

**ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE
AU MONTRÉAL**

Artisanat Colombien comme produit autochtone de la Colombie au Montréal

María Camila CAMARGO ROMERO

Yulieth Paola DE LA HOZ BELEÑO

Présenté en vue d'obtenir

LE DIPLÔME DE PROFESSIONNEL EN LANGUES MODERNES

Sous la direction de

Angélica CASALLAS BAUTISTA

Langues Modernes

Université ECCI

Bogota, Colombie

Juillet, 2016

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

Résumé

Ce projet est pour faire connaître le travail autochtone, original et d'une qualité fait par les artisans colombiens qui représentent la culture de notre pays, on étudie sur moi dans différentes fontaines où l'importance des artisanats est serrée.

Nous décidons faire ce projet parce que nous voulons spécialement faire connaître la partie culturelle de la Colombie celle des régions de la côte Atlantique, Boyacá et Antioquia à cause de que ce sont les régions les plus culturelles du pays ; et le Canada a été choisi parce que c'est un pays multiculturel ou arrivent spécialement grand quantité d'étrangers de la Colombie ; et voilà qu'il plaît grand quantité aux Canadiens maintenir les traditions et l'identité culturelle.

Les objectifs principaux de ce travail sont d'identifier les accessoires préférés comme bracelets, les colliers, les sacs à dos par les citoyens du Montréal pour savoir des produits vont exporter cette ville, de plus ces artisanats seront exhibés dans unes boutiques artisanales placées dans la ville du Montréal, à cause que c'est l'une des villes les plus touristiques canadien.

Mots clés: Artisanats, culturelle, exportation, autochtone.

**ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE
AU MONTRÉAL**

Table de matières

CHAPITRE 1	5
Introduction	5
Introduction à l'étude.....	5
Énoncé du problème	5
Justification de l'importance du problème	7
Question de recherche	9
Objectifs.....	9
□ Objectif général	9
□ Objectif spécifiques	9
CHAPITRE 2	10
Cadre théorique et état de l'art	10
Introduction au chapitre.....	10
Cadre théorique.....	10
Neuromarketing	10
Artisanats	11
Exportation.....	11
Autochtone.....	12
État de l'art	12
CHAPITRE 3	16
Conception de la recherche	16
Introduction au chapitre.....	16
Type d'étude	16
Contexte.....	17
Participants	18
CHAPITRE 4	19
Conclusions	19
Introduction au chapitre.....	19
Comparaison notre travail de recherche avec les études précédentes	19

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE

AU MONTRÉAL

Importance de notre travail de recherche20
Limites de l'étude20
Projections de la recherche20
Références21

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

CHAPITRE 1

Introduction

Introduction à l'étude

Notre stratégie est sur faire positionnement des artisans colombiens au Canada, la ville de Montréal avec l'objectif de faire connaître le travail des artisans colombiens dans ce pays, montrer les robes et les accessoires typique de la région de la Côte Atlantique Colombienne, Antioquia et Boyacá.

Ce projet est sur montrer la culture colombienne et des artisanats, nous allons faire contact avec entreprises au Canada pour faire la distribution de ce produit sera vendu dans des boutiques artisanaux situé au Montréal. Nous allons faire affaires avec ces entreprises pour qu'elles soient intermédiaires avec notre produit.

Énoncé du problème

L'article *Logros y Limitaciones del Multiculturalismo Canadiense de la Asociación de Revistas Culturales de España* affirme que le Canada est défini comme terre d'origines raciales, nationales et ethniques et voilà qu'il a été doté des lois qui provoquent l'égalité et la participation des minorités, dans ce cas seraient les immigrantes qui arrivent au Canada à chercher un meilleur avenir, de plus il permet qu'il y ait un échange culturel entre les citoyens canadiens et les

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

étrangers ce qui permet que la culture du Canada soit dilatée et des nouvelles sont connues comme la colombienne. (Helly, 2007)

La Colombie et Canada ont signé un traité de libre-échange qui a commencé à avoir une validité à partir du 15 Août 2011, où les produits colombiens qui seront exportés au Canada sont: dans le garde-manger comme sucre, fleurs, cacao, céréales, textiles; dans le secteur agro industrielle des fruits, les légumes ; dans le secteur une construction brique, un sable, etc. et des objets de vêtements comme des vêtements juveniles, sportifs, intérieurs, des articles en cuir et des vêtements de bain, (Colombia y Canadá: libre comercio para más desarrollo, 2011), en tenant en compte que dans le traité signé les produits artisanaux ne sont pas contemplés cela permet qu'un nouveau marché soit ouvert, celui qui serait de l'exportation de produits artisanaux colombiens à la ville de Montréal, au Canada, pour faire connaître la Colombie au moyen d'une partie de sa culture qui sont des artisanats.

