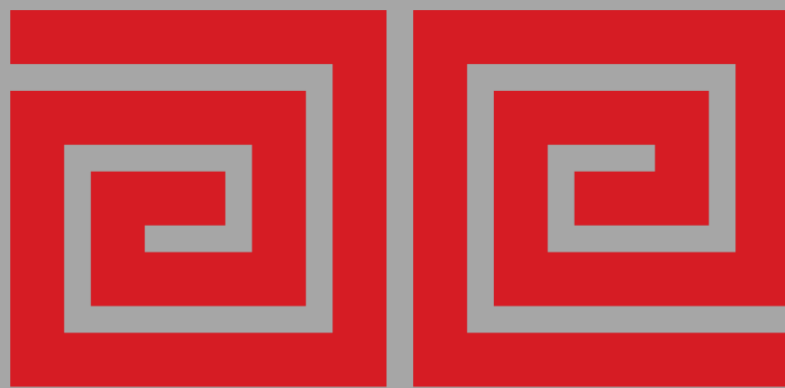




El progreso  
es de todos

Mincomercio



# artesánías de colombia

INFORME RENDICIÓN DE CUENTAS

2020

Octubre de 2020

Versión 1



## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>1. MÍNIMOS INSTITUCIONALES .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1. METAS Y LOGROS DE LA ENTIDAD .....</b>	<b>12</b>
1.1.1. Metas del Plan Nacional de Desarrollo (PND) que debe ejecutar la entidad .....	12
1.1.2. Metas de la planeación estratégica sectorial atendidas por la Entidad .....	16
1.1.3. Metas y resultados de la gestión frente a la planeación estratégica institucional...26	
1.1.3.1.Situación que se encontró al inicio del periodo (2019) .....	26
1.1.3.2.Avances en la gestión 2020.....	38
1.1.3.3.Resultados a destacar 2020 .....	178
1.1.4. Estado de los Contratos en Relación con el Cumplimiento de las Metas.....	187
1.1.4.1.Principales Dificultades en la Ejecución Contractual.....	190
1.1.5. Planta de personal y No. de contratistas. ....	191
1.1.6. Vinculación y Evaluación Meritocrática de Gerentes Públicos .....	192
<b>1.2. ACCIONES EN EL MARCO DEL ACUERDO FINAL DE PAZ .....</b>	<b>192</b>
<b>2. TEMAS DE INTERÉS AL CIUDADANO .....</b>	<b>209</b>
<b>2.1. CLASIFICACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS .....</b>	<b>209</b>
<b>2.2. MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA .....</b>	<b>211</b>



## INTRODUCCIÓN

Para Artesanías de Colombia, como para el mundo entero, 2020 ha sido un año de grandes retos y cambios, debido en gran manera a la emergencia declarada a causa de la pandemia por la COVID – 19, que hoy enfrentamos. Sin embargo, esto no ha detenido el accionar de la entidad en pro de cumplir su deber ser misional y sobretodo su propósito “trabajar por el bienestar de los artesanos del país”

Esta “nueva realidad” ha llevado a la entidad a fortalecer el enfoque de las acciones y actividades emprendidas para responder con mayor precisión a las necesidades, expectativas y derechos de los artesanos del país, en el marco de la contingencia y con un enfoque orientado a responder a los nuevos derroteros que en el marco de la reactivación se tendrán que enfrentar.

Identificar estas necesidades y expectativas y lograr orientar los esfuerzos de la gestión a las mismas, ha sido el resultado de la implementación de una estrategia que ha buscado estar más de cerca de los artesanos, garantizando mayor presencia regional y siendo empáticos con su actual situación, de tal manera que la oferta de servicios esté cada día más sujeta a la realidad del sector.

Es así que por medio de sus diferentes programas y servicios, la entidad continúa desarrollando acciones que contribuyen al fortalecimiento y desarrollo de la cadena de valor del sector artesanal a través de iniciativas que buscan rescatar, preservar y proteger los oficios y la tradición artesanal, como patrimonio material e inmaterial de la nación; así mismo enfoca esfuerzos para promover programas de desarrollo productivo incluyentes para mantener la competitividad, generar ingresos para el sector a través de la ampliación del portafolio de productos artesanales alineados con las expectativas del mercado, facilitar espacios para la promoción y generación de oportunidades comerciales y la articulación con otras industrias creativas y con el turismo; aun en medio de un contexto de incertidumbre pero con una expectativa clara de no dejar de garantizar la calidad de vida de los artesanos del país y sacando el mayor provecho de las oportunidades que a la vez ha brindado esta crisis.



En este contexto, para la entidad lo corrido de 2020, ha sido de resultados importantes y avances significativos frente a su planteamiento estratégico, pues si bien ha tenido que redireccionar algunas de las estrategias, iniciativas y metas de su planeación, se ha logrado implementar acciones que han llevado a innovar sus procesos, la prestación de los servicios y que han logrado resultados importantes, producto de la rápida adaptación a los cambios que se enfrentan.

Entre los grandes logros obtenidos están aquellos que se derivan de la estrategia “artesano estamos contigo”, en el marco de la cual se definieron nuevas acciones y se adaptaron otras ya empleadas para enfrentar la pandemia y continuar la atención a la población artesana. Esta estrategia se enfocó en dos grandes frentes de trabajo: uno, orientado a buscar apoyos para suplir necesidades básicas de la población objetivo y el otro orientado a iniciativas para la reactivación económica.

Así mismo, en cuanto a iniciativas de fortalecimiento institucional, los resultados son muy positivos, muestra de esto la entidad no se ha detenido y ha evidenciado la resiliencia de los servidores públicos y su compromiso con el sector.

Por otro lado, vale la pena recordar que, aunque la entidad ha concluido sus actividades y compromisos adquiridos como parte del acuerdo final de paz, en 2019, y como parte del proceso de estabilización, Artesanías de Colombia ha focalizado parte de sus esfuerzos para atender municipios que han sido priorizados en el Programa de Desarrollo con Enfoque Territorial - PDET. Esta focalización se ha realizado previo a un análisis de variables entre las que se tuvieron en cuenta municipios con vocación artesanal, caracterización sociodemográfica previamente identificada a través del Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal - SIEAA y alcance de los proyectos para la vigencia. Así mismo se ha dado alcance a cinco iniciativas puntuales que hacen parte del Plan de Acción para la Transformación Regional – PATR; todo esto ha continuado en 2020 a través de la atención remota que se ha estado brindando.

Es así que, como parte de las herramientas de difusión y generación de espacios de diálogo con las partes interesadas se pone a su consideración los principales avances de



la gestión en lo corrido de 2020, por medio de este informe de rendición de cuentas.

Este documento obedece al compromiso de la entidad por garantizar la participación ciudadana en la gestión pública, la transparencia, el acceso a la información pública y lucha contra la corrupción, definidas en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) como parte de la dimensión de gestión con valores para el resultado en la perspectiva de ventanilla hacia afuera; así mismo responde a las prácticas de gobierno corporativo implementadas y demás normatividad vigente en esta materia.

Es para la entidad muy importante contar la participación de sus beneficiarios, clientes, servidores públicos, ciudadanía y demás partes interesadas en la construcción de mejoras a sus procesos y en la optimización de los servicios, por lo tanto se espera recibir retroalimentación sobre la gestión adelantada, como un ejercicio de diálogo que permita identificar debilidades, retos y oportunidades institucionales así como aspectos relevantes que deben ser adelantados en las próximas vigencias, enfocado a generar resultados que atiendan las necesidades, problemas, expectativas, intereses y derechos de beneficiarios y clientes, así como de la ciudadanía en general, con integridad y calidad en los servicios ofertados.



## ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL Y MODELO DE OPERACIÓN

### MARCO ESTRATÉGICO

Artesanías de Colombia ha definido para el período 2019 – 2022 un marco estratégico orientado a formular y ejecutar iniciativas que preparen a la entidad para enfrentar los retos que conlleva lograr la sostenibilidad del sector artesanal, criterio fundamental en la visión institucional.

Durante el primer trimestre de 2020 la entidad concluyó la actualización del plan de acción para la vigencia. Para lo anterior, en el mes de enero se realizó un nuevo análisis de necesidades y problemas en las regiones, diagnóstico que se implementó en el marco de las mesas regionales y que venían de los ejercicios de participación de vigencias anteriores. Así mismo, se ejecutaron mesas de trabajo con líderes y colaboradores de la entidad para estudiar los avances obtenidos frente a las iniciativas de gobierno y las sectoriales. Luego de su publicación en el portal web y su difusión entre los funcionarios, fue cargado en la plataforma Isolución que permite hacer seguimiento permanente a los avances obtenidos.

A continuación, se describen los componentes del marco estratégico, los cuales se están implementando, basado en las expectativas del sector artesanal y el interés genuino de la entidad por generar valor público.

#### Misión

Contribuir al mejoramiento integral del sector artesanal y a la preservación, rescate y valoración del patrimonio cultural del país.

#### Visión

En 2022 Artesanías de Colombia será reconocida a nivel nacional e internacional por su liderazgo en el desarrollo productivo, innovador, incluyente y sostenible del sector artesanal, y por su capacidad de mejorar las condiciones de vida de los artesanos



## Principios rectores

La entidad como parte de las prácticas de buen gobierno corporativo ha definido tres principios rectores, los cuales son el pilar a considerar cada vez que se ejecute una iniciativa.

1. El **respeto** por la cultura, las comunidades, los artesanos, la técnica, el lenguaje y la simbología.
2. La **artesanía étnica** se preserva y no se interviene.
3. Los **diseñadores son facilitadores** para lograr mejoramiento de producto, rescate, preservación y potencialización de técnicas, en búsqueda del desarrollo de nuevos productos alineados a las expectativas del mercado, para ampliar sus portafolios y oportunidades comerciales.

## Valores

Durante 2020, la entidad ha continuado las campañas de sensibilización para la apropiación del Código General de Integridad del Servicio Público Colombiano, el cual, a partir de 2016, se convirtió en el único código conciso para ser aplicable a los servidores de todas las entidades públicas de la Rama Ejecutiva Colombiana.

Artesanías de Colombia ajustó su código de ética con la inclusión de los cinco (5) valores generales de la Función Pública y la adición de otro valor, que caracteriza a los servidores de la entidad. Los mismos han sido articulados a su marco estratégico así:

**Honestidad:** Actúo siempre con fundamento en la verdad, cumpliendo mis deberes con transparencia y rectitud, y siempre favoreciendo el interés general.

**Respeto:** Reconozco, valoro y trato de manera digna a todas las personas, con sus virtudes y defectos, sin importar su labor, su procedencia, títulos o cualquier otra condición.

**Compromiso:** Soy consciente de la importancia de mi rol como servidor público y estoy en disposición permanente para comprender y resolver las necesidades de las personas con las que me relaciono en mis labores cotidianas, buscando siempre mejorar su bienestar.



**Diligencia:** Cumplo con los deberes, funciones y responsabilidades asignadas a mi cargo de la mejor manera posible, con atención, prontitud, destreza y eficiencia, para así optimizar el uso de los recursos del Estado.

**Justicia:** Actúo con imparcialidad garantizando los derechos de las personas, con equidad, igualdad y sin discriminación.

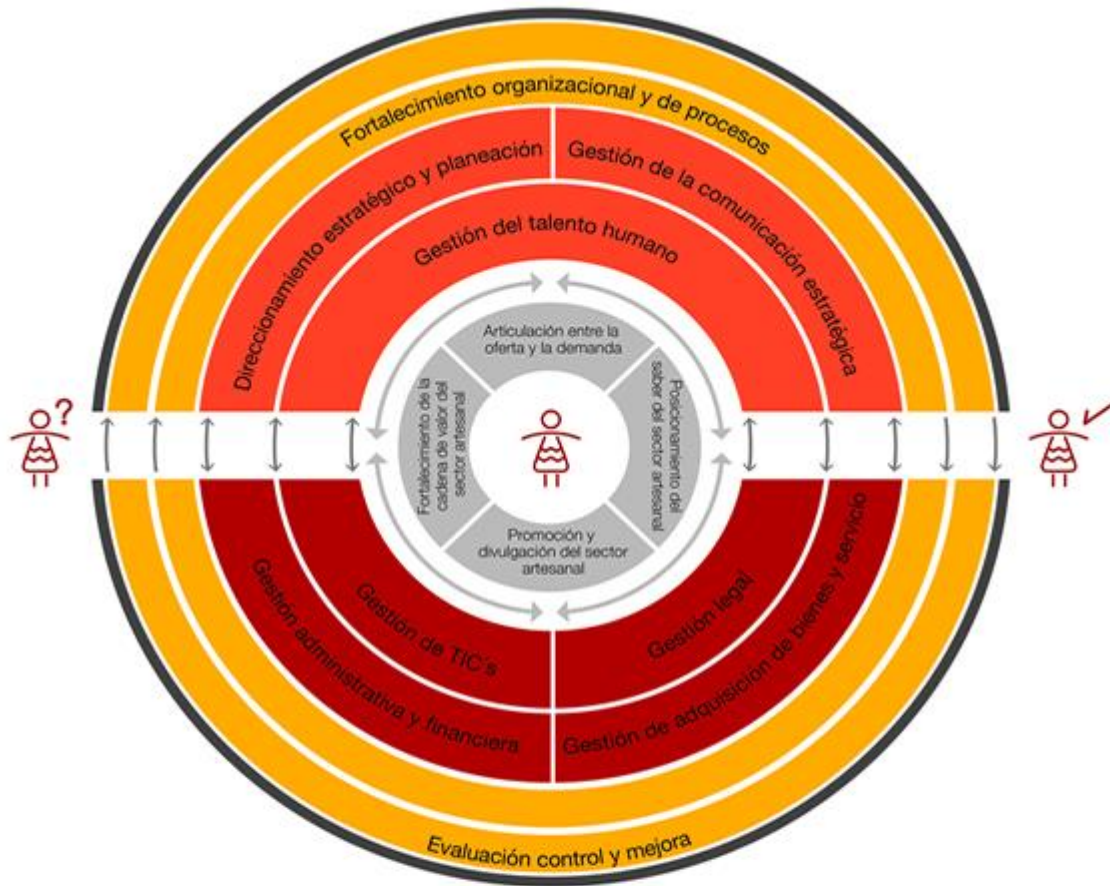
**Solidaridad:** Ayudo desinteresadamente y con actitud de servicio, aportando permanentemente a la unidad y la construcción de ideales y metas comunes

### **ENFOQUE BASADO EN PROCESOS**

Artesanías de Colombia como parte de la implementación de prácticas de buen gobierno corporativo y del mejoramiento continuo institucional ha definido el **modelo de operación bajo un enfoque por procesos**, los cuales interactúan de manera permanente para el logro de los objetivos propuestos en su planeación.

De manera permanente se establecen iniciativas encaminadas a innovar en los procesos y adaptar el modelo a las nuevas dinámicas institucionales; ahora más que nunca que se está en un entorno rápidamente cambiante y el modelo de operación deberá responder a estos cambios, enfocado en garantizar el deber ser misional de la entidad, pero, sobre todo, a agregar valor en la operación de cara a los artesanos y demás partes interesadas.





### CONVENCIONES



Partes interesadas



Necesidades de las partes interesadas



Satisfacción de partes interesadas

● PROCESOS MISIONALES

● PROCESOS ESTRATÉGICOS

● PROCESOS DE APOYO

● PROCESOS DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN

● GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

El resultado de la operación se evidencia en la oferta de servicios institucionales, servicios que se presenta en las regiones, a través de los Laboratorios de Innovación y Diseño en el marco de los diferentes proyectos, tanto de inversión como regionales.

A partir del portafolio de servicios se operacionaliza el ADN organizacional “Trabajamos por el bienestar de los artesanos del país”. Los servicios incluidos en el portafolio son:



### **1. Asesoría y Asistencia Técnica:**

Desarrollamos y fortalecemos las habilidades y los conocimientos de los artesanos y personas vinculadas a la actividad artesanal a través de:

- Asesoría Puntuales en:
  - Producto/diseño
  - Plaza/mercadeo
  - Promoción - marca - comunicación
  - Precio/costo
- Asistencia Técnica en:
  - Desarrollo humano y empresarial
  - Producción y comercialización a través de charlas, conversatorios, talleres, seminarios y asesorías presenciales, enmarcados en la formulación y el desarrollo de programas y proyectos que se ajustan a las necesidades planteadas por las comunidades

### **2. Innovación y Diseño de Producto**

Acompañamos a los artesanos en el diseño y desarrollo de productos que se ajusten a los requerimientos del mercado, exaltando la técnica y respetando la tradición por medio de asesorías presenciales a cargo de un equipo interdisciplinario.

- Atención integral a través de los enlaces regionales (se pueden consultar a través de nuestro portal web)
- Elaboración de muestras y prototipos para test de mercado.

### **3. Formación Técnico Laboral en Joyería**

Desarrollamos, de forma integral, los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para un desempeño adecuado y responsable en el oficio de la joyería.

Incluye formación complementaria a través de cursos cortos y cursos en alianza con el SENA.



#### 4. **Generación de Oportunidades Comerciales**

Impulsamos la venta de los productos artesanales en diferentes espacios comerciales tales como:

- Ferias
- Tiendas de promoción
- Ventas Institucionales
- Ruedas de Negocios

#### 5. **Promoción**

Promovemos y divulgamos la actividad artesanal en diferentes espacios de exhibición, tales como:

- Eventos (Encuentros de saberes, exhibiciones temporales, entre otros)
- Talleres de demostraciones de Oficio

#### 6. **Información**

Brindamos información sobre la actividad artesanal colombiana a través de diferentes canales:

- Biblioteca física: En ella se puede encontrar información general sobre la actividad y el sector artesanal
- Biblioteca virtual: En ella se puede encontrar información general y producida por Artesanías de Colombia, sobre la actividad y el sector artesanal.
- Publicaciones
- Portal Web



## 1. MÍNIMOS INSTITUCIONALES

### 1.1. METAS Y LOGROS DE LA ENTIDAD

#### 1.1.1. Metas del Plan Nacional de Desarrollo (PND) que debe ejecutar la entidad

##### Avances de la entidad en el PND (2019 – 2022)

El año 2019 trajo consigo un nuevo Plan Nacional de Desarrollo “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”, cuyo marco de implementación es 2019 – 2022; el cual fue aprobado el 25 de mayo de 2019 y está conformado por 3 pactos estructurales, 13 pactos transversales y 11 Pactos por la productividad y la equidad en las regiones.

Artesanías de Colombia cuenta con tres compromisos puntuales en el marco de este PND, los cuales hacen parte de los pactos transversales: Pacto X: **Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja**. Específicamente en la línea A: Todos somos cultura: la esencia de un país que se transforma desde los territorios.

Artesanías de Colombia, ha focalizado sus acciones, en el marco de este pacto, para dar alcance al Objetivo de Desarrollo Sostenible No. 8: “Trabajo decente y crecimiento económico”, el cual busca un crecimiento económico inclusivo y sostenido que puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida.

A continuación, se reportan los principales avances en los compromisos adquiridos:

**Objetivo 3:** Potencializar el aprovechamiento de la oferta estatal para el desarrollo de industrias creativas.

**Compromiso de la entidad:** Artesanías de Colombia fortalecerá los laboratorios de diseño e innovación en las regiones con vocación artesanal para apalancar la generación de valor agregado en los productos artesanales a partir del diseño y la innovación.

**Avance de la entidad:** Los Laboratorios de Innovación y Diseño, son espacios de



encuentro entre los artesanos y la oferta institucional de Artesanías de Colombia. Cada departamento del país cuenta con un laboratorio que brinda asistencia técnica y acompañamiento a las comunidades con mayor vocación artesanal para fortalecer sus competencias y capacidades, con un énfasis en la innovación de procesos productivos y productos.

