pdf](https://spi.dnp.gov.co/anexos/201007/201007-1191000210000-11-08-2010_03.50.35_p.m.-APD.pdf)

García Villalba, C., Ariza Rodríguez, C., Osuna Zabaleta, J. M. (2022). La dimensión cultural del territorio: un trabajo con comunidades vulnerables. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(S1), 510-516. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2661/2612>

Org.co. Recuperado el 2 de mayo de 2023, de <http://scielo.org.co/pdf/rgdo/v19n2/2256-3202-rgdo-19-02-201.pdf>

Lura Márquez y Daniel Serrano. (2017). DIAGNÓSTICO DEL SECTOR ARTESANAL EN COLOMBIA Resultados del Levantamiento de Información realizado por Artesanías de Colombia entre 2014-2016. Repositorio: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/4102/1/INST-D%202017.%2041.pdf>

Sistema de Información Cultural (SINIC9). (S.F). Colombia Cultural Artesanal.

<https://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=25&COLTEM=21>