Beaucoup de personnes bien que vivre dans autre pays, en l'occurrence Canada, ils n'oublient pas son identité culturelle, cela fait qu'il a un plus grand intérêt par les produits ethniques, artisanal et des traditions artistiques de son pays de l'origine, lesquels sont aussi criardes pour les personnes du Canada. Cela fait qu'un marché international est ouvert sur des artisanats colombiens qui représentent la culture des régions au moyen des œuvres artistiques réalisées par des artisans de la région de la Côte Atlantique Colombienne, Antioquia et Boyacá de plus cela permet qu'il ait un échange culturelle entre ces deux pays.

Le secteur artisanal colombien dispose d'à peu près 300.000 artisans, lesquels se trouvent en majorité dans les régions de la côte atlantique et de l'axe de café, et

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

dans les départements de Nariño, Boyacá, Putumayo, Santander y Tolima, en trouvant aussi un groupe important et représentatif dans le District Capital. (El sector artesano en Colombia, s.d.)

On plus ferait du bien à ce secteur avec l'exportation des artisans vers le Montréal, Canada parce qu'on ferait connaître le travail artistique et ancestral des artisans de ces régions de la Colombie.

Les artisanats qui sont plus exportés au Angleterre, Japon et Etats-Unis sont les sacs à dos, les chinchorros et les bracelets de la région de La Guajira. L'artisan Maria Cristina Gomez dit que la culture se montre à travers des produits ou les artisanats, ce qu'attire l'attention plus les entrepreneurs internationaux. (Artesanías de Colombia que llegan a Europa y Estados Unidos, 2012).

Canada pour être un pays multiculturel et Montréal une ville touristique permet d'ouvrir de nouveaux marchés, en donnant l'occasionnes étrangers dans ce cas les Colombiens de créer de nouvelles occasions d'affaire, comme la vente et la distribution d'artisanats colombiens des régions de la Côte Atlantique Colombienne, Antioquia et Boyacá, pour que n'est pas perdu l'identité culturelle des personnes qui vivent dans cette ville et faire connaître une partie de la culture colombienne au moyen des artisanats.

Justification de l'importance du problème

L'investigation présenté sera dirigée dans montrer l'identité culturelle colombienne au moyen des artisanats des régions de la Côte Atlantique Colombienne, Antioquia et Boyacá dans la ville du Montréal, au Canada.

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

La stratégie innovatrice réside rechercher plus d'entreprises canadiennes pour réaliser des négociations et que les produits artisanaux exportent dans une plus grande quantité et qualité pour notre niche de marché.

Ce projet a pour bienfait l'ouverture d'occasions de commerce entre la Colombie et le Canada, ce qui favorisera les entreprises d'artisanats colombiens, puisque l'exportation des produits artisanaux ouvrira des portes vers une nouvelle direction pour appuyer le développement économique de la Colombie. Il aidera principalement cela aux revenus des artisans colombiens qui seront les responsables de produire et de créer les produits pour les exporter au Canada. Une fois positionné, le nombre de consommateurs de produits artisanaux augmenteront, et aideront cela à que la participation de la Colombie grandit dans le marché canadien.

Les produits artisanaux colombiens ont toujours eu un grand accueil à sa qualité, à originalité idiosyncrasie lequel ils représentent la culture et les coutumes colombiennes. Grâce aux traites de libre-échange qui ont été signés aux dernières années, une plus grande importance a été donnée à la Colombie comme pays exportateur de produits autochtones, c'est pourquoi il faut mettre cette stratégie en application pour que Montréal, Canada promouvoir la qualité colombienne de la main-d'œuvre en monde, en ce cas, particulièrement.

C'est un moment adapté pour positionner les produits artisanaux colombiens, puisque par sa qualité ils sont prêts pour rivaliser avec ses produits asiatiques, américains et européens en prix et innovation, et la capacité d'exportation a grandi par les traités réalisés sans les deux nations pendant les dernières années, ce qui facilitait cette stratégie.