Al corte de septiembre de 2020, se han fortalecido 33 laboratorios de innovación y diseño y se han atendido 6.323 beneficiarios en 32 Departamentos y Bogotá, se han impartido 861 entre talleres, asesorías y vídeos enviados por WhatsApp a las comunidades. Los Laboratorios han desarrollado 724 piezas de material pedagógico para impartir las asistencias técnicas en los 33 Departamentos y la ciudad de Bogotá. Al mes de septiembre se han facilitado negocios por \$48, 6 millones, en 16 Departamentos y en la ciudad de Bogotá.

Además de ofrecer los servicios y programas institucionales, la entidad lleva a cabo una activa gestión de alianzas con entidades públicas y privadas del orden local, regional y nacional para articular sus programas, acciones y recursos en función del fortalecimiento de la cadena de valor de la actividad artesanal.

En el marco de los laboratorios se ha continuado el trabajo Caracterización de grupos artesanales con enfoque territorial, presentada en 26 infografías a nivel departamental y 64 infografías a nivel municipal.

Con el fin de apoyar la gestión desarrollada en los Laboratorios, se ha logrado generar alianzas encaminadas a establecer acuerdos gana-gana que aportan al bienestar de los artesanos, en el marco de esta contingencia con entidades como: Universidad del Rosario, que hacen parte de otras industrias creativas y empresas como Coca Cola, OCENSA, Ramo, Amarillo Constructora, Fundación Julio Mario Santo Domingo, Diageo, entre otras.

**Objetivo 3:** Potencializar el aprovechamiento de la oferta estatal para el desarrollo de industrias creativas.



**Compromiso de la entidad:** Así mismo, generará acciones de articulación entre el sector artesanal y las demás actividades pertenecientes a la economía naranja.

**Avance de la entidad:** Para dar alcance a este compromiso la entidad definió estratégicamente cinco actividades de la economía Naranja, con las que se ha mantenido la gestión durante el año: Arte, Arquitectura, Diseño, Moda y Joyería. En el desarrollo de este documento se describirán los avances en estas tres articulaciones.

Por otro lado, Artesanías de Colombia, ha dado inicio a la participación y definición de compromisos en las mesas de Economía Naranja de: Información, Inspiración, Inclusión, Industria e Integración.

**Objetivo 7:** Promover la propiedad intelectual como soporte a la inspiración creativa.

**Compromiso de la entidad:** Los ministerios de Comercio, Industria y Turismo y de Cultura, junto con la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y Artesanías de Colombia, en el marco de la CIPI, trabajarán en la reglamentación e implementación de la categoría de propiedad intelectual para las especialidades tradicionales garantizadas (ETG).

**Avance de la entidad:** Durante el año 2020, Artesanías de Colombia ha acompañado las reuniones lideradas por la dirección de patrimonio del Ministerio de Cultura, acompañados por la SIC, MINCIT y con el apoyo de la CIPI (Comité Interinstitucional de Propiedad Intelectual) para avanzar frente a la implementación de las ETGs. Se está trabajando en un proyecto de ley para la creación de esta nueva categoría de propiedad intelectual liderado por el equipo legal de Mincultura.

Por otro lado, la entidad cuenta con un aporte directo en el Pacto XIV. Pacto de Equidad para las Mujeres, con un indicador de producto en el marco del Programa “Productividad y Competitividad de las empresas colombianas”.

El indicador corresponde a número de Mujeres atendidas en el Programa de Atención a Población Víctima y Vulnerable (APV). Este indicador contó con una meta inicial para el cuatrienio de 840 mujeres, es decir 210 cada año. Sin embargo, teniendo en cuenta los resultados de la vigencia 2019, año en el que se logró atender 1.187 mujeres en el marco de este programa, se solicitó ajuste de meta, con la proyección de lograr atender 720

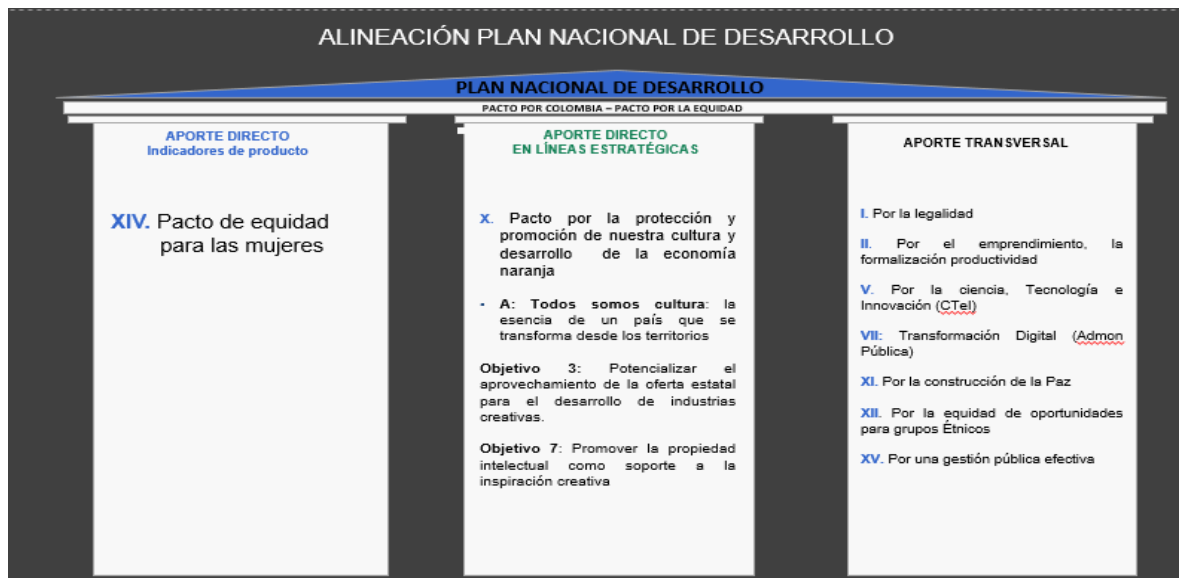


mujeres cada año a partir de 2020.

Teniendo en cuenta la contingencia de la pandemia COVID 19 desde el programa se está realizando un contacto y seguimiento de las comunidades y artesanas por vía telefónica. A la fecha, y teniendo en cuenta esta estrategia, se han adelantado acciones con 677 mujeres, avance del 94%, entre los meses de enero y septiembre en los departamentos de Antioquia, Bolívar, Córdoba, Magdalena, Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño.

Así mismo, y de manera transversal e indirecta, pero alineado a la política pública, la entidad se encuentra adelantado iniciativas, las cuales han sido incluidas en su Plan Estratégico y Plan de Acción orientadas a dar alcance a pactos como los de: legalidad; emprendimiento, formalización y productividad; pacto por la ciencia, la tecnología y la innovación; por la construcción de la paz; por la equidad de oportunidades para grupos étnicos y el pacto por una gestión pública y efectiva.

Estas acciones pueden evidenciarse como parte de las actividades tanto misionales, así como las estratégicas y de apoyo, las cuales se desarrollarán en el presente documento.





### 1.1.2. Metas de la planeación estratégica sectorial atendidas por la Entidad

#### Avances 2019 frente al plan sectorial

Alineado al PND 2019 – 2022 fue estructurado el Plan Estratégico Sectorial, resultado de una construcción colectiva entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, como cabeza del Sector, y las entidades adscritas y vinculadas. Este plan ha sido constituido sobre seis ejes de trabajo:

1. Entorno Competitivo: crear condiciones habilitantes para lograr el crecimiento empresarial
2. Productividad e Innovación: aumentar la productividad de las empresas y generar crecimiento económico y desarrollo
3. Inversión: atraer inversión de alto impacto para el país
4. Emprendimiento y Formalización: facilitar la formalización, el emprendimiento y su escalabilidad
5. Nuevas Fuentes de Crecimiento: lograr crecimientos disruptivos en sectores con impacto significativo en el PIB y en el empleo
6. Fortalecimiento Institucional: mejorar el desempeño sectorial, fortaleciendo el pensamiento innovador, el compromiso y el crecimiento del capital humano, en la búsqueda de resultados que aporten a la transformación del país y promuevan un desarrollo económico y empresarial incluyente y sostenible.





En el marco de este plan, Artesanías de Colombia aporta directamente a cuatro ejes más el de fortalecimiento institucional, en las estrategias que se muestran a continuación



A continuación, se describe el avance los indicadores a cargo de Artesanías de Colombia, en las estrategias mencionadas.



#### **A1. Diseñar, implementar y coordinar políticas, programas e instrumentos que promuevan un entorno competitivo para el país**

**Indicador de la entidad:** Número de acuerdos que contribuyan a la facilitación del comercio de artesanías formalizados.

**Meta 2020:** 1 acuerdo

**Avance 2020:** Resultado de la agenda de mesas interinstitucionales, las brechas de comercialización detectadas en la vigencia anterior y acciones implementadas (las cuales serán claramente explicadas en el desarrollo de este informe), actualmente se encuentra en revisión y ajuste por parte del despacho de la Viceministra de Políticas y Normalización Ambiental de Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, la normativa para el aprovechamiento de productos forestales no maderables, la cual se espera facilite el acceso a la legalidad en el aprovechamiento de materias primas a las comunidades artesanas y por ende favorezca la comercialización de producto elaborado a nivel nacional e internacional, proceso del cual Artesanías de Colombia ha participado activamente.

#### **A4. Implementar y coordinar acciones para la promoción del comercio legal y leal**

**Indicador de la entidad:** Número de acciones implementadas para la identificación y cumplimiento normativo aplicables a las materias primas asociadas a la producción artesanal

**Meta 2020:** 1 acción.

**Avance 2020:** A partir de este mes de abril y a causa de la contingencia por la COVID 19 se solicitó ajuste de la meta de dos a una sola acción, tomando como criterio para la misma, aquella sobre la cual, aun en medio de la contingencia, puede seguir ejecutándose. Esta acción es la de la *“implementación de iniciativas para el manejo adecuado de las materias primas”*. Las actividades ejecutadas durante la vigencia como parte de esta acción, serán descritas en el capítulo correspondiente a la perspectiva de comunidad y medio ambiente, en el presente informe.



## **B1. Diseñar e implementar intervenciones que incrementen la productividad de las empresas**

**Indicador de la entidad:** Unidades productivas fortalecidas

**Meta 2020:** 240

**Avance 2020:** En el marco de la estrategia nacional de mejoramiento productivo se realizan actividades encaminadas a obtener un incremento de la productividad. Sin embargo, durante la vigencia 2020, considerando la dificultad para acceder a las regiones por la contingencia, no es posible realizar la medición de productividad.

Teniendo en cuenta la situación de emergencia sanitaria generada por la COVID 19, se emprendieron diferentes acciones con el fin de apoyar la reactivación productiva de las unidades artesanales:

Es así que se inició con el proceso de difusión del protocolo de bioseguridad del sector artesanal “Conoce cómo hacer el protocolo de bioseguridad de tu taller artesanal” a través de la realización de 3 charlas regionales, en los departamentos de Valle del Cauca, Huila y Putumayo, que contaron con la participación de 60 asistentes. Por otro lado, se diagramaron las infografías del protocolo para facilitar su difusión a las comunidades que tienen problemas de conectividad.

Se realizó consolidado nacional de las necesidades en elementos de bioseguridad, materias primas, insumos y herramientas (según criterio de uso compartido) con sus correspondientes presupuestos.

En el marco de la implementación de la estrategia de mejoramiento productivo, se realiza capacitación técnica virtual en el oficio de trabajo en madera, cuero, totumo en las temáticas de generalidades, secado, preservación y acabados naturales de la madera, con su respectivo desarrollo de material pedagógico, llevadas a cabo por maestros expertos en estas áreas.

Otras acciones y sus resultados, encaminados al fortalecimiento de unidades productivas, se describirán con mayor precisión y detalle en el capítulo correspondiente a los avances de la gestión de la perspectiva de cliente y beneficiario.



## **D1. Incrementar los beneficios y reducir los costos asociados a la formalización de micro, pequeñas y medianas empresas**

**Indicador de la entidad:** Número de talleres de emprendimiento y formalización realizados con sector artesanal

**Meta 2020:** 500 Talleres

**Avance 2020:** Los equipos regionales de los laboratorios de innovación y diseño y los programas especiales elaboraron planes de acción relacionados con las capacitaciones y asistencias técnicas basadas en contenidos digitales. Se desarrollaron cápsulas, videos, piezas gráficas, audios y presentaciones para atención integral. Se han dictado en lo corrido del año 567 talleres de comercialización y emprendimiento, contando con la asistencia y participación de 12.515 artesanos, un promedio de 2.085 participantes cada mes.

## **E1. Implementar la estrategia del Sector para la promoción, desarrollo e impulso de la Economía Naranja**

**Indicador de la entidad:** Número de laboratorios de innovación fortalecidos a nivel nacional

**Meta 2020:** 33 Laboratorios fortalecidos

**Avance 2020:** Se cuenta con actividades en los Laboratorios de Innovación y Diseño, en los 32 departamentos y en Bogotá, es decir un total de 33 Laboratorios fortalecidos en 2020.

*Este indicador mide, como se evidenció anteriormente, uno de los compromisos en el marco del PND.*

## **E1. Implementar la estrategia del Sector para la promoción, desarrollo e impulso de la Economía Naranja**

**Indicador de la entidad:** Productos innovadores producidos

**Meta 2020:** 600 Productos

**Avance 2020:** Los Laboratorios de Innovación y diseño ejecutan actividades de asistencia técnica, en procesos de codiseño, mejoramiento de la producción y comercialización para el desarrollo de productos; es así que en el mes de septiembre, se realizaron los comités Nacionales de Diseño, en los cuales se aprobaron: Región altiplano y Santanderes: 109



referencias, Región Surandina y Amazonia: 178 referencias, Región Caribe: 191 referencias, Eje cafetero y Antioquia 180 referencias, para un total de 691 nuevos diseños aprobados para producción, de la colección 2020 de los Laboratorios de Diseño e Innovación.

### **E1. Implementar la estrategia del Sector para la promoción, desarrollo e impulso de la Economía Naranja**

**Indicador de la entidad:** Número de iniciativas con otras actividades pertenecientes a la economía naranja

**Meta 2020:** 5 iniciativas

**Avance 2020:** Las cinco iniciativas con otras actividades de economía naranja son: 1. Arte; 2. Arquitectura, 3. Diseño, 4. Moda y 5. Joyería.

Para la implementación de estas articulaciones se han creado los programas de: Arte Vivo, Artesanías- arquitectura y se continúa trabajando los programas de Moda Viva y Joyería.

Los principales resultados de cada articulación y los programas por medio de los cuales se operacionaliza, serán presentados en el capítulo de la perspectiva cliente y beneficiario.

*Este indicador mide, como se evidenció anteriormente, uno de los compromisos en el marco del PND.*

### **E1. Implementar la estrategia del Sector para la promoción, desarrollo e impulso de la Economía Naranja**

**Indicador de la entidad:** Número de signos distintivos tramitados para la protección del sector artesanal

**Meta 2020:** 120 signos distintivos

**Avance 2020:** En lo corrido del año se han asesorado, realizando el examen jurídico de viabilidad de 69 trámites virtuales (67 marcas, 1 autorización de uso de sello de Denominación de Origen y 1 diseño industrial), así mismo, se procedió a diligenciar formularios y enviar instrucciones de consignación del costo de las solicitudes de marca – es necesario aclarar – que la radicación e inicios de procesos dependen del cumplimiento de las normativas legales y la disposición de los artesanos quien asume el costo de su solicitud y el trámite virtual actual.



### **E1. Implementar la estrategia del Sector para la promoción, desarrollo e impulso de la Economía Naranja**

**Indicador de la entidad:** Número de jornadas realizadas de fortalecimiento a la protección del sector artesanal

**Meta 2020:** 22 jornadas

**Avance 2020:** En lo corrido del año se han realizado un total de 20 jornadas de capacitación en derechos de autor, consumidor y marcas, esto ha permitido la atención de un total de 773 beneficiarios.

### **E1. Implementar la estrategia del Sector para la promoción, desarrollo e impulso de la Economía Naranja**

**Indicador de la entidad:** Número de artesanos que participan anualmente en eventos nacionales, regionales o internacionales de comercialización

**Meta 2020:** 819 artesanos

**Avance 2020:** A 30 de septiembre de 2020 se han beneficiado, con la participación en ferias regionales a 315 artesanos de 29 Departamentos y Bogotá: Amazonas, Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Caquetá, Casanare, Cauca, Cesar, Choco, Córdoba, Cundinamarca, Guainía, Guaviare, Huila, La Guajira, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Putumayo, Risaralda, Santander, Sucre, Tolima, Valle del Cauca, Vaupés y Vichada. Se presenta un avance del 38,5%.

### **E1. Implementar la estrategia del Sector para la promoción, desarrollo e impulso de la Economía Naranja**

**Indicador de la entidad:** Número de eventos, espacios de exhibición y ferias locales, regionales, nacionales e internacionales con participación de artesanos acompañados por Artesanías de Colombia

**Meta 2020:** 24 eventos

**Avance 2020:** Al 30 de septiembre se cuenta con un avance acumulado de participación en 12 ferias, así: Carnaval Artesanal de Pasto, Feria de Manizales, Farex Cartagena, Feria Anato, Feria Expomalocas realizadas con presencia de artesanos, otras realizadas a través de medios virtuales como: La Gran Feria Virtual Juntos Nos Reactivamos, Tapiz artesanal realizada en Pasto, Bogotá, una joya solidaria, Día del sombrero Tolimense,



Subasta alianza Diageo & Artesanías de Colombia, Feria Seven Santander Fashion Industry y Palmetto Play 2020. Esto corresponde a un 50% de avance sobre la meta del año.

## **E1. Implementar la estrategia del Sector para la promoción, desarrollo e impulso de la Economía Naranja**

**Indicador de la entidad:** Valor de los ingresos de los artesanos

**Meta 2020:** 13.307 eventos

**Avance 2020:** Resultado de las iniciativas encaminadas a incrementar los ingresos de los artesanos, entre las que se encuentran: la participación en ferias regionales, las ferias organizadas por AdC en Asocio con terceros, el ingreso por inversión en producto y otras oportunidades de comercialización, se cuenta con los siguientes resultados de ingresos de los artesanos: Participación de ferias regionales: \$526,6 MM; inversión en producto artesanal \$1.458,4 MM; oportunidades comerciales facilitadas a los artesanos: \$2.788 MM. Es así que a la fecha se han facilitado ingresos a los artesanos por valor \$4.773 MM, lo que equivale a un avance del 35,9% de la meta.

En cuanto al eje transversal de fortalecimiento institucional, la entidad aporta con los siguientes indicadores:

**Indicador de la entidad:** Número de puntos porcentuales de incremento en la dimensión de talento humano del Índice de Desempeño Institucional del Sector Comercio, Industria y Turismo

**Meta 2020:** 0,5 puntos

**Avance 2020:** En el mes de mayo fueron recibidos los resultados de FURAG, los cuales incluyen el IDI de la gestión 2019. Para el caso de la dimensión de Talento humano, a la entidad solo le aplica la política de integridad. El resultado en esta dimensión fue de: 78,7 puntos, que comparado con el resultado de la gestión 2018, equivalente a 73,9, se evidencia un incremento de 4,8 puntos. La meta equivalía a crecer 0,5 puntos, meta que fue superada con la gestión de 2019. Así mismo, se siguen ejecutando los planes de trabajo enmarcados en las rutas de la felicidad, la calidad, el crecimiento y con mayor énfasis el de integridad. En la perspectiva de aprendizaje y desarrollo se ampliarán los



resultados de cada uno de estos planes. Se espera con los avances implementados mantener e incluso continuar mejorando la calificación en el puntaje proyectado.

**Indicador de la entidad:** Índice de Desempeño Institucional Sectorial de la vigencia anterior

**Meta 2020:** 80,6 % (Evaluación gestión 2019)

**Avance 2020:** Durante el mes de mayo se recibieron los resultados de FURAG, los cuales reflejan el IDI correspondiente a la gestión 2019. El IDI de Artesanías fue de 81,7 puntos, es decir 3,1 puntos más que el IDI anterior (línea de base) equivalente a 78,6 puntos. Este resultado comparado con la meta de la entidad para 2019, que era de 80,6 puntos, corresponde a un 101,4% de cumplimiento.