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

Question de recherche

Comment détacher l'identité culturelle colombienne au moyen des artisanats ?

Objectifs

- **Objectif général**

Montrer des artisanats colombiens de la région de la Côte Atlantique Colombienne, Antioquia et Boyacá dans la ville de Montréal dans des boutiques artisanaux.

- **Objectif spécifiques**

- ✓ Identifier les préférences d'accessoires (bracelets, colliers, sacs à dos, chapeaux, etc.) des personnes canadiens pour déterminer les produits généraux à vendre.
- ✓ Faire de la recherche au sujet de l'importance des artisanats en Colombie et dans différentes parties du monde.

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

CHAPITRE 2

Cadre théorique et état de l'art

Introduction au chapitre

Le cadre théorique de ce projet cherche à expliquer les concepts mis en rapport à l'exportation d'artisanats colombiens comme un produit autochtone et traditionnel des régions de la côte atlantique, Antioquia et Boyacá, pour faire connaître au Montréal et pour aider au secteur artisanal colombien pour qu'il argumente sa part de marché et améliore son économie.

Cadre théorique

Neuromarketing

Le concept de Neuromarketing est directement relié à ce projet puisque ce qui est recherché dans la stratégie présentée est de captiver et de capter les préférences des personnes de Montréal pour ainsi introduire et potentialiser les artisanats colombiens de la manière dans laquelle cette marché se maintient et grandit dans le pays du Canada. Neuromarketing est une méthode que les entreprises utilisent pour pouvoir savoir quels sont les goûts et les préférences de ses clients et avec les résultats obtenus lancer une campagne publicitaire qui attire l'attention du consommateur et qui cela le captive pour qu'ils achètent, consomment ou utilisent ses produits ou services; la méthode utilisée pour captiver le consommateur est définie dans le livre *Neuromarketing en acción*, selon Nestor Braido (2009), c'est une discipline sur laquelle il enquête, et étudie les processus cérébraux qui expliquent la prise de décision et la conduite des

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

personnes en face d'une action de marketing traditionnel comme par exemple l'intelligence de marché, la conception de produits, de services, de prix, de communications, des positions et des ventes. Pour terminer, ce concept est important et utile pour ce travail de mémoire, pour connaître et introduire les artisanats colombiens à Montréal.

Artisanats

Les artisanats sont considérées bien national, pour cette raison sont important pour notre stratégie; celles-ci sont cataloguées comme produit autochtone, culturel et traditionnel d'une région qui au moyen de celles-ci montre la culture et les coutumes des gens traditionnels colombiens et du monde, elle est définie comme "Parler des objets, d'articles à une identité, les sujets qu'ils supportent au dessin, tant pour être ce l'instrument modern utilise pour donner une physionomie au produit comme par ses relations avec l'investigation des marches et aussi est relatif à l'instrumentation institutionnelle qui est instaurée pour pousser son développement de divers points de vue avec ce que l'on faufile son fait d'advenir historique" (Quiñones, 2003). Pour conclure, ce concept est très important pour notre projet parce que c'est la base pour l'échantillon des artisanats au Montréal, Canada.

Exportation

Les exportations sont importantes pour ce projet parce que l'objectif principal est positionner les artisanats colombiens dans Montréal, Canada et pour cela se doivent exporter cette ville, nous considérons les exportations comme l'envoi d'un produit à un autre pays pour le commercialiser et pour le faire connaître, et ce processus est fait au moyen des conditions requises légales et des accords entre les pays associés; dans le livre *Manual de exportaciones, la*

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

exportación en Colombia, selon Andres Castro (2008), définit l'exportation comme la sortie d'un produit d'un pays l'autre, qui traverse différentes frontières qui séparent les nations. Pour finir, ce concept est très nécessaire pour le projet à cause que c'est la manière dans laquelle il va transporter les artisanats et il faut bien savoir sa définition.

Autochtone

Le mot autochtone représente une propriété et culturelle d'une certaine région, dans ce cas les objets autochtones auxquels se réfère ce travail sont les artisanats, pour tel motif il est primordial parce que les produits qui vont exporter dans Montréal, appartiennent à une région spécifique de la Colombie, selon *L'académie de la Langue Espagnole*, "autochtone" signifie "l'adjectif d'une personne ou du peuple auquel il appartient: Les originaires du propre pays dans lequel ils vivent". En cette raison, ce concept est indispensable pour ce projet puisqu'il met à un contexte les lecteurs en face du type de produits à exporter dans Montréal.

État de l'art

En faisant l'investigation sur les artisanats et son exportation on a trouvé qu'en Colombie et dans d'autres pays, cette tradition culturelle était perdue et beaucoup d'enquêteurs provoquent l'exportation de ces produits pour maintenir l'identité culturelle des peuples, pour les faire connaître au niveau mondial et pour aider à améliorer économiquement le secteur artisanal. Au moyen des articles d'investigation et des travaux relatifs à l'exportation d'artisanats il s'expliquera sur l'exportation d'artisanats.

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

Hernandez (2000) définit l'artisanat comme un sujet international en ce qui concerne un développement économique et d'un tourisme dans d'autres pays, expose aussi les artisanats comme une expérience artistique que les gens ont. Les artisanats il offre une culture dans les foyers et donne un petit échantillon de ce qui est la Colombie.

L'artisanat est si précieux et appétissant sur le marché international, pour être garde de renfort et authentifie. Ce que les dessinateurs cherchent plus et des consommateurs dans les artisanats colombiens sont 'authenticité qui lui est attribué à l'artisanat il devient le trait le plus précieux pour cela et que celles-ci sont différentes. En fait, c'est cela qu'il lui rend si exotique et appétissant aux yeux des dessinateurs. C'est-à-dire l'authentique est l'assurance-vie de l'artisanat, pour survivre sur le marché international. (Salazar, 2006) et les bijoux en toc et les artisanats colombiens sont très eus envie pour être si exotiques, pour avoir des dessins traditionnels et pour utiliser des matières premières d'origine nationale. (Cubillos, 2007)

Des artisanats de la Colombie cherchent l'inversion de recours physiques, humains et financiers d'identités publiques et privées, nationales et internationales, pour lesquelles augmente la participation des artisans dans le secteur productif national pour qu'ils améliorent son niveau économique et aient une plus grande position sur les marchés nationales et internationales pour faire connaître les artisanats et pour aller en les innovant pour améliorer la qualité du produit. (Salazar, 2006)

Projetter l'identité culturelle cherche de composer aux communautés artisanales avec le secteur de la mode pour qu'ils deviennent plus efficaces, innovateurs et améliorent la qualité de ses produits et ils deviennent plus compétitifs. Le secteur artisanal dans le contexte national est

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

des ressources économiques peu abondantes et de services publics limités et la majorité de la main-d'œuvre est à de femmes. (Salazar, 2006)

Les artisanats sont associés à l'économie champêtre, et sont devenues un attrait touristique par sa rusticité, colories et diversité. Cette activité part du travail quotidien pour beaucoup de femmes qui obtiennent des recours à travers de l'élaboration de pièces. (Rivera, 2008)

La stratégie de ce projet est de faire la position des artisanats de 3 régions de la Colombie (Côte Atlantique, Antioquia et Boyacá) dans Montréal, Canada, pour faire connaître, pour pousser et positionner le travail autochtone et traditionnel des artisans; il s'est trouvé dans la revue *Analysis Journal of Business Quantitive Economics and Applied Management Research* un article sur l'exportation d'artisanats de l'Inde, qui a une relation avec ce projet parce que son étude est dirigée à le même objectif que ce travail. Bushan y Mohin Ud Din (2014) consolident que : l'artisanat Kashmiri qui sont très capables pour leur article et beauté des gens étrangers.

Aussi le document donne statistiques de la diminution des travaux d'artisanats en Inde et ce qui est l'analyse qu'ils ont faits pour argumenter le niveau d'exportation.

En plus, Taylor (2012) dans l'article *Case Studies of Ghanaian Handicraft Exporters* de la revue *Factor affecting Internet and e-Commerce Adoption among Small and Medium-Sized Enterprise Non-Traditional Exporters* parle du le marché de travail d'artisanat formel a été un des plus petits marchés au Ghana, mais le revenu pour le pays a été bas, aussi il donne les facteurs qui ont affecté pour faire des affaires par Internet et commerce électronique pour les exportateurs d'entreprises petits et moyens et exportateurs de travail d'artisanat ghanéens importants qui ont utilisé Internet dans leurs opérations d'affaires. Aussi, il indique les facteurs et adaptation de

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

commerce électronique des sociétés étaient des avantages perçus de la technologie des caractéristiques de propriétaire, le manque de personnel qualifié pour développer et soutenir le site Internet de commerce électronique des caractéristiques fermes et les ressources limitées du prix et revenir sur l'investissement.