Estos resultados se presentaron de manera general a la alta dirección y líderes de política. Así mismo, se generó por cada dimensión y política un reporte de preguntas Vs Respuestas por índices y sub índices. Se realizaron mesas de trabajo con cada líder durante el mes de junio y fue presentado al Comité Institucional, los resultados y ajustes de los planes de trabajo priorizando aquellas recomendaciones dadas por el DAFP.

**Indicador de la entidad:** Porcentaje de ejecución del presupuesto público del sector CIT

**Meta 2020:** 91,51% obligado

**Avance 2020:** Con corte a septiembre se comprometieron \$17.573,8 millones que corresponden al 69,01% de los \$25.465,9 millones de apropiación definitiva de la vigencia 2020 y se obligaron \$14.070,7 millones que corresponden al 55,25% del total de la apropiación de la vigencia. La meta de obligaciones para el mes de septiembre era de 59,38%, es decir un cumplimiento del 93,04%.

**Indicador de la entidad:** Porcentaje de cumplimiento a los planes institucionales de austeridad.

**Meta 2020:** 90,51% de cumplimiento

**Avance 2020:** Con corte a septiembre se presenta un avance en plan de austeridad del 60%.





**Indicador de la entidad:** Porcentaje de ejecución del Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - PETI, con proyectos actualizados de acuerdo con los recursos asignados

**Meta 2020:** 100% de cumplimiento

**Avance 2020:** El plan cuenta con un avance del 38%.

**Indicador de la entidad:** Porcentaje de cumplimiento sectorial del Plan de Implementación de Instrumentos Archivísticos

**Meta 2020:** 40% de avance

**Avance 2020:** El plan de implementación está compuesto por las actividades formuladas en el Programa de gestión documental, el plan de conservación y el plan de preservación digital. A septiembre se cuenta con avance en 12 actividades de los planes en mención. Los avances de los planes son: Gestión documental: 95%; conservación documental: 77%; preservación digital: 73%. El % avance de implementación de instrumentos es 81,7%. (Este resultado es sobre 100%), es decir un 32,68% sobre el 40% esperado para la vigencia.

**Indicador de la entidad:** Porcentaje de PQRSD contestadas dentro del término de Ley

**Meta 2020:** 98% de cumplimiento

**Avance 2020:** Durante enero a septiembre de 2019 se han gestionado y tramitado un total de 362 PQRSD, de las cuales 361 han sido resueltas de manera oportuna, es decir el 99,72%. El tiempo promedio de respuesta en la gestión y tramite es de 8 días.

**Indicador de la entidad:** Porcentaje de programas en Gestión del Conocimiento e innovación implementados en las entidades sector

**Meta 2020:** 30% de avance del Programa

**Avance 2020:** A septiembre se cuenta con un avance del 68% según lo propuesto en el plan. Es decir, un avance del 20,4% sobre el 30% de implementación esperado para la vigencia

**Indicador de la entidad:** Porcentaje de servidores públicos del sector que participan en espacios de innovación



**Meta 2020:** 80% de los funcionarios

**Avance 2020:** Desde marzo presentó un reto en la innovación de la atención como consecuencia de la emergencia declarada por el COVID19. Al menos el 80% de los funcionarios se han involucrado, como parte de sus roles, en este proceso. Los avances a septiembre siguen siendo positivos y son registrados en el formato de Seguimiento a medidas COVID19 solicitado por MINCIT.

### **1.1.3. Metas y resultados de la gestión frente a la planeación estratégica institucional**

#### **1.1.3.1. Situación que se encontró al inicio del periodo (2019)**

Vale la pena recordar que la entidad ha estructurado su planeación bajo la metodología de Norton y Kaplan, y nuevamente fue usada para este cuatrienio, así que se estructuró la planeación por perspectivas estratégicas o áreas claves, cada una de ellas con objetivos que permiten agrupar las metas de acuerdo las necesidades puntuales de las diferentes partes interesadas.

En este sentido se formularon once objetivos, con sus indicadores. Estos indicadores son los que conforman el tablero de control o cuadro de mando integral que permiten monitorear el avance de la gestión, como parte del compromiso de la alta dirección por detectar brechas y tomar decisiones oportunamente. Estos indicadores se reconocen en la entidad como “indicadores de impacto institucional”.

Es importante reconocer, que además de los resultados de la gestión obtenidos durante 2019, este año también fue el punto de partida del direccionamiento estratégico, enmarcado en el Plan Nacional de Desarrollo 2019 – 2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la equidad”.

Los resultados de 2019, línea de base del presente documento, se encuentran en el informe de gestión respectivo bajo la estructura en mención.

Sin embargo, a continuación, se hace una breve descripción de los resultados obtenidos de la planeación en cuanto a estos indicadores, en 2019; esto considerando que es importante informar, como situación previa a la gestión actual, los resultados del primer año del cuatrienio.



Esta descripción se realizará por perspectiva y objetivo estratégico:

**Cliente y beneficiario** (Cuatro objetivos estratégicos)

**1. Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías**

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías	Barreras de comercialización gestionadas	N/A	N/A	100%	100%	100%	100%

Para el año 2019 la meta de este indicador corresponde a cero; pero con el fin de identificar, priorizar y por ende establecer los acuerdos que serán necesarios para poder contribuir a la facilitación del comercio, se definió como prioridad la elaboración de un documento que permita visibilizar las barreras existentes para el comercio interno y externo de artesanía colombiana. Finalizada la vigencia y luego de un análisis del contexto en esta materia, se concluyó el documento de "Identificación de Barreras para el comercio de Artesanías". Se identificaron 19 tipos de barreras y se realizó un estudio integral de cada uno con el fin de iniciar el proceso de acuerdos interinstitucionales. Insumo para las demás vigencias.

Sin embargo, durante el año, y aunque la meta era cero, producto de un conocimiento claro del sector y de algunas barreras, se realizaron gestiones en los Laboratorios de Innovación y Diseño para generar acuerdos y alianzas para la facilitación del comercio de artesanías. Para esto se realizaron algunas mesas de trabajo, entre ellas una sostenida con el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, en donde se priorizó como asunto crítico la identificación de las competencias de entidades sobre Registro de cultivos de especies forestales maderables y no maderables, resultado de la misma se obtiene la emisión del decreto 1532 del 26 de agosto de 2019 que establece las competencias de las Corporaciones Autónomas Regionales "CARs" y del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para el registro de cultivos. Considerándose este como el primer acuerdo que contribuirá a la facilitación del comercio.



## 2. Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional	Unidades productivas fortalecidas*	200	223	240	290	350	350
	Mujeres atendidas en el programa de Atención a Población Vulnerable (APV)**	210	1.187	720	720	720	720

En el marco de la estrategia nacional de mejoramiento técnico-productivo se desarrollan actividades de asistencia técnica en 7 oficios artesanales, dirigidas a 223 unidades productivas independientes y 23 grupos o comunidades artesanas, en 15 departamentos y 38 municipios, generando un incremento promedio en la productividad del 20%, obtenido en diferentes fases de proceso productivo.

Así mismo en el marco del programa de Atención a Población Vulnerable (APV) en el corrido del año se logró atender un total de 1.187 mujeres. Este es el indicador de producto directo, en el PND.

## 3. Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal	Comunidades intervenidas (Valor del patrimonio cultural)	N/A	N/A	9	9	9	9

Para el año 2019 la meta era 0. Durante 2019, se realizaron talleres de rescate de oficios y/o técnicas artesanales y se inició el proceso de transmisión de saberes con un levantamiento del estado del arte. A partir de 2020 se espera intervenir 9 comunidades.



#### 4. Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.	Aumento de los ingresos de los artesanos (Monto anual esperado / % de incremento)	\$ 28.323	\$ 28.831	\$ 30.273	\$ 31.787	\$ 33.376	\$124.267
		5%	7%	5%	5%	5%	22%

Es importante acalarar que la meta del indicador está en términos de crecimiento en los ingresos frente al año inmediatamente anterior. Para 2019 la línea de base fue de \$26.974 millones. En 2018 el monto de ingresos por comercialización era por ventas, a partir de 2019 y durante este cuatrienio será por compra.

A continuación, se discrimina por iniciativa los ingresos percibidos por los artesanos en 2019. Cada una de estas iniciativas y sus resultados serán expuestas de manera más específica a lo largo de este informe.

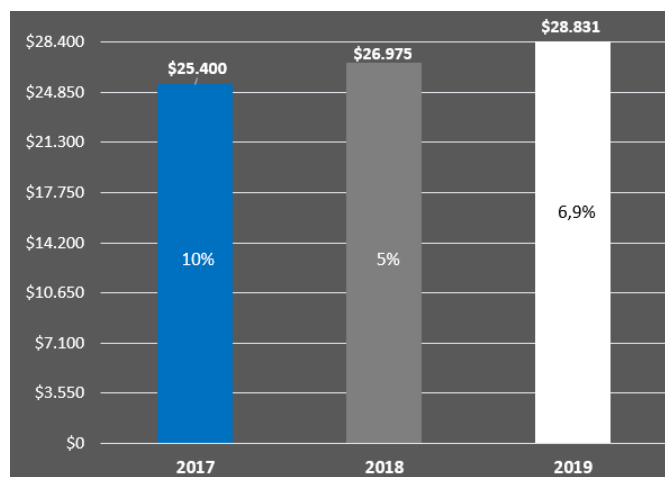
INGRESO DE LOS ARTESANOS					
INICIATIVA	Real 2018 (Línea Base)	Meta 2019	Resultado 2019		Meta 2020
FERIAS ORGANIZADAS POR ADC	17.332	19.110	18.854	99%	19.797
INGRESOS PARTICIPACIÓN EN FERIAS REGIONALES E INTERNACIONALES	1.185	1.285	1.795	140%	1.885
INGRESOS POR OPORTUNIDADES COMERCIALES A LOS ARTESANOS	1.784	2.874	2.904	101%	3.050
RUEDAS DE NEGOCIO	1.861	1.954	2.357	121%	2.475
INGRESOS DE LOS ARTESANOS POR COMERCIALIZACIÓN DE ADC	4.813 (N/A)*	3.100	2.921	94%	3.067
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>\$26.974</b>	<b>\$28.323</b>	<b>\$28.831</b>	<b>102%</b>	<b>30.273</b>

Como se puede evidenciar, durante 2019 los artesanos lograron ingresos por un total de \$28.831 MM derivado de iniciativas que se muestran a continuación: \*Participación en ferias organizadas por AdC en asocio con terceros: \$18.854MM, equivalentes al 99% de cumplimiento de la meta que correspondía a \$19.110MM. \*Otros ingresos resultados de la participación en espacios de exhibición y promoción: \$1.795MM es decir un 140% de cumplimiento de la meta que equivalía a \$1.285MM. \*Ingresos por oportunidades



comerciales: \$2.904MM, equivalente al 101% de la meta la cual equivalía a: \$2.874MM  
 \*Ruedas de negocios: \$2.357MM, un 121% de los \$1.954 MM proyectados \*Inversión en producto artesanal: \$2.921MM un 94% de la meta que correspondía a \$3.100 MM.

Se puede evidenciar como en lo corrido de los últimos años la meta, de incrementar un 5% anual frente a la vigencia anterior, ha sido superada.



Comportamiento anual ingresos de los artesanos

### Procesos Internos (Dos objetivos estratégicos)

#### 5. Actualizar y alinear las prácticas del buen gobierno corporativo al modelo de gestión de la entidad

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Actualizar y alinear las prácticas del buen gobierno corporativo al modelo de gestión de la entidad	Índice de desempeño Institucional (FURAG)	ND	78,6	80,6	82,6	84,6	86,6

En el mes de marzo de 2019 se presentó el FURAG II con los avances de la gestión de la vigencia 2018 y bajo los nuevos requisitos de la versión 2 del MIPG. El resultado de este FURAG II fue publicado por el DAFP en el mes de mayo y el mismo se convirtió en la línea de base para el cuatrienio y sobre la cual se planteó la meta del indicador de producto incluida en el PND, en el pacto XV “Por una gestión pública eficiente”. Con base



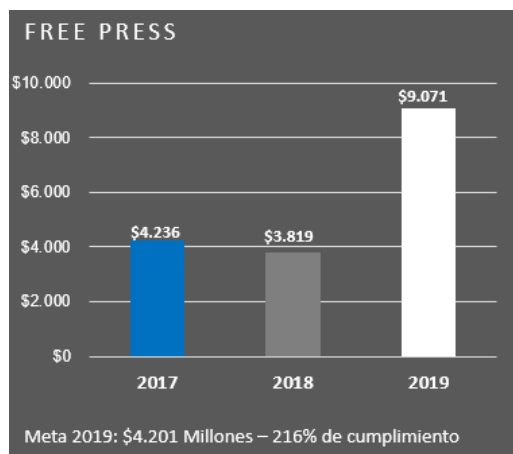
en lo anterior se establecieron las metas para los próximos cuatro años. El FURAG presentado arrojó como resultado para la entidad un total de 78,6 puntos, línea de base tomada en AdC para la proyección del cuatrienio.

### 6. Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés	Incremento del valor Free Press	\$ 4.201	\$ 9.071	\$ 9.252	\$ 9.438	\$ 9.626	\$ 37.387
		10%	137%	2%	2%	2%	143%

La entidad ha formulado, como estrategia corporativa, iniciativas que han permitido incrementar el reconocimiento y visibilización de la actividad artesanal en diferentes canales y medios de comunicación. Para poder evidenciar esta gestión se ha establecido como herramienta de divulgación el free press, que permite monitorear y monetizar las apariciones en medios, boletines, blogs, etc

Se toma como línea de base los resultados de 2018, monto que alcanzó los \$3.819 millones. El valor alcanzado en la vigencia 2019 fue de \$9.071MM, es decir un 216% de la meta para la vigencia correspondiente a \$4.201MM, que equivalía a un crecimiento del 10%. Cabe aclarar que el incremento se debió al logro en la contratación de una empresa de monitoreo de medios que logró evidenciar la gestión completa de comunicaciones. La línea de base se había tomado solo con datos free press que se obtenían con el apoyo de los aliados estratégicos en los dos grandes espacios de promoción: Expoartesano y Expoartesánias. A continuación, el comportamiento de este indicador en los últimos años



**Aprendizaje y desarrollo** (Un objetivo estratégico)

**7. Gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad**

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad	Incremento en la percepción de ambiente Laboral	4,6	-7,2	7,2	3,1	2,7	13

Esta medición es realizada por Great Place to Work, a través de una encuesta de percepción de ambiente laboral.

La línea de base para la meta de este indicador equivale a la calificación obtenida en 2019, cuando se logró un índice de ambiente laboral de 64,9 puntos, es decir 11,3% de crecimiento frente a 2017. Se esperaba, en 2019, lograr 69,5 puntos, la medición de ambiente laboral de la vigencia 2019 arrojó un resultado de 57,7 puntos.

**Sostenibilidad Financiera** (tres objetivos estratégicos)

**8. Apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas**





Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas	Recursos obtenidos por medio de alianzas estratégicas	\$9.760	\$ 10.205	\$ 10.243	\$ 10.432	\$ 10.827	\$ 41.707

Este indicador incluye los resultados de las iniciativas de cofinanciación a nivel nacional, nivel internacional y alianzas y patrocinios.

En 2019 se esperaba percibir recursos provenientes de alianzas estratégicas por un monto total de \$9.760 millones. El monto esperado incluía \$5.710 millones por cofinanciación con organizaciones del orden territorial y nacional; \$1.050 millones de apalancamiento con organizaciones de orden internacional y \$3.000 millones por patrocinio de eventos.

Al cierre del año se logró obtener un valor total de \$10.205 millones, equivalente a un 105% de cumplimiento de la meta (la cual fue ajustada durante la vigencia, debido a la dinámica institucional de alianzas) lo que representa un incremento del 8% frente a los recursos percibidos bajo esta estrategia en la vigencia 2018, equivalentes a \$9.478 millones.

Este resultado se logró a través de las cuatro iniciativas definidas para tal fin así:

\*Cofinanciación Nacional: \$5.799 millones apalancaron la operación en las regiones, a través de convenios con entidades del orden público y privado, nacional y territorial.

\*Cooperación Internacional: \$1.076 millones que se lograron a partir de alianzas internacionales para la ejecución de proyectos

\*Patrocinios: Se logró patrocinios por un valor de \$3.330 millones dirigidos a fortalecer el desarrollo de los diferentes espacios de promoción.

A continuación, se evidencia el comportamiento de cada iniciativa que aporta el resultado de este indicador estratégico.



ALIANZAS ESTRATÉGICAS						
INICIATIVA	Real 2018 (Línea Base)	Meta 2019 Inicial	Meta 2019 Ajustada	Resultado 2019		Meta 2020
MONTO DE RECURSOS COFINANCIACIÓN DE INICIATIVAS, CON ORGANIZACIONES DEL ORDEN NACIONAL Y/O TERRITORIAL	\$ 5.764	\$ 4.560	\$ 5.710	\$ 5.799	102%	\$ 5.804
MONTO DE RECURSOS OBTENIDOS POR COOPERACIÓN INTERNACIONAL	\$ 775	\$ 805	\$ 1.050	\$ 1.076	102%	\$ 1.076
MONTO DE RECURSOS OBTENIDOS POR ALIANZAS Y PATROCINIOS	\$ 2.939	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.330	111%	\$ 3.363
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>\$ 9.478</b>	<b>\$ 8.365</b>	<b>\$ 9.760</b>	<b>\$ 10.205</b>	<b>105%</b>	<b>\$ 10.243</b>

**9. Administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación de la entidad**

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta Ajustada	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación de la entidad	Ejecución presupuestal (obligaciones)	91,18%	91,4%	91,51	91,51	91,51	91,51

Con corte a diciembre de 2019, se obligaron \$21.058 millones que corresponden al 91,44% del total de la apropiación de la vigencia equivalente a \$23.029 (Con la apropiación bloqueada por valor de \$4.752 millones y la adición presupuestal de 419 millones).

**10. Implementar estrategias para generar ingresos que contribuyan a la sostenibilidad de la operación de Artesanías de Colombia**

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Implementar estrategias para generar ingresos que contribuyan a la sostenibilidad de la operación de Artesanías de Colombia	Ingresos adicionales generados	80%	0%	90%	90%	90%	90%

En la vigencia 2019 se formuló el plan de acción encaminado al cumplimiento de este indicador; el mismo no incluyó acciones que generaran ingresos para el año 1; debido a que se hizo necesario adelantar adecuaciones que permitieran el eficiente



aprovechamiento de los inmuebles de la entidad; tarea que se realizó durante la vigencia.

**Comunidad y medio ambiente** (Un objetivo estratégico)

**11. Promover el manejo adecuado de los recursos naturales y materias primas, para contribuir a la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas**

Objetivo	Indicador	2015			2016			2017			2018		
		Meta	Resultado	Cumplimiento	Meta	Resultado	Cumplimiento	Meta	Resultado	Cumplimiento	Meta	Resultado	Cumplimiento
Promover el manejo adecuado de los recursos naturales y materias primas para contribuir a la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas.	Cumplimiento Plan de Gestión Ambiental PGA	90%	100%	111%	90%	100%	111%	100%	100%	100%	100%	98,6%	98,6%

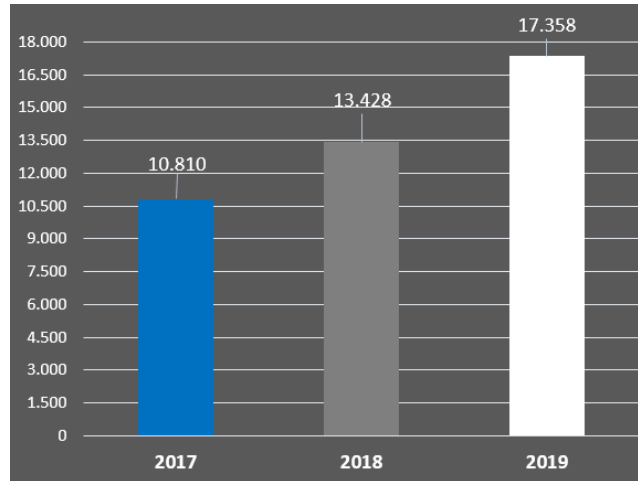
El Plan de Gestión Ambiental (PGA) en 2019 estuvo conformado por los programas de ecoeficiencia con 33 actividades formuladas y el programa misional con 5 actividades proyectadas. Al cierre del año se Implementó el 96.9% de las actividades contempladas dentro de los programas de ecoeficiencia, quedando una sola actividad pendiente de ejecución debido a recortes presupuestales, correspondiente a la instalación de canecas de colecta selectiva por área en la sede principal de la entidad para mejorar la separación en la fuente. Por otro lado, se ejecuta el 100% de las actividades contempladas dentro del programa misional. En conclusión, se obtiene un cumplimiento de implementación del PGA del 97.3%.

Como resultado transversal de la puesta en marcha de todas las estrategias e iniciativas definidas para el cumplimiento de la gestión se cuenta con un indicador estratégico que ha permitido evidenciar la cobertura demográfica de la vigencia.

Es así que durante 2019 producto de esta intervención se logró atender a 17.358 beneficiarios, que equivale a un cumplimiento sobre la meta que equivalía a 15.609 (ajustada, la meta inicial del año era: 9.715) de la vigencia del 111% y un crecimiento del 29% frente a la atención realizada en 2018 que correspondió a 13.428 beneficiarios. De este logro sobresale el resultado de la atención a través de los laboratorios de Innovación



y diseño (11.478 beneficiarios – 112% de la meta), el programa de atención a grupos étnicos (1.609 beneficiarios – 115% de la meta), el programa de Atención a Población Vulnerable (APV) (1.495 beneficiarios – 111% de la meta), los beneficiarios de la inversión en producto artesanal (669 beneficiarios – 115% de la meta)



**Comportamiento anual beneficiarios atendidos  
Número de servicios**

La distribución de los beneficiarios y su cumplimiento por programa, proyecto e iniciativa se muestra a continuación con una breve descripción de sus resultados. En el desarrollo del presente informe de gestión se profundizará en cada uno de ellos de manera independiente.



BENEFICIARIOS ATENDIDOS (NÚMERO DE SERVICIOS)					
PROGRAMA /PROYECTO /INICIATIVA					
Programas / proyectos / iniciativas	Resultado 2018	Meta 2019	Meta ajustada 2019	Avance 2019	Observaciones
Beneficiarios de Fortalecimiento de la actividad artesanal	7.539	6.006	10.210	11.478	Se han atendido 11478 beneficiarios en 26 departamentos y Bogotá. 112% de cumplimiento
Beneficiarios atendidos poblacion vulnerable y desplazada (APV)	910	700	1.350	1.495	Se han atendido 1495 beneficiarios en 6 departamentos.
Beneficiarios atendidos grupos étnicos	1.700	360	1.400	1.609	Se han atendido 1609 beneficiarios en 23 departamentos y Bogotá. 115% de cumplimiento
Beneficiarios de inversión de producto artesanal para vitrinas y ventas institucionales	557	584	584	669	Con corte diciembre se compró producto artesanal a 669 proveedores de artesanías ubicados en 31 departamentos del país. El monto de la inversión en producto artesanal fue de \$3.599.371.723 Esto para un avance del 115% de la meta de beneficiarios.
Beneficiarios atendidos en capacitación en mercadeo y ventas	264	277	277	280	Se han beneficiado 280 artesanos en esta iniciativa, en 17 departamentos del país. Esto equivale a un 101% de cumplimiento de la meta de la vigencia.
Beneficiarios de establecimientos intervenidos en la mejora de sus espacios de venta directa	269	282	282	284	Se han atendido 284 artesanos a través de esta iniciativa en 16 departamentos. El cumplimiento sobre la meta es del 101%
Artesanos atendidos ubicados en zonas turísticas colombianas		388	388	390	Se han atendido 390 artesanos a través de esta iniciativa en 16 departamentos. El cumplimiento sobre la meta es del 101%
Beneficiarios (unidades productivas) participantes en oportunidades comerciales promovidas por ADC	1.132	1.118	1.118	1.153	Al mes de noviembre se ha contado con la participación de 1153 unidades productivas, es decir un avance del 103% en 21 espacios de promoción así: Carnaval Artesanal de Pasto: 76; Feria de Manizales: 25; Manos de Oro (Popayán): 10; Expoartesano: 347; Encuentro Nacional de Maestros Artesanos en Neiva Huila: 4; Raíces Bucaramanga: 22; Oviedo: 12; Raíces El Retiro: 10; Mercado artesanal Las Aguas: 26; Festival musical Ibagué: 5; Sabor Barranquilla: 2; Mompox: 15; Raíces Pereira: 29; Panaca: 24; Raíces Duitama: 30; Feria Nacional de Pitalito: 20; Encuentro Raíces Cali: 32; Encuentro Raíces Montería: 20; Norte de Santander: 73; Expoartesanas:
<b>Total beneficiarios</b>	<b>13.428</b>	<b>9.715</b>	<b>15.609</b>	<b>17.358</b>	



### 1.1.3.2. Avances en la gestión 2020.

Con el fin de mostrar la generalidad de la gestión institucional a continuación se presentan los resultados y avance de la planeación en cuanto a los indicadores estratégicos en lo corrido del año.

#### Cuadro de mando integral

Por perspectiva y objetivo estratégico se relacionan los principales avances de la entidad durante 2020



#### Cliente y beneficiario (Cuatro objetivos estratégicos)

##### 1. Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Avance	Meta	Meta	
Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías	Barreras de comercialización gestionadas	N/A	N/A	100%		100%	100%	100%



Para el año 2019 la meta era 0 ya que durante este año se realizó el diagnóstico que permitió identificar 19 barreras existentes, como se vió anteriormente. Posterior al análisis del diagnóstico se priorizaron 12 barreras a gestionar en la vigencia 2020. La meta equivale al 100% de estas barreras gestionadas.

Los resultados sobre esta gestión se validaran al cierre de la vigencia. A continuación se presenta la matriz de barreras priorizadas:



**MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE BARRERAS PARA EL COMERCIO DE LA ARTESANÍA COLOMBIANA**

<b>Nombre Barrera</b>	<b>Descripción barrera</b>	<b>Tipo de barrera</b>	<b>Comunidad/Oficio</b>
<b>Formalización</b>	<p>Se identifica que la mayoría de los artesanos colombianos son de Régimen No Responsable del IVA (antiguo Régimen Simplificado). La informalidad persiste ya que muchos de ellos no sobrepasan el tope de ventas para ser considerados responsables del IVA (anteriormente Régimen Común.) Esta situación sucede a menudo cuando un (a) artesano líder representa un colectivo o una comunidad y recibe a su nombre las ventas de su grupo pero el monto de esta venta es finalmente distribuido entre cada uno de los artesanos. Este modelo de asociatividad conlleva a un desconocimiento de las implicaciones tributarias derivadas de la labor productiva en comunidad.</p> <p>En realidad, existe un gran desconocimiento por parte del sector artesanal sobre las implicaciones para ser responsables del IVA así como de los diferentes beneficios tributarios del Gobierno Nacional. Es importante trabajar de manera conjunta con las cámaras de comercio y la DIAN para brindar mayor información al sector sobre las características de cada régimen y las implicaciones tributarias.</p> <p>Se identifica igualmente que existen artesanos que aún no se encuentran registrados ante la cámara de comercio de sus regiones. Se debe trabajar igualmente con las Cámaras y otras entidades estatales para seguir fortaleciendo el mensaje de la formalización y legalidad de los comercios sin olvidar que el registro ante Cámaras de Comercio puede implicar costos, responsabilidades financieras y tributarias que en muchos casos los artesanos no pueden asumir, como la obligación de renovación de matrículas, por lo cual consideramos se podría replantear unas tarifas preferenciales para el sector artesanal.</p>	Legalidad	filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: putumayo y Amazonas mopa mopa y tamo : Pasto iraca: Sandoná , aguadas , Suaza caña flecha : Tuchín tejeduría : san Jacinto , la guajira





<b>Precio /Competitividad</b>	El sector artesanal tiene particularidades que hacen que su precio varíe según la estación del año, obtención de la materia prima de bases naturales, procesos de producción, calidad y el valor del transporte. Esto dificulta la estandarización de precios para cada familia de producto, requisito que exige la SIC actualmente para la publicación de precios al público, ya que el precio es variable y se debe recotizar con los artesanos cada vez que se presenta una oportunidad comercial. Los altos costos de la artesanía igualmente afectan la competitividad con otros mercados como Asia, India, Marruecos, entre otros.	Entorno competitivo	filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: putumayo y amazonas mopa mopa y tamo : Pasto iraca: Sandoná , aguadas , Suaza caña flecha : Tuchín tejeduría : san Jacinto , la guajira
<b>Precio /Competitividad</b>	Se requiere revisar los costos de producto final para ser más competitivos.	Entorno competitivo	filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: putumayo y amazonas mopa mopa y tamo : Pasto iraca: Sandoná , aguadas , Suaza caña flecha : Tuchín tejeduría : san Jacinto , la guajira
<b>Herramientas Financieras</b>	Hemos identificado que el sector artesanal requiere de mecanismos eficientes para financiar sus proyectos o compra de materia prima para posibles oportunidades comerciales que se presentan. Es importante que el Gobierno siga apoyando estos créditos y microcréditos para el sector artesanal.	Financiamiento	filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: putumayo y amazonas mopa mopa y tamo : Pasto iraca: Sandoná , aguadas , Suaza caña flecha : Tuchín tejeduría : san Jacinto , la guajira



<b>Acceso a TICS y Comunicaciones</b>	<p>En algunas regiones el acceso a las comunicaciones tanto telefónicas como vía internet son muy limitadas. Consideramos que es una gran herramienta de comunicación con el sector para acercar mucho más la oferta con la demanda.</p> <p>El comercio B2B, B2C no es impulsado lo suficiente dentro del sector artesanal.</p>	Productividad e innovación	<p>filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca.</p> <p>Madera: putumayo y amazonas mopa mopa y tamo : Pasto iraca: Sandoná , aguadas , Suaza caña flecha : Tuchín tejeduría : san Jacinto , la guajira</p>
<b>Habilidades de Comercialización</b>	<p>Para atender las oportunidades del mercado nacional e internacional se requiere una mejor atención al cliente por parte del sector artesanal, fortalecimiento de habilidades comerciales, fidelización de clientes.</p>	Entorno competitivo	<p>filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca.</p> <p>Madera: putumayo y amazonas mopa mopa y tamo : Pasto iraca: Sandoná , aguadas , Suaza caña flecha : Tuchín tejeduría : san Jacinto , la guajira</p>
<b>Financiera</b>	<p><u>Transacciones Bancarias</u>: falta de bancos en zonas de difícil acceso, costos bancarios, capacitaciones sobre manejo de cuentas bancarias y programas de ahorro</p>	Legalidad	<p>filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca.</p> <p>Madera: putumayo y amazonas mopa mopa y tamo : Pasto iraca: Sandoná , aguadas , Suaza caña flecha : Tuchín tejeduría : san Jacinto , la guajira</p>



<b>Legalidad Materias Primas</b>	<p>Se desconoce la especie maderable empleada en la elaboración de los productos: este desconocimiento del cumplimiento de los requisitos mínimos normativos para el aprovechamiento y comercialización de materias primas es de origen silvestre. Se presenta incluso la imposibilidad del pequeño productor para dar cumplimiento a la norma por aspectos tales como tenencia de tierras y los costos asociados en la obtención de los requisitos y trámites, entre otros, que están directamente relacionados con la obtención de vistos buenos, necesarios para procesos de comercialización al exterior.</p> <p>Se requiere Plata certificada, para las exportaciones de joyería y en este momento es imposible conseguirla.</p>	Legalidad	<p>1. - Sativanorte (Boyacá): Cestería en Esparto</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Comunidad Wounaan, Agua Clara, Resguardo Burojon - (Buenaventura-Valle del Cauca) : Tejeduría Werregue.</li><li>- Pitalito (Huila) : Cerámica</li><li>- Santafé de Antioquia: Joyería</li><li>- Guamo (Tolima) : Cerámica Chamba</li><li>- Galapa, Puerto Colombia y Tubará (Atlántico): Trabajo en maderas.</li><li>- Proveedores de producto de AdC: Tejeduría en Werregue</li></ul> <p>2. Identificación en laboratorio de especies maderables provenientes de los municipios de Galapa, Turbaco, Buenaventura, San Jacinto (Sucre), Puerto Nariño (Amazonas), a través del convenio suscrito con la Faculta de Medio Ambiente de la Universidad Distrital.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Identificación de especies de fibras vegetales en Laboratorio.</li><li>- Realización de diagnósticos de oferta y demanda de las especies Junco y enea en Luruaco, corregimiento San Juan de Tocagua departamento de Atlántico, Gaita (Pajarito y Duitama -Boyacá) y Wérregue (Resguardo Agua Clara, Bajo San Juan-Chocó).</li><li>- Practicas de repoblamiento en La Alta Guajira (Parque Nacional Natural Macuira): Comunidad Wayuu, cestería en paja mawisa o Mulúu)</li></ul>
----------------------------------	---	-----------	---



<p><b>Trámites de Exportación</b></p>	<p>Muchos de los grupos artesanales existentes en el país, poseen bajos niveles de formalización empresarial, un alto desconocimiento normativo en responsabilidades civiles y tributarias, y escasa participación en mercados internacionales. Registrarse como exportador y realizar procesos de exportación implican una serie de requisitos, compromisos y obligaciones tributarias que para el sector artesanal terminan siendo regresivas, en la medida que se desconocen las particularidades y dinámicas asociativas, comerciales y económicas de los diferentes grupos artesanales del país.</p> <p>Se identifican las siguientes oportunidades de mejora en el ejercicio comercial de venta hacia mercados internacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desconocimiento de los requisitos del país importador.</li> <li>- Desconocimiento de los operadores logísticos que prestan el servicio de exportación y los costos asociados.</li> <li>- Desconocimiento de los costos de trámites y envíos.</li> <li>- Desconocimiento del concepto y de los beneficios de las preferencias arancelarias que puede reducir o eliminar los derechos de importación, concedida por un país a otro en el marco de un acuerdo o de un instrumento unilateral.</li> <li>- Desconocimiento del certificado de origen, se desconoce quiénes pueden solicitarlo, a qué tipo de productos les aplica, como se hace la solicitud, tiempo del trámite, entre otros.</li> <li>- Desconocimiento en la obtención de Vistos Buenos:</li> </ul> <p>La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del visto bueno, deberá entonces el exportador tramitar ante la autoridad correspondiente y obtener con anterioridad a la exportación los vistos buenos o requisitos especiales, que de conformidad con las normas vigentes requiera su producto para ser exportado.</p>	<p>Exportación</p>	<p>filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca.</p> <p>Madera: putumayo y amazonas mopa mopa y tamo : Pasto iraca: Sandoná , aguadas , Suaza caña flecha : Tuchín tejeduría : san Jacinto , la guajira</p>
<p><b>Registro de Exportaciones DANE</b></p>	<p>A pesar de los múltiples esfuerzos que se han realizado para la identificación de las exportaciones del sector artesanal por partida arancelaria en los reportes del DANE, sigue siendo una dificultad el poder obtener una cifra real ya que muchas partidas siguen siendo generales y no permiten la desagregación y el detalle para identificar la cifra real de exportación de la artesanía en Colombia. Desde Artesanías de Colombia se viene sin embargo trabajando en un proyecto con el DANE para detallar un poco más estas partidas que esperamos permitan empezar a filtrar y contabilizar de manera más oportuna estas exportaciones. Por otro lado, una gran cantidad de artesanos realiza envíos internacionales vía courier que actualmente no se están registrando en los informes del DANE.</p>	<p>Exportación</p>	<p>filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca.</p> <p>Madera: putumayo y amazonas mopa mopa y tamo : Pasto iraca: Sandoná , aguadas , Suaza caña flecha : Tuchín tejeduría : san Jacinto , la guajira</p>



<b>Canales de Comercialización</b>	Las ferias y eventos comerciales son el principal canal de comercialización para los diferentes grupos artesanales del país, sin embargo para muchos productores se ha convertido en su único medio de promoción, posicionamiento comercial y generación de ingresos, lo que genera una alta dependencia de este canal para la sustentabilidad de su actividad productiva. No obstante, la problemática se agudiza teniendo en cuenta que hay una alta oferta de nuevos productores interesados en participar, pero al interior de las ferias los espacios comerciales son limitados.	Entorno competitivo	filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: putumayo y amazonas mopa mopa y tamo : Pasto iraca: Sandoná , aguadas , Suaza caña flecha : Tuchín tejeduría : san Jacinto , la guajira
<b>Alianzas Productivas</b>	Una de las barreras para la comercialización que enfrenta el sector actualmente, se relaciona con la baja capacidad de los diferentes grupos artesanales de coordinar esfuerzos, recursos y habilidades con el sector productivo de pequeñas, medianas y grandes empresas de reconocidos diseñadores, grandes superficies y tiendas especializadas, para de manera conjunta aprovechar oportunidades comerciales. Este tipo de cooperación favorece el intercambio de conocimiento, inserción en nuevos nichos de mercado, posicionamiento comercial y acceso a financiamiento.	Entorno competitivo	filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: putumayo y amazonas mopa mopa y tamo : Pasto iraca: Sandoná , aguadas , Suaza caña flecha : Tuchín tejeduría : san Jacinto , la guajira



Parte del resultado esperado en esta estrategia es el tema de formalizar acuerdos. Como se informó en los avances de los compromisos del Plan estratégico Sectorial, actualmente se encuentra en revisión y ajuste por parte del despacho de la Viceministra de Políticas y Normalización Ambiental de Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, la normativa para el aprovechamiento de productos forestales no maderables, la cual se espera facilite el acceso a la legalidad en el aprovechamiento de materias primas a las comunidades artesanas y por ende favorezca la comercialización de producto elaborado a nivel nacional e internacional, proceso del cual Artesanías de Colombia ha participado activamente.

Entre las principales acciones ejecutadas al corte, para la gestión de barreras se encuentran:

- ✓ A través del acuerdo con el Banco Agrario y las diferentes capacitaciones realizadas a los artesanos se han gestionado 389 solicitudes de crédito para artesanos
- ✓ Se cuenta con la estructura del Marketplace Artesanal - Artesanías de Colombia que tendrá su lanzamiento en el mes de noviembre.
- ✓ Se consigue la Alianza con Claro: 4 meses de plan prepago para comunicación vía celular (redes, minutos ilimitados, 1.8 GB y capacitación) artesanos APV de los departamentos de Nariño, Cauca, Valle, Choco, Urabá Antioqueño y Córdoba. Diez líderes en regiones
- ✓ 100 artesanos de 19 departamentos han sido capacitados frente a las herramientas para la venta online de la plataforma: Yo me quedo en mi negocio (links de pago, botones de pago, tienda virtual, datafonos móviles).
- ✓ Los procesos de apoyo al registro de información para solicitar créditos con base en el acuerdo hecho con el Banco Agrario, el seguimiento a los análisis, el establecimiento del proceso “paso a paso” y la capacitación a los artesanos, han sido las tareas fundamentales desarrollados hasta ahora. A través del acuerdo con el Banco Agrario que está compuesto de 4 módulos y que se ha denominado “Educación financiera para la vida” se capacitaron 1.588 artesanos
- ✓ PROCOLOMBIA apoya la realización de Rueda de Negocios Internacional en el



marco de las ferias artesanales Expoartesano y Expoartesánias a través de la convocatoria de compradores internacionales con el apoyo de las oficinas comerciales de Procolombia en diferentes países, con el fin de incrementar e impulsar las exportaciones de sector artesanal colombiano. En el marco de las ruedas de negocios se programarán sesiones virtuales para capacitar los artesanos participantes en temas de exportación.