Pour compléter comme Khalid consolide dans l'article Market for Indian Handicrafts que les exportations d'artisanats semblent être importantes, la part de l'Inde dans une importation mondiale est minimale. Le secteur artisanal n'est pas exploré ni exploité complètement pour aider à améliorer la qualité de la vie de beaucoup de personnes et le secteur des artisanats occupe un papier très important et significatif dans l'économie du pays et génère un emploi (2012); un cas similaire arrive ici en Colombie, c'est un secteur qui est un peu abandonné de l'état et ils ne leur donnent pas l'importance qu'ils méritent comme grand contributeur à l'économie du pays.

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

CHAPITRE 3

Conception de la recherche

Introduction au chapitre

La méthodologie qui on va utiliser dans ce projet va être l'exploratoire, l'information sera faite pour pouvoir déterminer les facteurs des plus éminents et lesquels doivent être enquêtes, pour ainsi laisser la réponse à la question d'investigation et pouvoir obtenir les résultats

Type d'étude

En tenant en compte qu'il y a peu de précédents sur le problème d'investigation, on a décidé réaliser un type d'étude exploratoire parce qu'avec l'investigation correspondance serait faite à tout le relatif à l'exportation des artisanats colombiens. Notre produit sera distribué dans Canada, la ville de Montréal parce que cette une ville très touristique où nous pouvons rencontrer beaucoup de personés qu'ils sont principalement de la Colombie ou de L'Amérique latine. Additionnel, les Artisanat colombiens sont produits très originel, innovateur et très envie pour les personnes qui sont d'autre pays.

Proexport Colombia dans le article Tendencia Internacional consolide que le 20% de la population du Canada est de immigrants en tenant en compte cela, la Colombie a une grande participation dans cette population et qu'il dit aussi que Canada est un pays avec vastes ocrassions de l'exportation dans les produits de décoration, produits pour la maison et artisanats, pour cette raison il a augmenté les traités de libre-échange où des artisanats de la Colombie sont exportés, cela grâce à le rapprochement entre le gouvernement de la Colombie et Canada qui a

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

facilité des occasions de travail des artisans colombiens et maintenir l'identité culturelle des personnes qui vivent au Canada.

Contexte

Montréal est considérée comme la ville la plus importante de la province du Québec, de la deuxième la plus peuplée du Canada, et l'un des centres culturels les plus importants du pays. Il possède 3.635.400 habitants à peu près ; et actuellement une ville multiculturelle. (Information Planet, s.d.)

En raison de la quantité d'émigrants différents dans le monde, c'est dû à beaucoup de personnes arrivent à ce pays dans une recherche de meilleures occasions du travail et vie, de plus Canada aussi offre beaucoup d'occasions de logement et travail pour les immigrants conformément à l'opposé. (Multiculturalismo en Canadá)

Canada est un pays multiculturel. Les Canadiens proviennent d'une large gamme de nations, races, religions et des tas. Cette diversité multiculturelle provient des siècles d'immigration. Comment d'un résultat d'une population diverse est maintenant l'un des traits distinctifs de la société canadien

La ville de Montréal a été choisie comme lieu pour exporter les artisans et celles-ci se vendront dans des boutiques artisanales placées dans cette ville dans Rue Crescent, un lieu très fameux et touristique du Montréal ou se trouvent des boutiques de galeries d'art, cafeteria, etc.; les raisons par lesquelles Montréal a été choisi pour faire connaître les artisanats colombiens il est parce qu'elle a été dénommée comme « La Capitale Culturelle du Canada » et c'est la troisième ville la plus touristique du Canada. (5 Razones para visitar Montreal, 2013)