Algunas de estas acciones serán ampliamente desarrolladas en este documento.

## 2. Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Avance	Meta	Meta	
Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional	Unidades productivas fortalecidas*	200	223	240		290	350	350
	Mujeres atendidas en el programa de Atención a Población Vulnerable (APV)**	210	1.187	720	677	720	720	720

El indicador de unidades productivas fortalecidas es de medición anual; producto de la ejecución de los proyectos regionales. Las acciones que se encuentran en ejecución para dar alcance a esta meta, del cual se reportó avance en el capítulo anterior.

El indicador de mujeres atendidas, corresponde al indicador de producto del PND, cuyo avance fue reportado en el capítulo anterior, y del cual la medición se realiza semestralmente.

## 3. Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Avance	Meta	Meta	
Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal	Comunidades intervenidas (Valor del patrimonio cultural)	N/A	N/A	9		9	9	9

Basado en el documento “Programa de Estímulos a la Transmisión de Saberes Artesanales”, resultado del levantamiento del estado del arte en 2019 y conscientes de las dificultades que afrontan los artesanos ante la actual emergencia sanitaria decretada por



el Gobierno Nacional por causa de la pandemia del Coronavirus COVID-19, dentro de la estrategia “Artesano estamos contigo”, la entidad adelanta acciones que aporten al desarrollo, la sostenibilidad y recuperación del sector artesanal en el país.

Teniendo en cuenta que uno de los efectos generados por la actual emergencia sanitaria, es que las comunidades indígenas artesanales y los artesanos tradicionales se han visto obligados a dejar en un segundo plano la actividad artesanal debido a la ausencia de canales de comercialización, y dedicarse a resolver necesidades básicas, consideramos necesario, en el actual marco de reactivación de la economía rural, revitalizar los oficios artesanales indígenas y tradicionales.

Por lo anterior, se ha dado inicio a una estrategia para fomentar en 30 comunidades indígenas y tradicionales, actividades de transmisión de saberes en el que maestros artesanos revitalicen la actividad artesanal en los grupos que lideran. Se espera al finalizar la estrategia resultados puntuales con algunos de estas comunidades, mínimo 9, como ha sido establecido en la meta.

#### 4. Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Avance**	Meta	Meta	
Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.	Ingresos de los artesanos (Monto anual esperado / % de incremento)	\$ 28.323*	\$ 28.831	\$ 13.308	4.773	\$ 13.972	\$ 14.671	\$ 70.781
		5%	7%	NA	36%	5%	5%	

Este indicador, como se puede observar en el análisis de la vigencia anterior, contemplaba año a año, una meta en términos de incremento en espera de contar cada vez con más espacios de visibilización y promoción del sector artesanal. Es así que, en 2020 se esperaba un crecimiento del 5% sobre los ingresos percibidos por los artesanos en 2019.

Sin embargo, a partir de junio de 2020 se realizó ajuste de metas, teniendo en cuenta el cambio estratégico que fue realizado por causa de la contingencia derivada por la pandemia por COVID – 19. Esto llevó a que el indicador no sea medido en término de





crecimiento durante la vigencia. Se han aunado esfuerzos y buscado recursos para aportar a la reactivación del sector. En el capítulo correspondiente a la perspectiva de cliente y beneficiario, se ampliará con detalle las de las iniciativas y acciones que se vienen adelantado.

Resultado de las iniciativas encaminadas a incrementar los ingresos de los artesanos, a la fecha se han facilitado ingresos por valor \$4.773 MM, lo que equivale a un avance del 35,9% de la meta. Este indicador hace parte de los indicadores del plan sectorial como se informó en el capítulo anterior.

A continuación, la discriminación de este resultado, con el ajuste de meta realizado, producto de la contingencia:

INGRESO DE LOS ARTESANOS							
INICIATIVA	Real 2018 (Línea Base)	Meta 2019	Resultado 2019	2020			
				Meta	Meta ajustada	Avance	
FERIAS ORGANIZADAS POR ADC	17.332	19.110	18.854	19.797	6.450		
INGRESOS PARTICIPACIÓN EN FERIAS REGIONALES E INTERNACIONALES	1.185	1.285	1.795	1.885	1.991	527	26%
INGRESOS POR OPORTUNIDADES COMERCIALES A LOS ARTESANOS	1.784	2.874	2.904	3.050	3.050	2.788	91%
RUEDAS DE NEGOCIO	1.861	1.954	2.357	2.475	50		
INGRESOS DE LOS ARTESANOS POR COMERCIALIZACIÓN DE ADC	4.813 (N/A)*	3.100	2.921	3.067	1.767	1.458	83%
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>\$26.974</b>	<b>\$28.323</b>	<b>\$28.831</b>	<b>30.273</b>	<b>13.308</b>	<b>4.773</b>	<b>36%</b>

Es importante destacar que el mayor impacto de los ingresos de los artesanos se refleja en los resultados de la Feria Expoartesánías y Expoartesano, ferias a realizarse de manera remota en el último trimestre del año, además de la nueva estrategia del Market Place, como espacio de promoción de la artesanía.



**Cliente y beneficiario** (Dos objetivos estratégicos)

**5. Actualizar y alinear las prácticas del buen gobierno corporativo al modelo de gestión de la entidad**

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Resultado	Meta	Meta	
Actualizar y alinear las prácticas del buen gobierno corporativo al modelo de gestión de la entidad	Índice de desempeño Institucional (FURAG)	ND	78,6	80,6	81,7	82,6	84,6	86,6

Como fue reportado en los indicadores de fortalecimiento institucional del Plan Estratégico Sectorial, el IDI obtenido de la vigencia 2019, de acuerdo al FURAG presentado en 2020, fue de 81,7 puntos, es decir 1,1 puntos por encima de lo esperado.

**6. Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés**

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Avance**	Meta	Meta	
Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés	Valor Free Press	\$ 4.201	\$ 9.071	\$ 5.000	\$ 3.458	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 24.071
		10%	137%	NA	69%	NA	NA	

La entidad ha formulado, como estrategia corporativa, iniciativas que han permitido incrementar el reconocimiento y visibilización de la actividad artesanal en diferentes canales y medios de comunicación. Para poder evidenciar esta gestión se ha establecido como herramienta de divulgación el free press, que permite monitorear y monetizar las apariciones en medios, boletines, blogs, etc. Para la vigencia 2020 la meta inicial correspondía a incrementar en un 2% los \$9.071 millones alcanzados a través de esta estrategia en 2019.

Sin embargo, debido la contingencia y “nueva normalidad” que ha hecho que la dinámica institucional y su entorno cambien, la meta fue ajustada a \$5.000 millones; con corte septiembre se ha logrado un monto de \$3.458 millones, equivalentes al 69% de la meta vigente.



## 7. Gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad	Incremento en la percepción de ambiente Laboral	4,6	-7,2	NA	7,2	3,1	10,3

La encuesta de medición de ambiente laboral se aplica en la entidad cada 2 años. En 2019 fue aplicada, su próxima aplicación será en 2021. Se están implementando acciones en el marco de la estrategia de Talento Humano para incrementar la percepción de ambiente.

## 8. Apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Avance*	Meta	Meta	
Apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas	Recursos obtenidos por medio de alianzas estratégicas	\$9.760	\$ 10.205	\$ 4.240	\$ 1.397	\$ 7.497	\$ 7.858	\$ 29.800

De los objetivos con mayor brecha para su cumplimiento, debido a la dinámica del entorno y contexto estratégico de la entidad, a causa de la crisis y emergencia derivada por COVID -19, es el que busca el apalancamiento de recursos. Sin embargo, la estrategia organizacional se ha mantenido enfocada en la necesidad de conseguir cofinanciación y lograr alianzas que permitan reactivar la economía y a la vez suplir algunas de las necesidades básicas de los artesanos en el marco de la contingencia.

Para 2020 se esperaba lograr \$10.243 millones como resultado de esta gestión. Sin embargo, en el mes de junio y validado los escenarios macroeconómicos que han



afectado el interés de terceros por invertir en la actividad artesanal, se decide ajustar la meta a un monto esperado de \$4.240 millones.

Al corte se han obtenido un total de \$1.397 millones como recursos apalancados. Esto se ha logrado producto de la gestión con organizaciones del orden nacional y regional obteniendo \$526 millones, cooperación internacional con lo que se ha logrado \$270 millones y las diferentes alianzas y patrocinios que han alcanzado los \$601 millones. Esto equivale a un avance del 33% frente a la meta de la vigencia.

A continuación, la discriminación de las metas y resultados por cada iniciativa:

ALIANZAS ESTRATÉGICAS							
INICIATIVA	Real 2018 (Línea Base)	Meta 2019	Resultado 2019	2020			
				Meta	Meta Ajustada	Avance	
MONTO DE RECURSOS COFINANCIACIÓN DE INICIATIVAS, CON ORGANIZACIONES DEL ORDEN NACIONAL Y/O TERRITORIAL	\$ 5.764	\$ 5.710	\$ 5.799	\$ 5.804	\$ 2.902	\$ 526	18%
MONTO DE RECURSOS OBTENIDOS POR COOPERACIÓN INTERNACIONAL	\$ 775	\$ 1.050	\$ 1.076	\$ 1.076	\$ 538	\$ 270	50%
MONTO DE RECURSOS OBTENIDOS POR ALIANZAS Y PATROCINIOS	\$ 2.939	\$ 3.000	\$ 3.330	\$ 3.363	\$ 800	\$ 601	75%
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>\$ 9.478</b>	<b>\$ 9.760</b>	<b>\$ 10.205</b>	<b>\$ 10.243</b>	<b>\$ 4.240</b>	<b>\$ 1.397</b>	<b>33%</b>

### 9. Administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación de la entidad

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta Ajustada	Resultado	Meta	Avance	Meta	Meta	
Administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación de la entidad	Ejecución presupuestal (obligaciones)	91,18%	91,4%	91,51%	55,25%	91,51%	91,51%	91,51%

Como se mencionó en los avances del Plan estratégico sectorial, al corte se ha obligado el 55,22% de la apropiación definitiva. El avance de obligaciones esperado para septiembre era del 59,38%, es decir se ha logrado el 93,04% de cumplimiento.



En el despliegue de resultados por cada perspectiva, en el siguiente capítulo, se podrá observar con detalle lo concerniente a la ejecución presupuestal.

**10. Implementar estrategias para generar ingresos que contribuyan a la sostenibilidad de la operación de Artesanías de Colombia**

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Implementar estrategias para generar ingresos que contribuyan a la sostenibilidad de la operación de Artesanías de Colombia	Ingresos adicionales generados	80%	0%	0%	90%	90%	90%

Indicador de medición anual. La meta equivalía inicialmente en 2020, a los ingresos que se generen sobre los que se proyecten generar para cada vigencia, a partir de las estrategias que se formuló en 2019. Teniendo en cuenta la contingencia a causa de la emergencia económica decretada por el Gobierno, debido a la pandemia por Covid-19, esta iniciativa no es posible operacionalizar en la vigencia

**11. Promover el manejo adecuado de los recursos naturales y materias primas, para contribuir a la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas**

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Avance	Meta	Meta	
Promover el manejo adecuado de los recursos naturales y materias primas, para contribuir a la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas	Cumplimiento Plan de Gestión Ambiental PGA	95%	97,3%	95%	68,5%	95%	95%	95%

Para los programas de eco-eficiencia o componente de apoyo se han obtenido porcentajes de avances en 28 de las 32 actividades formuladas. El avance obtenido a septiembre es del 74%. En cuanto al programa misional, el porcentaje de avance corresponde al 63%, resultado del progreso de 5 de las 5 actividades formuladas. Es así que el Programa de Gestión Ambiental cuenta con un avance promedio de 68,5%.



El detalle de las acciones emprendidas será desplegado en el capítulo correspondiente a la perspectiva de comunidad y medio ambiente.

### **Plan de acción Institucional 2019**

Los resultados alcanzados como se han expuesto, son producto de la gestión que cada año realiza la entidad con metas específicas y tareas concretas definidas en el plan de acción.

En ese orden de ideas a continuación se encontrarán los avances 2020, con corte 30 de septiembre, del plan de acción institucional por perspectiva estratégica

### **CLIENTE Y BENEFICIARIO**

Cuatro frentes de trabajo, operacionalizados en cuatro objetivos estratégicos es la forma que Artesanías de Colombia ha dado alcance a las necesidades, expectativas y derechos de los artesanos de nuestro país, como principal grupo de valor.

### **CONTRIBUIR A LA FACILITACIÓN DEL COMERCIO DE ARTESANÍAS.**

Este primer frente busca establecer iniciativas y acciones puntuales que conlleven a contribuir a la facilitación del comercio de artesanías. Objetivo, que, a partir de 2019, aparece por primera vez en la planeación institucional; vale la pena aclarar que para la entidad esto siempre ha sido parte de algunas acciones emprendidas, solo hasta esta vigencia se convierte en un tema estratégico, lo que obedece a las inquietudes puntuales que, en los diferentes ejercicios de participación, fueron manifestadas por los artesanos.

En 2020 el objetivo es realizar acciones puntuales, derivadas del quehacer institucional, frente a cada una de las 12 brechas priorizadas de las 19 detectadas en el diagnóstico 2019, como fue prestado en el capítulo anterior; de las cuales se espera ver resultados concretos al cierre de la vigencia.

Sin embargo, parte de la estrategia para lograr el objetivo ha planteado la necesidad de concretar acuerdos con instituciones relacionadas con el sector, enfocadas a eliminar progresivamente dichas barreras.



Es así que durante el primer trimestre se realizó la planeación y mapeo de actores para establecer la agenda para gestionar un acuerdo para facilitar la eliminación de barreras de comercialización de artesanías. Es importante informar que, en el año 2019, la entidad realizó un ejercicio de identificación de las principales barreras de comercialización de artesanía en el país, detectando un total de 19 barreras. De estas se han priorizado 12 para trabajar durante 2020.

En el mes de abril, desde el equipo asesor en el módulo de Comercialización y emprendimiento, y como parte de las acciones emprendidas en el marco de la cuarentena, se dio inicio a la socialización de las campañas "COMPRA LO NUESTRO" y "YO ME QUEDO EN MI NEGOCIO", estrategias del MINCIT y Colombia Productiva y apoyadas por Connect Americas, INNPULSA, PROCOLOMBIA y Artesanías de Colombia, que buscan promover el desarrollo y fortalecimiento de proveedores colombianos e impulsar la compra de productos colombianos, y el uso de medios de pago electrónicos para facilitar las transacciones comerciales.

Paralelo a esta gestión se desarrollaron mesas de trabajo con el Ministerio de Medio Ambiente y el Instituto Humboldt, con el objeto de compartir las experiencias de Artesanías de Colombia en los procesos de solicitud de tramites de legalidad de materias primas forestales no maderables, y tener en cuenta las dificultades y oportunidades de mejora para la implementación del proyecto de decreto para el aprovechamiento de productos forestales no maderables. El Ministerio trabajó en la estructuración de las guías dirigidas a los usuarios y a las Corporaciones para la evaluación de las solicitudes de permiso.

Posterior a este proceso fue realizada la Publicación de consulta pública (del 6 al 20 de junio) por parte del Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible de la normatividad para el aprovechamiento de productos forestales no maderables que consideró varias de las recomendaciones hechas por la entidad en las mesas de trabajo para la elaboración de la norma, encaminados a facilitar el trámite de permisos de legalidad de las comunidades artesanas y por ende la comercialización de producto elaborado. Entre otros aspectos se establece:



- Se podrá otorgar la autorización de aprovechamiento a un tercero, previo consentimiento escrito por parte del propietario del predio privado.
- Clasificación del aprovechamiento persistente de acuerdo con el valor del proyecto o actividad comercial.
- El Manejo forestal sostenible (MFS) de PFNM se podrá adelantar en áreas forestales protectoras y productoras; en las áreas forestales protectoras – productoras, en zonas de reserva forestal y en ecosistemas estratégicos y áreas protegidas.

Al cierre de este informe el Ministerio Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible informa que, en cuanto al proceso de expedición de la normatividad aplicable al aprovechamiento de productos forestales no maderables, continúa en revisión y ajuste por parte del despacho de la Viceministra de Políticas y Normalización Ambiental. Se espera que antes de finalizar el año sea expedido el Decreto por parte de este Ministerio.

## **FORTALECER EL EMPODERAMIENTO DE LOS ARTESANOS Y POTENCIAR SUS COMPETENCIAS Y CAPACIDADES TÉCNICAS Y PRODUCTIVAS A NIVEL LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL.**

El segundo objetivo estratégico busca fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional. El fortalecimiento de la actividad artesanal a nivel local y regional es la forma como Artesanías de Colombia aborda su intervención, para establecer estrategias que apoyen e incrementen la participación del sector en la económica nacional y fortalezca el capital social.

Es pertinente consolidar acciones que incrementen la productividad y la competitividad del sector artesanal en el país, sin olvidar, la preservación del patrimonio cultural asociado a la actividad artesanal.

En consecuencia, el fortalecimiento de la actividad artesanal se centra en las acciones que permitan visibilizar y potenciar las capacidades existentes de los diferentes actores





asociados a la cadena de valor, con el fin de generar procesos de desarrollo de la actividad en las regiones con vocación artesanal, a través de programas y proyectos de desarrollo productivo incluyente como el fortalecimiento de laboratorios de innovación y diseño, la ejecución de proyectos regionales, los programas especiales, entre otros, todo con el fin de proteger los oficios y la tradición, promover la competitividad del sector artesanal y empoderar a los artesanos, sujetos centrales de todos nuestros procesos de atención, capacitación y acompañamiento.

Como se veía en el capítulo anterior, el principal resultado de este objetivo se evidenciará a través de las unidades productivas que logren ser fortalecidas, gracias a las actividades que se implementan en el marco de la estrategia nacional de mejoramiento productivo. Parte de estas acciones están orientadas a apoyar iniciativas colectivas para el mejoramiento productivo y técnico de oficios tradicionales con dificultades o deficiencias productivas, a través de asistencias técnicas dirigidas tanto a grupos artesanales como a unidades productivas independientes. Entre las iniciativas colectivas priorizadas se destacan:

Mejoramiento de procesos productivos:

- ✓ Oficio de cestería - paja mawisa en la Alta Guajira a las comunidades Wayúu de Kajashivou, Sijolu y kaparala, en el marco del proyecto de cooperación con Nueva Zelanda, en los procesos de:
  - Tintura
  - Tejido
  - Acabados
  - Seguimiento a la producción
- ✓ Oficio de tejeduría en telar y en aguja y trabajo en tela, en el municipio de Uribia, corregimiento de Wimpeshi, a 11 comunidades Wayúu, Cañaverál, Romana, Yotojoloín, Mashumana, Utkap, Flor de la Frontera, Kalinchon, Jaika Kalinchon, Patajatamana, Jamucherra y Paliyawain, en el marco del proyecto con Enel:
  - Diagnóstico y caracterización de oficios
  - Talleres de calidad para el desarrollo de productos que faciliten la comercialización de los mismos.



- Talleres de estandarización de dimensiones y procesos en la elaboración de mochilas y chinchorros, en las comunidades de Cañaveral, Romana, Yotojoloín, que permitan optimizar los tiempos de producción, mejorando la organización interna y la productividad de los grupos.

#### Desarrollo de producto y comercialización:

- ✓ Oficio de Joyería, comunidad joyera de Marmato – Caldas, con el fin de promover la reactivación de la labor productiva:
  - Talleres de diseño
  - Estrategias de recolección y toma de información
  - Que son los medios virtuales de comunicación (imagen de producto, manejo de redes, desarrollo de catálogo de producto artesanal).

Adicionalmente se ha dado inicio a la estrategia de reactivación productiva como resultado de la emergencia sanitaria, aportando además al avance del ODS No. 8 “trabajo decente y crecimiento económico”, como se registró al inicio de este documento. Las principales acciones enmarcadas en esta estrategia han sido:

#### Protocolos de bioseguridad

Determinación de los criterios técnicos a implementar en las unidades productivas para garantizar las medidas de protección de contagio, de acuerdo a las resoluciones 666 y 675 del 24 de abril de 2020. Identificación de requisitos que establecidos por los entes municipales y departamentales para el registro de las empresas, empleados y protocolos de bioseguridad.

#### Diagnóstico de las necesidades

Con base en un muestreo de unidades productivas, ante la situación generada por la emergencia sanitaria, se conocieron los requerimientos de las comunidades artesanas en elementos de bioseguridad, insumos, herramientas y materias primas, con el fin de determinar las estrategias de apalancamiento que satisfagan dichas necesidades.



### Construcción de material pedagógico

Se estructuran los contenidos se diagrama el material pedagógico para el desarrollo de las capacitaciones técnicas en los oficios de trabajo en madera, cuero y totumo:

- Oficio trabajo en madera: contenidos en las temáticas de generalidades, secado y preservación de la madera, acabados naturales y adhesivos.
- Oficio trabajo en cuero: contenidos en las temáticas de generalidades del oficio del cuero (condiciones del taller, el cuero como materia prima, técnicas del oficio, insumos y herramientas), proceso de modelado, corte y costura.

### Capacitación técnica

- Oficio trabajo en madera:  
Ciclos de capacitación técnica en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Santander, Norte de Santander, Huila, Antioquia y Eje Cafetero y se atienden beneficiarios del proyecto Ocensa en el departamento de Boyacá y se capacitan artesanos de los programas institucionales Etnias y APV en los departamentos de Putumayo, Sucre y Bolívar. Igualmente se atienden 9 artesanos a través de asesorías técnicas puntuales.
- Oficio trabajo en cuero:  
Ciclos de capacitación técnica en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Santander, Norte de Santander, Antioquia y Valle del Cauca Eje Cafetero.
- Oficio trabajo en totumo  
Capacitación técnica a los artesanos de Pontezuela Cartagena del programa APV, para el mejoramiento del proceso de preparación de la materia prima y desarrollo de producto.

### Acompañamiento en la formulación de proyectos

En el marco de la convocatoria de la Agencia de Desarrollo Rural para el financiamiento de proyectos rurales, se realiza acompañamiento técnico a dos (2) asociaciones para la elaboración de las fichas de perfiles de proyectos, orientados al establecimiento de cultivos de las especies paja blanca y palma estera, con el fin de garantizar la proveeduría de las materias primas:

- Asociación de Artesanas del municipio de Guacamayas CREARCOOP



(Guacamayas - Boyacá)

- Asociación de Procesadores Artesanales de la Palma de Estera de Candelaria Cesar APROARPECC (Chimichagua -Cesar).

Otra estrategia implementada en el marco de este objetivo, obedece a Incentivar la cultura del emprendimiento y la formalización en el sector artesanal como parte de la cual se realizan talleres de emprendimiento, que como se mostró en los resultados del Plan Estratégico Sectorial a la fecha se han dictado en lo corrido del año 567 talleres de comercialización y emprendimiento, contando con la asistencia y participación de 12.515 artesanos, un promedio de 2.085 participantes cada mes.

Estas acciones, y la estrategia en general se ha conseguido gracias al fortalecimiento de los laboratorios de Innovación y Diseño, los cuales son un programa de Artesanías de Colombia a



través del cual se fortalecen las competencias humanas, productivas, técnicas, empresariales y comerciales de las comunidades con mayor vocación artesanal del país, con un énfasis en la identidad, el diseño, la calidad y la innovación aplicada a los procesos productivos y a los productos. Estos son espacios de encuentro entre los artesanos y la oferta institucional de la entidad.

Actualmente cada departamento del país y Bogotá cuenta con un laboratorio que ofrecen programas y metodologías específicas de acuerdo al tipo de población y a la vocación artesanal de cada territorio:

- 23 departamentos, más Bogotá se atienden a través de la metodología de atención integral de los laboratorios de innovación y diseño.
- El resto de departamentos se atienden a través de los programas especiales de los Laboratorios de innovación y diseño
  - ✓ Programa de atención a grupos étnicos
  - ✓ Programa de atención a población víctima y vulnerable - APV
  - ✓ Programa Nacional de Moda y Joyería



Estos programas cuentan con enfoques de atención diferencial en función del tipo de población o de la vocación artesanal específica y tienen procesos de focalización y selección específicos.

Fortalecer los laboratorios implica contar con el enlace de manera permanente y procurar mantener activa y en mejora constante la oferta institucional a la que se puede acceder a través de los mismos. A continuación, se pone disposición y conocimiento de la ciudadanía, los datos más importantes de los servicios que se prestan a través de los Laboratorios.

### **Principales actividades que se adelantan desde los Laboratorios**

- ✓ Diagnósticos y caracterizaciones (departamento, municipio, comunidad, productos).
- ✓ Plan de Acción para cada Laboratorio.
- ✓ Gestión, formulación y ejecución de proyectos.
- ✓ Capacitaciones y asesorías.
- ✓ Mesas regionales de apoyo a la actividad artesanal en las que participan artesanos y entidades para identificar necesidades y oportunidades para fortalecer el sector artesanal de cada departamento.
- ✓ Elaboración de Bitácoras de diseño por municipio (registro de implementación de talleres de codiseño).
- ✓ Identificación de artesanos para postular al reconocimiento de la Medalla a la Maestría Artesanal
- ✓ Convocatoria de artesanos para las jornadas de registro de marca y demás servicios que ofrece la entidad en los territorios.
- ✓ Identificación de Maestros artesanos para transmisión de oficios.
- ✓ Identificación de Rutas turísticas de los departamentos.
- ✓ Levantamiento del calendario de ferias y fiestas de los departamentos.
- ✓ Apoyo a ferias artesanales locales.
- ✓ Apoyo a comisiones y eventos de programas especiales.
- ✓ Participación en mesas preparatorias y en Talleres Construyendo País y seguimiento a compromisos.



Como se mencionó anteriormente, además de prestar los servicios de la entidad, en los laboratorios se implementan diferentes programas, los cuales se ejecutan acorde a la población objetivo y los diferentes oficios en las regiones, así:

### Programas que ofrecen los Laboratorios de Innovación y Diseño

Programa	A quién va dirigido	Cómo se accede
<p><u>Programa Nacional de Moda y Joyería</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Moda: Este programa articula a las comunidades artesanas con vocación de moda de Colombia con la industria de la moda nacional e internacional, incentivando relaciones equilibradas, justas y sostenibles y promoviendo el desarrollo de productos innovadores acordes con tendencias del mercado de moda nacional e internacional.</li> <li>• Joyería: Este programa busca fortalecer de forma integral a las comunidades joyeras artesanas del país que trabajan la técnica de filigrana, microfundición y armado.</li> </ul> <p>Adicionalmente, se cuenta con una Unidad de Formación en Bogotá donde se forman estudiantes como técnicos laborales por competencias en joyería.</p>	Comunidades artesanales con vocación de moda y joyería-	Comunidades priorizadas por el equipo de Artesanías de Colombia.  *No tiene costo para el artesano.
<b>Programas Especiales</b>		
<p><u>APV – Atención a población víctima y vulnerable:</u> Apoya artesanos en situación de vulnerabilidad con el fin de mejorar sus condiciones de vida, brindándoles capacitaciones de orden técnico, social, cultural y comercial, así como dotación de materias primas, insumos y herramientas.</p>	Comunidades vulnerables y/o en condición de desplazamiento del litoral Pacífico, Urabá Antioqueño y el departamento de Bolívar.	*No tiene costo para el artesano.



<p><u>Atención a grupos étnicos:</u> se enfoca en el fortalecimiento de las comunidades étnicas artesanales desde un enfoque de desarrollo productivo diferencial que permita a las comunidades empoderarse de sus prácticas productivas propias. El programa tiene un enfoque integral que incluye un fortalecimiento asociativo, cultural, social, productivo y comercial, así como dotación de materias primas, insumos y herramientas.</p>	<p>Comunidades étnicas constituidas bajo un modelo asociativo (Corporación, asociación, AET, etc.).</p>	<p>Solicitud de atención formal y escrita dirigida a Artesanías de Colombia y/o al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Selección por parte de comité evaluador conformado por ambas entidades.</p> <p>*No tiene costo para el artesano.</p>
--	---	--

Los servicios y programas se combinan de acuerdo con las potencialidades, necesidades, nivel de madurez de las comunidades e interés de los socios y aliados, y se materializan en proyectos regionales que se ejecutan en convenio, alianza o de forma directa por Artesanías de Colombia.

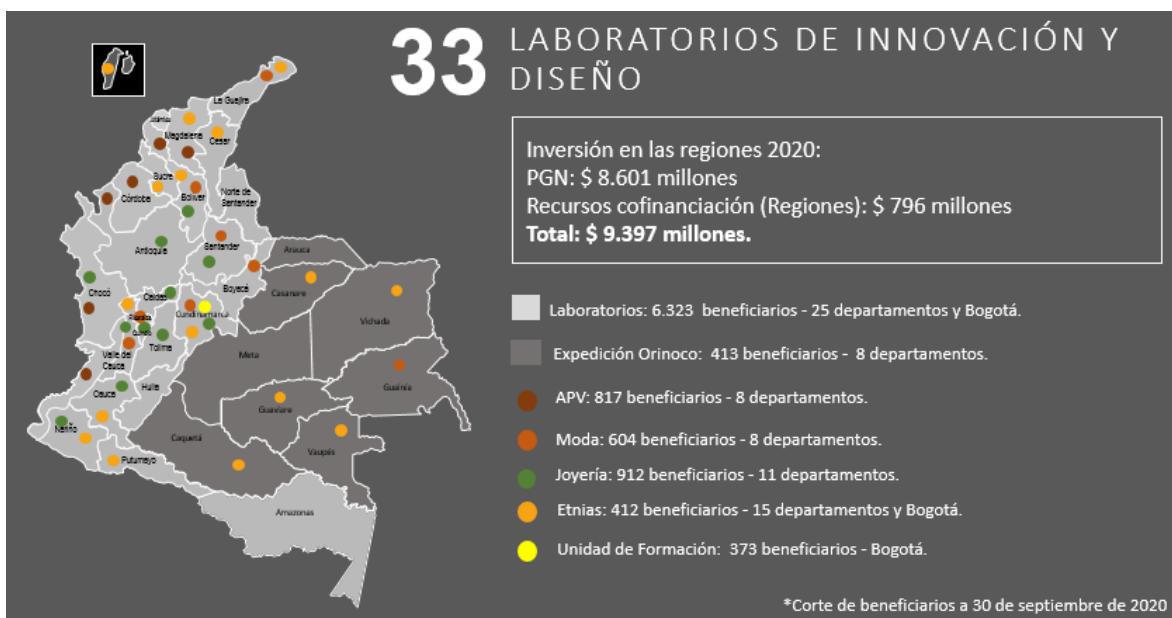
Como principales resultados de la vigencia se destaca el proceso de convocatoria para la participación en los proyectos. En el mes de febrero de 2020 se realizó un proceso de inscripción para llegar a todos los artesanos que hacen parte de un taller artesanal, una unidad productiva, un grupo o una comunidad o una asociación artesanal, interesados en hacer parte del proceso de capacitación y fortalecimiento que se adelantaría durante la vigencia, en cada departamento.

Este proceso se realizó a través de un formulario cuyo diligenciamiento se podía hacer de forma virtual y fue apoyado por los enlaces de Artesanías de Colombia en los 23 departamentos priorizados más Bogotá, quienes adelantaron jornadas especiales de inscripción de acuerdo al siguiente cronograma que se estableció. A dicha convocatoria aplicaron 4.525 personas, que representan a 28.187 artesanos.

Resultado de las acciones emprendidas a la fecha, los Laboratorios han atendido 6.323 beneficiarios en 32 Departamentos y en la ciudad de Bogotá; un avance del 78% frente a la meta de 8.100 beneficiarios.



Se destaca como resultado importante en la vigencia la atención de 3.493 nuevos artesanos, en lo corrido del año, esto equivale a un 119% de la meta planteada para la vigencia correspondiente a 2.942 artesanos. Este logro se ha alcanzado en el marco de los programas de asesorías puntuales, formación Técnico Laboral en Joyería, Laboratorios de Innovación y diseño, Propiedad Intelectual, moda y joyería, sello de calidad y programas especiales.



Se han impartido 861 entre talleres, asesorías y vídeos enviados por WhatsApp a las comunidades de los diferentes componentes de la siguiente manera:

**Región Caribe**

Total 164 (Desarrollo Humano 9 – Producción 3 – Diseño 91 – Comercial 58 / Sello de Calidad Hecho a Mano 3)

**Región Altiplano Cundiboyacense**

Total 96 (Desarrollo Humano 12 – Producción 19 – Diseño 37 / en coordinación con moda 4 – Comercial 17/ Sello de Calidad Hecho a Mano 6/ Propiedad Intelectual 1)

**Región Oriente**

Total 91 (Desarrollo Humano 6 – Producción 13 – Diseño 33 / en coordinación con moda 4 – Comercial 30 / Emprendimiento 3 / Propiedad Intelectual 2)





### **Región Sur Andina**

Total 206 (Producción 1 – Desarrollo Humano 23 – Diseño 131 / en coordinación con moda 1 – Comercial 38 / Emprendimiento 10 / Propiedad Intelectual 1/ Sello de Calidad Hecho a Mano 1)

### **Región Eje cafetero y Antioquia**

Total 54 (Desarrollo Humano 8 – Producción 1 – Diseño 32 / en coordinación con moda 1 – Comercial 9/ Sello de Calidad Hecho a Mano 3)

### **Región Occidente**

Total 75 (Desarrollo Humano 11 – Producción 5 – Diseño 18/ en coordinación con moda 1 – Comercial 31/ Sello de Calidad Hecho a Mano 8/ Propiedad Intelectual 1)

### **Región Amazonía**

Laboratorio Putumayo: Total 63 (Desarrollo Humano 7 – Producción 1 – Diseño 51 / en coordinación con moda 1 – Comercial 1 / Sello de Calidad Hecho a Mano 2)

Laboratorio Amazonas: Total 27 (Diseño 27)

### **Expedición Orinoco**

Total 120 (Desarrollo Humano 53 – Diseño 42 / en coordinación con moda 1 – Comercial 23 / Emprendimiento 1)

### **A nivel Nacional**

Total 9 (Producción 1 – Comercial / Sello de Calidad Hecho a Mano 6/ Propiedad Intelectual 2)

Es importante considerar que algunos de estos talleres fueron realizados en dos regiones a la vez como es el caso de Altiplano Cundiboyacense y Oriente, por lo cual la no se pueden sumar dado que la sumatoria daría un valor al número registrado en los talleres totales de los Laboratorios. La atención en los Laboratorios se ejecuta a través del desarrollo de acciones en cinco componentes:



Es así que los principales resultados por componente, al mes de septiembre, fue la siguiente:

### **Componente Desarrollo Humano**

129 talleres / Tema: (Caracterización componente social, Territorio vivo, Liderazgo, solidaridad e identidad, Ciclos territoriales: Tiempo y territorio, Desarrollo humano y problemáticas actuales, Autonomía y Autodeterminación, Taller Plan de vida artesanal, Trasmisión de saberes, Adaptación al cambio – Autoconocimiento, ¿Cómo transmitir un saber artesanal?, Reflexión para el progreso, La artesanía como plan de vida)

### **Componente de Producción y Calidad**

32 talleres / Tema: (Conoce cómo hacer el protocolo de bioseguridad de tu Unidad Productiva, Anatomía y secado de la Madera, Generalidades Oficio de Trabajo de Cuero, Cuero: Elaboración de Moldes, Asistencia técnica oficio trabajo en madera, Acabados Naturales de la Madera, Preservación de la madera)

### **Componente Diseño**

448 talleres / Tema: (Tendencias comerciales - Análisis 2020, Actualización y pronóstico de tendencias, Artesanía como estilo de vida, Fotografía de producto, Inspiración en lo natural - 2020 un tiempo para estar en casa, Inspiración para el desarrollo de nuevos



productos, Productos Souvenir, activación del mercado local y turístico después del COVID 19, Sensibilización al diseño, Taller de co diseño- Tendencias y color, Taller de tendencias en decoración de interiores, Taller inspiración y referentes para el desarrollo de nuevos productos, Tendencias de bienestar en tiempos de crisis y Superficies naturales, reencuéntrate con los tejidos, el trabajo en metal y la cerámica, Taller composición en el producto, hablemos de diseño desde nuestro hogar, Taller de relato de producto artesanal, Retos y oportunidades para 2020, asesorías puntuales, Cómo tomar fotos de tus artesanías, el entorno y como hacer catálogo, Más que un logo, tu comunicación, Superficies naturales, Sensibilización a teoría de color, tendencia y generación de paletas locales, Análisis y reflexiones sobre los formatos más éxitos de los laboratorios de diseño; Selección de materiales, Contar historias, Cómo adaptar su oferta comercial durante la crisis. Inspiración: paletas de color, Taller de fotografía práctico, Grafismos de la cultura Zenú, La joya como un producto, Taller de empaque y embalaje, Taller de diversificación, Asesorías puntuales directorio de artesanos, Charla virtual: organizando mi producción, Acuerdos de Negociación, Herramientas para promocionar un producto, Construye tu propio catálogo, Creatividad y disciplina, Taller de diversificación)

### **Componente Comercial**

252 talleres (incluye charla Sello de Calidad, Programa Propiedad Intelectual y Emprendimiento) / Tema: (Prepárese para el futuro, Taller Cualidades del liderazgo Emprendedor y Taller Comercio Electrónico: Dónde puedo vender mis productos en tiempos de crisis, Plan de Mercadeo, Taller de Redes Sociales: Date a conocer, construye y consolida tus redes sociales, Taller de estrategias de promoción, Medios de pago, Cómo vender artesanías por redes sociales, Análisis de costos, Estrategias de precios, Discurso de Ventas, Canales de distribución, Finanzas Personales, Habilidades en Ventas, logística-Empaque-Etiqueta, fidelización de Clientes. Creación tienda virtual, Acompañamiento cierre de negocio) /

### **Emprendimiento**

14 charlas (Socialización crédito avanza Colombia, Educación financiera; Tips de inversión, La inversión y el crecimiento de la unidad productiva, Finanzas personales)



### **Sello de Calidad Hecho a Mano**

25 Charlas (Presentación estrategia de fortalecimiento, Valoración de la Unidad Productiva - Sello de Calidad “Hecho a Mano”, Etiquetas comerciales) /

### **Programa Propiedad Intelectual**

6 Charlas con el apoyo de Superintendencia de Industria y Comercio – SIC y la Dirección Nacional de Derecho de Autor - DNDA (Derecho de autor y Artesanías, Registro de marcas para artesanos, Protección al consumidor).

Respecto a la atención en temas de educación financiera desde el componente Financiero se han llevado a cabo 59 capacitaciones, con un total de 1.577 asistencias de artesanos de diferentes regiones del país y se han gestionado 389 solicitudes de crédito. Los Laboratorios han desarrollado 724 piezas de material pedagógico para impartir las asistencias técnicas en los 33 Departamentos y la ciudad de Bogotá. Al mes de septiembre se han facilitado negocios por \$ 48.612.500 en 16 Departamentos y en la ciudad de Bogotá.

Además de ofrecer los servicios y programas institucionales, la entidad lleva a cabo una activa gestión de alianzas con entidades públicas y privadas del orden local, regional y nacional para articular sus programas, acciones y recursos en función del fortalecimiento de la cadena de valor de la actividad artesanal. Al corte de este informe se han concretado 3 alianzas, 2 a nivel nacional y uno a través de Iberartesanías.