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

Participants

Canada est un pays où la majorité de la population est adulte de 40 ans désormais et les familles sont très duites; ses préférences sont dirigées dans les accessoires et les décorations artisanales, ce qui fait que les produits colombien sont un grand accueil dans ce pays. Pour cette raison notre public objectif est ce type des personnes entre 25 et 45 ans. Spécifiquement, le Montréal est une ville très touristique où la population est d'une nationalité asiatique, américaine, européenne et latine, et dans ce cas, ce groupe de personnes représentent notre public cible puis que ses préférences sont basées sur des produits ethniques et qu'ils montrent l'identité culturelle d'un certain pays, c'est pourquoi ils préfèrent aussi la qualité et l'innovation des produits colombiens, ce qu'il fait que naît une grande occasion de pénétration de marché canadienne dans ce cas, la ville du Montréal, les unes des plus commerciales et les touristiques du monde.(Canadá, un mercado que abre un nuevo rumbo., 2010)

Instruments de collecte de donnés

Ce travail dans la première étape réalise la recherche d'information dans des revues, une thèse, des livres, et des pages Web comme instrument utilisé pour faire la récolte de donnés et ainsi se documenter sur des travaux précédents d'investigation.

Pour être une investigation exploratoire, dans la deuxième étape on réalisera un enquête qui permet la récolte de donnés et avec ce résultat de pouvoir faire une position des artisans colombiens au Montréal, de savoir les goûts des personnes et qu'un type d'artisanats préfèrent.

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

CHAPITRE 4

Conclusions

Introduction au chapitre

Pendant l'investigation cette stratégie, on a pu trouver que, avec sa multi culturalité, le Canada est un pays ouvert à différents types de marche étranger et a bon accueil de la part des personnes natives et par celles d'autres pays. Ainsi qu'aussi on peut dire que les fonctionnalités qui ont la main d'œuvre colombienne ont été indispensables pour la croissance économique de la Colombie. Il est important de faire une investigation de marches pour arriver à pénétrer un marché étranger avant d'envoyer des produits et possiblement avant de ne pas avoir de succès avec ceux-ci, c'est pourquoi il était important de créer cette stratégie pour pousser le marché colombien et pour générer un emploi en cherchant les entreprises canadiennes qui pouvaient servir comme intermédiaires dans l'exportation d'artisanats colombiens.

Comparaison notre travail de recherche avec les études précédentes

En tenant en compte les investigations antérieurement déjà faites, on peut conclure que la stratégie d'exportation s'est appliquée dans quelques pays et avec les propres artisanats de chaque pays pour pousser la croissance économique de chacun d'eux, mais ce travail a été principalement dirigée dans son innovation qui est l'introduction au marché canadien quelques produits artisanaux qui n'existent pas mais qu'il s'assure, vont avoir un succès a l'investigation déjà réalisée de marches qui a indiqué les préférences et les goûts des personnes du Montréal dans des produits artisanaux, en cette raison, est important en serrer l'effort et le travail des artisans colombiens et porter dans une hauteur la qualité de produits du pays.

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

Importance de notre travail de recherche

Cette stratégie est grandement importante, puisque, en cas de la porter à la vie réelle, il augmenterait les revenus en Colombie, mais spécialement aux artisans qui réalisent tout ce type de produits autochtones. Il est important de faire connaître la qualité et le talent de la main-d'œuvre colombienne, de pour ainsi pouvoir changer la perspective que beaucoup de pays ont en face de la Colombie, et réaliser ce projet aiderait avec ce but. L'importance de cette petite stratégie dans le marché canadien serait rentable, puisqu'il serait gagné par partie et partie en plus de serrer le talent colombien.

Limites de l'étude

En raison au court temps du séminaire, ce seul travail s'est limité à être d'investigation par lequel les enquêtes n'ont pas pu être réalisées pour identifier les préférences d'accessoires des Canadiens, une autre limitation a été l'argent puisque n'existent pas les recours suffisants pour le réaliser.

Projections de la recherche

Cette travail initial peut être utilisé comme projet un guide et utile pour des investigations futures sur l'exportation d'artisanats colombiens à Montréal, où d'autres étudiants pourront appliquer l'enquête comme proposition de méthodologie d'investigation.