Otra iniciativa ejecutada en el marco de los laboratorios es la de caracterización sociodemográfica de los artesanos del país, logrando entre 2014 y lo corrido de 2020, identificar y caracterizar 32.325 artesanos en los 29 departamentos.

Esto se logra a través del SIEAA (Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal), el cual durante la vigencia ha obtenido otros logros significativos como la consolidación y puesta en marcha de metodología para registro, sistematización, medición y reporte de personas beneficiarias así como el diseño, seguimiento, medición y reporte de indicadores de distintos tipos que aportan al monitoreo de la gestión de los planes,



programas y proyectos que se ejecutan en el marco de los Laboratorios.

En el marco de esta iniciativa se han identificado algunos retos que permitirán fortalecerla, en la medida que puedan ser implementados en lo que resta del cuatrienio:

- Consolidar un Registro Único Artesanal –RUA- de los artesanos productores del país, con el fin de establecer el número de artesanos, su distribución en el territorio y estadísticas básicas de la población que son necesarias para fines gubernamentales y aspectos de planificación económica y social. Este registro debe regirse por principios de calidad estadística, en donde el proceso asegure información confiable y actualizada. El RUA servirá entre otras cosas para:
  - \* Proyectar, establecer y desarrollar políticas públicas.
  - \* Constituir un marco muestral para los distintos programas y proyectos que formula Artesanías de Colombia, el SENA y demás entidades relacionadas con el sector.
  - \* Facilitar el acceso de los artesanos a beneficios económicos, incentivos fiscales, créditos y su participación en convocatorias, programas e iniciativas dirigidas a fortalecer la cultura y la creatividad en el país.
- La Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIIU permite la obtención de estadísticas a partir de las fuentes de información secundaria; sin embargo, por las características propias de los oficios del patrimonio, es difícil poder captar la información. Se hace necesario adaptar para Colombia los códigos CIIU, con el fin de medir de manera más precisa la actividad artesanal en el país.
- Instaurar el Observatorio de la Actividad Artesanal en Colombia para emprender y apoyar estudios que incluyan, tanto los datos del sector posibilitados por el RUA y las demás operaciones estadísticas que adelanta Artesanías de Colombia, como la mirada de otros colectivos académicos e investigaciones de carácter participativo que contribuyan a una mejor comprensión del sector artesanal y a la creación de proyectos que respondan a las particularidades diferenciales de los grupos artesanales, con enfoque territorial y diferencial.
- Producir nuevas publicaciones de información actualizadas y periódicas, así como eventos y encuentros en los que se socialicen los hallazgos de las investigaciones que dan cuenta de las principales características y condiciones del sector artesanal en Colombia.



- Implementar en la entidad un equipo de MONITORING, EVALUATION AND LEARNING (MEL). Monitoreo, evaluación y aprendizaje

AVANCES SEPTIEMBRE - 2020	
<b>RECURSOS PGN - AdC (MM)</b> Ejecutado: \$5.003	\$ 6.696
<b>RECURSOS GESTIONADOS DE COFINANCIACIÓN (MM)</b> Meta: \$2.902 (Cofinanciación Nacional)	\$ 526
<b>BENEFICIARIOS</b> Meta: 8.100	6.323
<b>TALLERES REALIZADOS</b> (talleres, asesorías y vídeos enviados por WhatsApp a las comunidades)	861
<b>SOCIOS Y ALIADOS</b> <u>*Iberartesanías</u> *Convenio de cooperación - ENEL Green Power Colombia SAS ESP *Convenio interadministrativo - Municipio de <u>Tenjo</u>	3
<b>AYUDAS INSTITUCIONALES ENTREGADAS EN LAS REGIONES, POR DIFERENTES ENTIDADES ALIADAS</b> *24 Departamentos Beneficiados	43.888
<b>NEGOCIOS FACILITADOS EN LAS REGIONES (MM)</b> 33 clientes	\$ 48
<b>ORDENES DE COMPRA</b> *26 Departamentos	\$283

**Resultados globales de los Laboratorios de Innovación y Diseño**

De igual forma, y por efectos de la pandemia, la entidad inició la estrategia “Artesanos Estamos contigo”, en la que los Laboratorios asumieron un papel fundamental para el acompañamiento de las comunidades artesanales en diferentes vías:

- Identificar las necesidades básicas
- Promover y comercializar artesanías
- Impulsar nuevas capacidades y reactivar el sector artesanal para el nuevo escenario
- Proveer materias primas, herramientas y apoyo a procesos propios de las unidades productivas.
- Establecer alianzas para capacitar a los artesanos en educación financiera y acceder a créditos específicamente para el sector.

El presente documento contiene un capítulo en el cual se describen las acciones y resultados enmarcados en la estrategia en mención “Artesano estamos contigo”.



## Principales resultados de los Programas Institucionales en el marco de los Laboratorios de Innovación y Diseño

Con el fin de ampliar el alcance de las iniciativas que se muestran a continuación y de potencializar la actividad artesanal en el marco de la economía naranja, desde 2018 la gestión institucional se fortaleció con base en la identificación de los aliados potenciales que se encuentran categorizados como industrias creativas.



De esta manera, uno de los retos del cuatrienio ha sido lograr una mayor articulación de la actividad artesanal con otras actividades pertenecientes a la economía naranja, así que se ha identificado la importancia de convocar y desarrollar acciones con sectores claves de las industrias creativas y culturales, priorizando inicialmente los sectores del diseño, arte y arquitectura, para lo cual se iniciaron acciones concretas con los programas “Arte Vivo” y “Artesanía y Arquitectura” durante el año 2019.

Durante el año 2020 se incluyen, además de los tres sectores ya identificados, el trabajo desarrollado con Moda y joyería, programas en los que se ha venido trabajando y que cobran una mayor relevancia en la entidad, de tal manera que se establece como meta para la vigencia la articulación con 5 sectores clave de las industrias creativas y culturales, lo que al corte del informe cuenta con un cumplimiento del 100%. Los principales resultados se muestran a continuación.



### **Artesanía y Diseño**

Uno de los ejes estratégicos de la entidad, ha sido la apuesta por el diseño, como industria creativa que genera valor a la producción de la artesanía. Durante esta administración, se ha fortalecido dicho trabajo diseñando e implementando una estrategia nacional de diseño liderada directamente por la Gerencia General que a través de la Subgerencia de Desarrollo cuenta con una coordinación general, un equipo de 7 diseñadores líderes, uno por cada región geográfica y un diseñador local en cada laboratorio de Innovación y Diseño. Durante el año 2020 se ha contratado un equipo de más de 60 diseñadores Industriales, textiles y gráficos para diseñar y producir una colección de más de 600 nuevos productos.

### **Arte Vivo**

El objetivo principal del programa “Arte vivo: cofradía de artesanos y artistas” de Artesanías de Colombia es generar un acercamiento entre arte contemporáneo, artesanía. Durante el año 2020, se ha venido trabajando en colaboraciones con más de 16 artistas y comunidades en todo el país así:

- Se co-crearon 6 piezas de cerámica de la colaboración de Felipe Arturo y Rodrigo López
- Se co-crearon 5 bancos de la colaboración de Felipe Arturo y José Cahuache
- Se co-crearon 4 canastos de la colaboración de Linda Pongutá con la Comunidad Okaina
- Se co-crearon los cubiertos de la colaboración de Carmelo y Luz Ángela Lizarazo
- Se co-crearon 9 bastones de la colaboración de Luis Eduardo Tequia y Luz Ángela Lizarazo
- Se co-crearon 5 piezas de cerámica de la colaboración de Camila Sanjines y Laureano Melo.

En esta colaboración se realizó un trabajo a cuatro manos, en la cual se aplicaron conocimientos tanto del oficio y la técnica, como de los procesos artísticos y conceptuales. Laureano, entendió los procesos de co-creación, conceptualización, estéticos y de la práctica artística, y la importancia de desarrollar piezas únicas.

- Se co-crearon 3 banquitos de pensamiento de la colaboración de Angélica y Hugo León, se están tallando en el Amazonas y luego serán enviados a Medellín para





terminar su co-creación.

- Se exhibió en la galería Lokkus de Medellín la obra de:

Juliana Góngora y Comunidad Koreguaje.

*Lengüitas sagradas* (2020). Cien lenguas de 5cm x 3cm y 7cm x 3cm, tejidas en cumare, que contienen semillas de chocho tigre y cascabel. / Proyecto colaborativo entre la comunidad *Koreguaje* y su taller *Masipai* "gente sabia"( Florencia, Caquetá). Con el acompañamiento de los programas Arte - Vivo y Etnias de Artesanías de Colombia.

### **Artesanía-Arquitectura**

Con este programa se hace evidente cómo, los oficios, técnicas y materiales artesanales tradicionales de Colombia no solo se han utilizado para la elaboración de objetos y productos, sino también han servido para la construcción y adecuación de viviendas, consiguiendo una particular y especial expresión de la arquitectura vernácula de nuestro país que aún se puede ver en los pueblos y comunidades rurales. Con este referente y en el ánimo de explorar nuevos caminos y posibilidades para los artesanos se presenta esta alternativa para el desarrollo de aplicaciones arquitectónicas: recubrimientos, divisiones, cielorrasos y apliques elaborados con materiales naturales, que ponen en evidencia la riqueza de los oficios artesanales y van alineados con los compromisos de sostenibilidad. De esta manera el proyecto es una invitación para que arquitectos y diseñadores pongan sus ojos en estas propuestas y puedan realizar colaboraciones con comunidades artesanas en sus proyectos. Durante el año 2020 se amplió el catálogo de posibilidades, con aplicaciones para:

- Recubrimientos
- Divisiones
- Cielorrasos
- Apliques

Se ha trabajado en el desarrollo de propuestas para varios clientes y se consolidó el catálogo comercial.



### **Moda, Joyería y Artesanía**

El Programa en sus categorías de Moda y de Joyería, ha trabajado en el transcurso del año 2020 con un equipo de dos Directores creativos, dos diseñadores Sénior, una diseñadora de moda especialista en Patronaje, una psicóloga en desarrollo humano y una especialista en marketing.

El objetivo es el de fortalecer a nivel integral a las comunidades cuyo énfasis está vinculado al sistema moda y generar un vínculo virtuoso entre comunidades artesanas y diseñadores o marcas pertenecientes al sector.

A continuación, se detallan los principales resultados en cada una de estas categorías:

#### ✓ **Programa moda viva**

Moda Viva tiene como objetivo crear una relación virtuosa, justa y exitosa entre la industria de la moda nacional contemporánea y las comunidades artesanales del país, a través del vestuario y los accesorios que se presentan como una expresión de las diversas identidades estéticas y culturales de Colombia.

Así mismo, se busca incentivar a diseñadores urbanos a que desarrollen colecciones exclusivas con artesanos para presentarlas en las diferentes plataformas de Artesanías de Colombia. Moda Viva explora métodos para desarrollar formatos productivos perdurables en el tiempo y realiza trabajos de campo con las comunidades artesanales para el desarrollo de nuevos productos con el fin de fortalecer la innovación y el diseño.

El programa busca el fortalecimiento a nivel de los componentes de diseño/producción y comercialización, dirigidas hacia las comunidades con vocación al desarrollo de productos del sistema moda.

En lo corrido del año se ejecutaron las siguientes actividades en las comunidades atendidas, conforme el plan de trabajo formulado para la vigencia:

Focalización de Comunidades: Convocatoria y definición.

El Programa de Moda, establece las comunidades a ser beneficiarias en el 2020, con varios parámetros:



- Comunidades que estén en nivel 1, 2 o 3 y que tengan vocación por el desarrollo de productos pertenecientes al sistema moda, y que puedan generar un dialogo comercial con marcas de diseño o compradores
- Comunidades que por medio de Laboratorios de Innovación y Diseño se hayan reconocido con vocación.
- Para la vigencia 2020, se vincula como atenuante las condiciones de conectividad, aunque no se vio alterada, la focalización inicial.
- Comunidades a quienes se han venido atendiendo y requieren proceso de seguimiento y fortalecimiento.
- Comunidades artesanales étnicas o tradicionales.

Moda	
Nivel 1 - acompañamiento permanente	
Departamento	Comunidades
Santander	Charalá
Valle	Cartago
	Roldanillo
Guajira	Maicao
Boyacá	Duitama
Guainía	Porvenir
Antioquia	Turbo
Asesorías Puntuales y compra de producto	
Bogotá	Bogotá
Bolívar	San Jacinto
Pendientes por atención por problemas de conectividad	
Huila	San Agustín
Caldas	Belén de Umbría
Charla tendencias en colaboración con laboratorios	
Región Cundiboyasense	Región Cundiboyasense
Región sur Andina	Región Sur Andina
Santander	Santander
Eje Cafetero	Eje Cafetero
Valle	Valle



Solo Compra de producto	
Putumayo	Valle del Sibundoy
Nariño	Sandona
Santander	Curití

Investigación de tendencias para socializar.

En la categoría moda, la fase inicial se desarrolla con base en el estudio de tendencias lo cual cobra pertinencia para comunicar a los artesanos tanto de forma general como específica según características materiales del producto desde la Moda se diversifica en 3 presentaciones, discriminadas así:

Moda:

- Prendas
- Accesorios de Moda
- Bisutería

Desarrollo trabajo con comunidades:

Departamento: Valle del Cauca: Asociación Asobordar

Municipios: ( Roldanillo-Anserma-Cartago-Riofrio-Versalles-La Unión)

Beneficiarios: 14 representantes de 16 asociaciones

Actividades:

\*Componente diseño: Taller Historia y negocio de la Moda:

Video enviado por WhatsApp presentación; Análisis de Producto; Introducción en video de Rocío Arias Hoffman; Primer taller de la historia y negocio de la moda: 5 videos cortos; segunda entrega "La significación social de los accesorios" video y presentación por Whats app; Tercer Capitulo: Surgimiento y evolución de los estilos; Cuarto taller de moda: Tejidos y Herramientas, video enviado por WhatsApp, audio y bullets enviados; Quinto taller: El artesano en el corazón de la moda, Reunión Zoom bullets enviados; Audio: La Mano Inteligente - relato artesanía + moda; 5 Taller Historia y Negocio de la Moda; capítulo 6 de Taller de Historia y negocio de la moda.

\*Componente Diseño y Producción: Producto

Talleres análisis de producto; tendencias Moda y Artesanía; tendencias en bordados;



taller de Co diseño; validación de diseño de producto

\*Componente Comercial:

E-Marketing: Importancia de las redes sociales; Facebook como vitrina comercial y de fidelización de clientes - como tomar fotos; estrategia amor y amistad; implementación campaña Facebook; Evaluación implementación campaña Facebook y sesión de trabajo concurso copa discurso de ventas, copa de ventas

Revisión de guion; Módulo 1, importancia de las redes sociales en la estrategia de ventas; módulo 2 Facebook como Vitrina comercial y de Fidelización de clientes; revisión acciones puntuales en redes sociales y balance final campaña septiembre.

Departamento: Santander

Municipio: Charalá

Beneficiarios: 12

Actividades:

\*Componente diseño: Taller Historia y negocio de la Moda:

Apertura en Charalá; Video enviado por WhatsApp, segunda actividad; Introducción en video de Rocío Arias Hoffman; primer taller de la historia y negocio de la moda 5 videos cortos; segunda entrega "La significación social de los accesorios" video y presentación por whats app; capitulo surgimiento y evolución de los estilos; cuarto taller de moda: tejidos y herramientas, video enviado por whatsApp, audio y bullets enviados; quinto taller: El artesano en el corazón de la moda, Reunión Zoom bullets enviados; video: La Mano Inteligente - relato artesanía + moda.

\*Componente Diseño y Producción: Producto

Tendencias; ejercicio de Co- diseño; validación de diseño; se comparten planos técnicos vía whatsapp; socialización de diseño por whats app; revisión de molderia, Taller de tinturado. (Zoom)

\*Componente Comercial:

Capacitación importancia de las redes sociales, Facebook - fidelización clientes Vitrina facebook y fidelización, revisión campaña de amor y amistad, Evaluación



implementación campaña Facebook y sesión de trabajo concurso copa discurso de ventas, Copa de ventas, Revisión Final Guion Copa Discurso de Ventas y Correcciones finales campaña septiembre, Revisión final y balance campaña septiembre.

Departamento: Boyacá

Municipio: Duitama

Beneficiarios: 14

Actividades:

\*Componente diseño: Taller Historia y negocio de la Moda

Apertura en Duitama, 3 Talleres de Historia y Negocio de la Moda

\*Componente Diseño y Producción

Análisis de Producto, 2 talleres de abstracción de paleta de color, Reunión de seguimiento zoom, Tendencias, Co diseño, análisis de propuesta, Referentes Boyacá, Patronaje, 4 sesiones de asesoría a prototipos.

\*Componente Comercial

2 sesiones de importancia de las redes sociales, Facebook y fidelización, Market Place, Presentación de marca, revisión general campaña septiembre

\*Componente de desarrollo humano

Liderazgo y solidaridad

Departamento: La Guajira

Municipio: San Juan del Cesar

Beneficiarios: 12

Actividades:

\*Componente Diseño y Producción

Apertura y preguntas sobre contexto, Taller Análisis de producto, Tendencias, 2 talleres de Co diseño, 2 talleres para la Socialización propuestas de diseño, 3 talleres de asesoría producto y prototipo



\*Componente de Desarrollo Humano

Liderazgo y solidaridad, Autocuidado físico con Semillero, atención a duelo COVID -19

\*Componente Comercial

Importancia de las redes sociales

Departamento: La Guajira

Municipio: Maicao – Maima Jassay

Beneficiarios: 7

Actividades:

\*Componente Diseño y Producción

Identidad, Taller Historia de la Moda, Taller historia y negocio de la moda 1

Taller historia y negocio de la moda 2, Historia y Negocio de la moda 3,

Co diseño, asesoría puntual producto

\*Componente Comercial

Importancia de las redes sociales

Departamento: Guaina

Municipio: Porvenir

Beneficiarios: 8

Actividades:

\*Componente Diseño y Producción

Identidad, Apertura y preguntas sobre contexto, Video enviado por WhatsApp, segunda actividad - Análisis de Producto, Socialización, Tendencias, planos técnicos vía whatsapp, Asesoría en prototipos

\*Componente comercial

2 talleres de importancia de las redes sociales.

\*Componente de desarrollo humano

Expectativas- metas, Manejo de duelo, liderazgo y solidaridad - transmisión de saberes, Autocuidado físico



Departamento: Risaralda – Belén de Umbría

Municipio: Belén de Umbría

Beneficiarios: 2 directos (quienes participan y comunican al grupo)

Actividades:

\*Componente Diseño y Producción: 6

Videos de presentación de equipo, Socialización de programa y descripción de proceso, co – diseño, 2 Desarrollo de producto

\*Componente comercial: 1

Módulo 1 y 2 Importancia de las redes sociales en la estrategia de ventas y Facebook como Vitrina comercial y de Fidelización de clientes

#### Asesorías Puntuales:

Estas asesorías se han llevado a cabo con base en llamada, Whats app y visita a taller.

Departamento: Bogotá

Municipio: Bogotá

Beneficiarios: 4

Actividades:

\*Componente Diseño y Producción

Re-diseño de producto

Departamento: Bolívar

Municipio: San Jacinto

Beneficiarios directos: 2

Actividades:

\*Componente Diseño y Producción

Re-diseño de producto

#### Conferencias generales de Moda

Beneficiarios: 527





Entrevistas nacionales dentro del programa de Moda:

La Troja Digital:

Entrevista Diego Guarnizo

Proyectos Especiales:

A continuación, se describen las gestiones adelantadas anterior a la pandemia por la COVID 19, con proyección al 2021:

**\*Grupo Éxito:**

Dentro de la marca Arkitect que se vende en la cadena Éxito, se plantea el proyecto para trabajar con la diseñadora Manuela Álvarez y las comunidades de Duitama (técnica macramé) y con la comunidad del Valle que integra los municipios de Cartago, Roldanillo, Anserma (oficio del bordado).