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

Références

- 5 Razones para visitar Montreal. (2013). Repéré a Juin 20, 2016 du site <http://travelmall.com.mx/5-razones-para-visitar-montreal/>
- Artesanias de Colombia que llegan a Europa y Estados Unidos. (2012). Repéré à Juin 14, 2016 du site www.procolombia.co/noticias/artesanias-de-colombia-que-llegan-europa-y-estados-unidos
- Braidot, N. (2009). *Del Marketing al Neuromarketing: como llegar a la mente del mercado. Neuromarketing en acción* (pp.16-17). Barcelona - España: Ediciones Gestión 2000.
- Bushan, S., Mohin Ud Din, T., (Août, 2014) Indian handicraft exports : An economic analysis. International Journal of Business Quantitive Economics and Applied Management Research. Repéré du http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34719004/Indian-handicraft-exports-An-economic-analysis.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1467852932&Signature=MH5oPSJwvUFqUZ%2FoXfF%2FC%2FRPszk%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DIndian_handicraft_exports_An_economic_an.pdf
- Castro, M. (2008). *La exportación en Colombia. Definición, modalidades, control, aduanas, apoyo y documentos. Manual de Exportaciones La exportación en Colombia* (pp.109). Bogotá D.C.: Editorial Universidad del Rosario.

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

- Colombia y Canadá: libre comercio para más desarrollo. (2011). Productos colombianos en la despensa canadiense. Repéré à Juin 14, 2016 du site http://www.procolombia.co/sites/default/files/tlc_canada_larepublica_0_0.pdf
- Cubillos, P. et Rodriguez, J. (2007). *Plan exportador para empresas comercializadoras de bisutería artesanal colombiana hacia La Havre - Francia*. Administrador de empresas. Universidad de la Salle.
- El sector artesano en Colombia. (s.d.). Caracterización. Repere a Juin 20, 2016 du site http://artesaniadecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/caracterizacion_81
- Guía para recién llegados a la isla del príncipe Eduardo, Canadá. (s.d.). Multiculturalismo en Canadá. Repéré à Juin 19, 2016 du site http://www.peianc.com/content/lang/es/page/guide_culture_multi
- Helly, D. (2007). Logros y limitaciones del multiculturalismo canadiense. Arce Asociación de Revistas Culturales de España. Repéré du <http://www.revistasculturales.com/articulos/25/politica-exterior/813/1/logros-y-limitaciones-del-multiculturalismo-canadiense.html>
- Hernandez, M. (2000). *The Dynamics of Crafts Necessary conditions to establish a Craft Management Model*. Master of arts in Design. Brunel University.
- Information planet. (s.d). Repéré du <http://www.informationplanet.es/canada/viajar-en-canada/montreal>.

ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE AU MONTRÉAL

- Khalid, s. (2012).Market for Indian handicrafts. Excel Journal of Engineering Technology and Management Science. Repéré du http://excelpublication.com/issue/Vol-I/Market_for_Indian_Handicrafts.pdf
- Quiñones, A. (2003). *Artesanía y Cultura. En Reflexiones en torno a la artesanía y el diseño en Colombia* (pp.63-64). Bogotá D.C.: Centro Editorial Javeriano.
- Real Academia Española. (2016). *Asociacion de Academias de la Lengua Española*. Madrid, España.
- Rivera, m., Manzanarez, p., Vásquez, v., et Mendoza, m. (2008, enero-abril). La artesanía como producción cultural susceptible de ser atractivo turístico en Santa Catarina del Monte, Texcoco. Revista de Ciencias Sociales. Repéré du <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10504610>
- Salazar, D. (2006). *Artesanía y diseño: construyendo una Colombia de calidad de exportación, imaginarios de patrimonio, identidad e industria cultural en el proyecto Identidad Colombia de Artesanías de Colombia*. Antropólogo. Universidad de los Andes.
- Taylor, T., Eshun, E. (2012). Factor affecting Internet and e-Commerce Adoption among Small and Medium-Sized Enterprise Non-Traditional Exporters: Case Studies of Ghanaian Handicraft Exporters. European Journal of Business and Management. Repéré du http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/29440118/Factors_Affecting_Internet_and_eCommerce_Adoption_among_Small_and.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1467929170&Signature=0SKRjIxMHR%2BcDD8Xp0Tx3y

**ARTISANAT COLOMBIEN COMME PRODUIT AUTOCHTONE DE LA COLOMBIE
AU MONTRÉAL**

[WGYB8%3D&response-content](#)

[disposition=inline%3B%20filename%3DIISTE_Recent_Publications.pdf](#)

- Tendencias internacionales. (2010). Canadá, un mercado que abre un nuevo rumbo.

Repéré à Juin 14, 2016 du site

http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/informe_tendencia_septiembre_2010.pdf