Se plantea una contratación por valor de \$ 110 millones que queda en minuta, interrumpido por no poder llevarse a cabo en la cuarentena.

Se adelantan las siguientes acciones:

Se hace un viaje a Duitama para elaborar muestras de las cuales se seleccionan algunas que son costeadas y empleadas en el primer fitting que se realiza de forma virtual.

Para el mes de septiembre es contactado nuevamente el equipo de moda y joyería con acciones tales como: definición de costos y tiempos de producción, quedando pendiente la reanudación del proceso de contratación.

**\*Proyecto Mario Hernández:**

Para la celebración de los 40 años de la marca, han desarrollado dos prototipos para elaborar en palma de iraca y fibra de plátano, desde el equipo de moda se desarrollan dos reuniones con las comunidades especialistas en las fibras, se vincula a Sandona, artesana Juanita Castillo y a Litzbina Becerra de San Agustín, se pacta el envío de muestras para que la marca pueda solucionar a nivel de producción el vínculo entre la fibra artesanal y el cuero.

**\*Proyecto Falabella:**

Rocío Arias Holfman, establece contacto con la cadena Falabella para estudiar la



posibilidad de hacer parte de su plataforma con la colección Moda Viva – 2020, se llevan a cabo dos reuniones en donde se presenta la colección y se define la cantidad de producción posible para la fecha y los precios de ventas, previamente trabajados con la Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales. Se propone a la cadena que sea costeado el lookbook, esperando respuesta a final del mes de octubre.

Inversión en materias primas e insumos, entregas hasta el 30 de septiembre, demás procesos están en entrega:

<b>Tela Moda</b>	
Cartago - valle	\$ 1.940.085
Guna - Dule	\$ 236.370
Charalá	\$ 739.740
Guajira	\$ 975.360
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.891.555</b>

<b>Materia Prima en Zona - Moda</b>	
Charalá	\$ 2.808.000
Belén de Umbría	\$ 4.106.600
San Juan del Cesar	\$ 2.686.000
Guainía Porvenir	\$ 2.400.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.000.600</b>

#### Transmisión de oficio

Para la categoría de moda, hasta el mes de septiembre se presentan las siguientes transmisiones de oficio: 2 de la categoría moda, que están pendientes y con su previa programación para el mes de octubre, esto concertado desde el equipo de componente de desarrollo humano, se definen las programaciones con base en previo diagnóstico de ellas.



TRANSMISIÓN DE SABERES MODA		
ARTESANO	MUNICIPIO	PAGO
Ana Gladys Aponte Garrido	Inírida	\$ 2.000.000
Yudy Mariela Aponte Garrido	Inírida	\$ 2.000.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4.000.000</b>

### Negocios facilitados

Así mismo, desde el programa se viene implementando el seguimiento a negocios facilitados por medio de las comunidades, en lo cual ha estado involucrado tanto el equipo de diseño tanto de moda, como la profesional en marketing, en acciones como: trabajo con marcas de diseño, compras de clientes presenciales, campaña del mes de amor y amistad, trabajo de manejo de redes y el movimiento de la cuenta de Instagram institucional.

Categoría Moda	
Tejidos Boyacá	\$ 635.440,00
Asobordarte	\$ 633.600,00
LOREN BARAKE	\$ 6.356.000
LOREN BARAKE	\$ 2.090.900
Ana Berrio	\$ 6.791.000
<b>Total Agosto</b>	<b>\$ 16.506.940</b>

### Compras institucionales:

Como plan de mitigación desde la Subgerencia de Fortalecimiento del sector Artesanal, se dispone rubro para la compra de producto tanto de inventario, como de producto para los eventos, que, hasta el mes de septiembre, reporta un monto de \$59,8 millones.



Resumen de Actividades por medio de las Tics:

<b>Categoría Moda Codiseño y Producción</b>	
Tendencias	15
Apertura y seguimiento a focalización	6
Comercio en línea	1
Co diseño - diseño	44
Entrevistas Rocío Arias	2
Historia y negocio de la moda	27
Patronaje y optimización productiva	4
Plan de producción y prototipos	7
<b>TOTAL</b>	<b>106</b>

<b>Componente Comercial - e marketing</b>	
Importancia de las redes sociales	7
Facebook Como Vitrina Comercial y de Fidelización de Clientes	7
Copa Ventas	2
Estrategia Campaña Amor y Amistad	2
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>

<b>Componente Desarrollo Humano Moda</b>	
Asesoría Puntual	1
Autocontrol Emocional	2
Autocontrol físico	1
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>



Referencias Producidas para la Colección 2020:

<b>Colección Institucional Moda</b>	
Referencias	135

Colección capsula

La Colección capsula en esta oportunidad se realiza bajo el concepto de “Soñemos el agua”, así son convocados 20 diseñadores en el mes de marzo, en el cual se les hace una introducción conceptual y explicativa del proceso, posteriormente en el mes de agosto con base en lo definido de plataformas comerciales se deciden vincular 16 diseñadores. Sus colecciones han sido trabajadas con comunidades artesanas tanto tradicionales como étnicas y la muestra tendrá lugar tanto en el Market place de Artesanías de Colombia y en Expoartesánias.

Comunicación

Campaña de comunicación Instagram # 1

ENFOQUE: resaltar los componentes fundamentales de los propósitos, acciones y contenidos con los que se trabaja desde este Programa en relación con las comunidades artesanas del país.

Está dividido en cuatro fases que hicieron presencia al aire durante cuatro semanas consecutivas, entre el 27 de abril y el 23 de mayo de 2020. Cada fase hace énfasis en una temática diferente articulados de manera ordenada y lineal ante la audiencia.

FASE I: Espíritu y propósitos

Post 1: Moda Viva

Post 2: Soñamos el Agua, colección Moda Viva 2020

Post 3: Iniciativas

Post 4: Siempre presentes, artesanas y artesanos (nombres)

FASE II: Materias primas y oficios / Inicia programa de IGLive

Post 1: Joyería



Post 1A: Ejemplo

Post 2: Accesorios

Post 2A: Ejemplo

Post 3: Vestuario

Post 3A: Ejemplo

Post 4: *IGLive con Ana María Frías, gerente general de Artesanías de Colombia*

Post 5: *IGLive con Wade Davis, antropólogo, etnobotánico y escritor.*

FASE III: Virtualidad del trabajo con las comunidades artesanas

Post 1: Formación a través de talleres

Post 1A: *IGLive con Abelino Palacios, artesano joyero (Quibdó, Chocó)*

Post 2: Herramientas audiovisuales y digitales

Post 2A: *IGLive con Manuela Castaño, consultora Joyería*

Post 3: Demostración de oficios

Post 3A: *IGLive con Mario Reina, diseñador Joyería*

Post 4: Innovación en diseño

Post 4A: *IGLive con Natalia Pérez, directora creativa Programa Moda y Joyería*

Post 5: *IGLive con xxxx, artesana líder Charalá (Santander)*

FASE IV: Piezas artesanas y canales de comercialización

Post 1: El viaje de una pieza artesanal desde Uribia (La Guajira)

Post 1A: *IG Live con Yudelís Sapuana, artesana wayuu (La Guajira)*

Post 2: El viaje de una pieza artesanal desde Mompox (Bolívar)

Post 3: Compra Solidario a través de Artesanías de Colombia

Post 4: Donaciones a comunidades artesanas

Post 5: *IGLive con Jimena Puyo, subgerente de desarrollo y fortalecimiento del sector artesanal - de Artesanías de Colombia*



AVANCES SEPTIEMBRE- 2020	
<b>BENEFICIARIOS</b>	<b>604</b>
<b>DEPARTAMENTOS</b> Comunidades atención integral: ▪ Charalá, Valle Cartago- Roldanillo, Maicao, San Juan del Cesar, Duitama, Porvenir(Zaricahna) Asesorías Puntuales ▪ Bogotá , Bolívar Conferencias Nacionales: ▪ Región Cundiboyasense, Región sur Andina, Santander, Eje Cafetero, Valle	<b>10</b>
<b>ACTIVIDADES VIRTUALES REALIZADOS</b> ▪ Componente de diseño y producción: 105 ▪ Componente comercial – e marketing : 18 ▪ Componente de desarrollo humano: 4	<b>127</b>
<b>REFERENCIAS DE PRODUCTO REALIZADAS</b>	<b>125</b>
<b>TRABAJO COLABORATIVO CON COMUNIDADES</b> ▪ MAZ – Grupo Éxito (Arkitekt) ▪ Mario Hernández ▪ 20 diseñadores – Colección capsula	<b>22</b>
<b>NEGOCIOS FACILITADOS (MM)</b> ▪ Diseñadores ▪ Arkitekt ▪ Campaña Amor y Amistad ▪ Redes de Artesanos	<b>\$ 16</b>
<b>COMPRAS INSTITUCIONALES (MM)</b> Plan de mitigación – Expoartesano	<b>\$ 60</b>
<b>MATERIAS PRIMAS ENTREGADAS (MM)</b> En proceso entrega \$20mm	<b>\$ 16</b>
<b>Procesos de Transmisión de Saberes</b>	<b>2</b>

### Resultados globales Programa Moda

#### ✓ Programa de Joyería

El objetivo principal de este programa es hacer una atención integral a las comunidades joyeras y contribuir al mejoramiento del trabajo de los artesanos. Se desarrolla a través de proyectos nacionales y regionales donde se involucran procesos de formación y acompañamiento en el diseño y producción de colecciones de joyería fortaleciendo el desarrollo de productos.

En lo corrido del año se ejecutaron las siguientes actividades en las comunidades atendidas, conforme el plan de trabajo formulado para la vigencia:

#### Focalización de Comunidades: Convocatoria y definición.

El Programa de Joyería, establece las comunidades a ser beneficiarias en el 2020, con varios parámetros según la categoría



- Comunidades que estén en nivel 1, 2 o 3 y que tengan tradición por el desarrollo de Joyería
- Comunidades que por medio de laboratorios de Innovación y Diseño se hayan reconocido con vocación.
- Para la vigencia 2020, se vincula como atenuante las condiciones de conectividad, aunque no se vio alterada, la focalización inicial.
- Comunidades de tradición artesanal joyera que hayan hecho parte de la convocatoria lanzada por Artesanías de Colombia en el mes de febrero.
- Comunidades a quienes se han venido atendiendo y requieren proceso de seguimiento y fortalecimiento.
- Comunidades artesanales étnicas o tradicionales.

<b>Joyería</b>	
<b>Nivel de atención 1 - acompañamiento permanente</b>	
<b>Departamento</b>	<b>Comunidades</b>
Santander	Vetas
	California
Bolívar	Mompox
Antioquia	Santafé de Antioquia
	Segovia
Nariño	Tumaco
	Barbacoas
Cauca	Guapi
Quindío	Quimbaya
Caldas	Marmato
Tolima	Ataco
<b>Atención a Joyeros en colaboración con Laboratorios</b>	
Antioquia	Envigado
Santander	Santander y Santander del Norte





Cundinamarca	Cundinamarca
Valle - sur Andina	Valle - sur Andina
Bogotá	Bogotá
<b>Solo compra de producto</b>	
Quibdó	Choco

Investigación de tendencias para socializar.

En la categoría joyería, la fase inicial se desarrolla con base en el estudio de tendencias lo cual cobra pertinencia para comunicar a los artesanos tanto de forma general como especifica según características, se desarrollan 4 presentaciones discriminadas, así:

Joyería:

- Tendencias Joyería 1-Macrotendencias
- Tendencias Joyería 2 - Puntos de acción, Temas y Conceptos, Tendencias
- Tendencias 3 Joyería- Masculina, Materiales, Siluetas
- Tendencias 4 Joyería- Pedrería

Desarrollo trabajo con comunidades:

Departamento Antioquia:

Municipio: Santa fe de Antioquia

Beneficiarios: 12

Actividades:

\*Componente Diseño y Producción

Reunión Inicial, concepto de diseño, taller de fotografía 1, socialización de concepto, asesoría en bioseguridad, marcas de diseño, reunión con marcas de diseño, taller de diseño. Bocetos, plan de producción, producción Expoartesano, producción Expoartesánías

\*Componente comercial

Importancia de las redes sociales, Modulo 2 Campaña Amor y Amistad



\*Componente de desarrollo humano:

Levantamiento de expectativas, autocontrol emocional, liderazgo y solidaridad

Departamento: Antioquia

Municipio: Envigado

Beneficiarios: 102

Actividades:

\*Componente de diseño y producción

Tendencias 1 Joyería - Macrotendencias, Tendencias 2 Joyería - Macrotendencias, Tendencias 2 Joyería - Macrotendencias, Tendencias 3 Joyería- Masculina, materiales, Siluetas, Tendencias 3 Joyería- Masculina, Materiales, Siluetas, Tendencias 4 Gemas, Tendencias 4 Joyería, Relatos y fotografía para joyería, 2 talleres Narrativa de la Imagen, Comercio en línea: Invitados Empresa digital los de Búho, Ideación – conceptualización, Ideación – conceptualización, Bisutería y Joyería. Identidad de marca, Nichos de mercado para joyería.

*Envigado – Semana de la Joyería:*

Beneficiarios: 359 nacionales – 156 extranjeros

Actividades:

\*Componente de diseño y producción

Charla sobre la mujer artesana joyera, Joyería Tradicional, 2 talleres de Proceso creativo

Departamento: Antioquia

Municipio: Segovia

Beneficiarios: 26

Actividades:

\*Componente de diseño y producción

Tendencias, Tendencias 2, Fotografía 1, Fotografía 2, Ideación

Departamento: Santander

Ciudad: Santander

Beneficiarios: 24

Actividades:



\*Componente de diseño y producción

Tendencias Joyería 1-Macrotendencias, Tendencias Joyería 2 - Puntos de acción, Temas y Conceptos, Tendencias, Tendencias 3 Joyería- Masculina, Materiales, Siluetas, Tendencias 4 Joyería- Pedrería, Fotografía, Narración y Fotografía, Comercio en línea

Departamento: Santander

Municipio: Vetas - California

Beneficiarios: 4

Actividades:

\*Componente de diseño y producción

Concepto de diseño, 3 talleres de diseño, 2 talleres de elaboración de catálogo, Modulo 1 y 2 proceso creativo, tendencias, valores de marca

\*Componente comercial

Importancia de las redes sociales, módulo 2 Facebook como Vitrina Comercial y de Negocio, revisión acciones puntuales en Facebook

\*Componente de desarrollo humano

Liderazgo y solidaridad, expectativas- metas

Departamento: Bolívar

Municipio: Mompo

Beneficiarios: 20

Actividades:

\*Componente de diseño y producción

Taller de fotografía 1, Ejercicio de Fotografía, WhatsApp, Reunión de concertación compra de productos, Asesorías puntuales Incultur, Concertación de precios, Acuerdos pagos, seguridad industrial, 5 reuniones de producción Expoartesanías, y seguimiento piezas Falabella

\*Componente de desarrollo humano

Expectativas- metas, importancia de las redes sociales, liderazgo y solidaridad,



autocontrol emocional.

\*Componente Comercial

Módulo 2 Facebook como Vitrina Comercial y de Negocio, Evaluación implementación campaña Facebook y sesión de trabajo concurso copa discurso de ventas, Copa de ventas, Revisión Final Guion Copa Discurso de Ventas y Correcciones finales campaña septiembre, módulo 2 - implementación final, FaceBook Como Medio Efectivo de Promociones y Lanzamiento de Producto

Departamento: Tolima

Municipio: Ataco

Beneficiarios: 4

Actividades:

\*Componente de diseño y producción

Reunión Inicial, Taller de fotografía 1, Tendencias y asesoría puntual, Tendencias Gemas, Fotografía 1, Conceptualización, Ideación – conceptualización, 2 talleres de Asesoría en diseño, Socialización de propuestas.

\*Componente de Desarrollo humano

Diagnóstico de asociatividad líder Ataco

Departamento: Quindío

Municipio: Quimbaya

Beneficiarios: 13

Actividades:

\*Componente de diseño y producción

Tendencias Joyería, Tendencias 3 Joyería- Masculina, Materiales, Siluetas, Conceptualización e ideación, Taller co-diseño, 2 talleres Catalogo, Taller de Fotografía, Seguridad Industrial y Bioseguridad, 3 producción expo artesanías, identidad de marca,

\*Componente Comercial

Importancia de las redes sociales, Módulo 2 Facebook Como Vitrina Comercial y de Fidelización de Clientes



\*Componente desarrollo humano

Liderazgo y solidaridad, Socialización de diseños

Departamento: Caldas

Municipio: Marmato

Beneficiarios: 6

Actividades:

\*Componente de diseño y producción

Concepto de diseño, Taller de fotografía 1, Concepto de diseño, Tendencias Joyería, Tendencias 3 Joyería- Masculina, Materiales, Siluetas, Conceptualización Asesoría puntual, Diseñadores y marcas, Fotografía, Acuerdos colección, Propuestas diseño, identidad de marca,

\*Componente de desarrollo humano

Levantamiento de expectativas liderazgo y solidaridad

\*Componente Comercial

Módulo 1 Importancia de las redes sociales en la estrategia de ventas

Módulo 2 Facebook como Vitrina comercial y de Fidelización de clientes

Módulo 2 - implementación final, FaceBook Como Medio Efectivo de Promociones y Lanzamiento de Producto

Departamento: Cauca

Municipio: Guapi

Beneficiarios: 5

Actividades.

\*Componente de diseño y producción

Co diseño, Reunión zoom presentación con marcas para dllo de producto - Diseño Socialización de resultados, Taller de Fotografía, Fotografía 1, Fotografía de producción y Expoartesanías, Market place y Expoartesanías, Producción Expoartesanías, Socialización al semillero



\*Componente de desarrollo humano

Asesoría Puntual caso Harold Valencia, liderazgo y solidaridad

\*Componente Comercial

Módulo 1, Importancia de las redes sociales en la estrategia de ventas

Departamento: Nariño

Municipio: Barbacoas

Beneficiarios: 10

Actividades:

\*Componente de diseño y producción

Taller de fotografía 1, Socialización de concepto, Co diseño, Diseño - Reunión diseñadores, Reunión con marca de diseño, Concepto de diseño, Asesoría en diseño, Seguimiento producción, Plan de producción, Taller de Fotografía, Producción y fotografía, Producción Expoartesánías, Fotografía y producción Expoartesánías

\*Componente de desarrollo humano

Liderazgo y solidaridad, Taller de transmisión de saberes, Autocontrol emocional

\*Componente Comercial

Módulo 2 implementación Final, Facebook como medio efectivo de promociones y lanzamientos de productos, Módulo 2, Facebook Como Vitrina Comercial y de Fidelización de Clientes

Departamento: Nariño

Ciudad: Tumaco

Beneficiarios: 6

Actividades:

\*Componente de diseño y producción

Taller de fotografía 1, Socialización de concepto, 2 talleres de co diseño, muestra de Prototipos, 2 talleres de fotografía 1, fotografía y publicación en redes, fotografía taller 2, producción Expoartesano, manejo de Imagen, como tomar videos, producción



Expoartesano, 2 sesiones de Producción Expoartesanas

\*Componente de desarrollo humano: 2

Liderazgo y solidaridad, autocontrol emocional

\*Componente de Comercialización: 1

Módulo 1, Importancia de las redes sociales en la estrategia de ventas

Departamento: Cundinamarca – Bogotá

Municipio: Cundinamarca – Bogotá

Beneficiarios: 19

Actividades:

\*Componente de diseño y producción

Joyería Gestión del tiempo, Proceso creativo Joyería, Estructura creativa Joyería- Brief de diseño, Búsqueda de ideas Joyería, Tendencias 1 - Joyería -Macro tendencias, Tendencias Joyería 2 - Puntos de acción, Temas y Conceptos, Tendencias, Tendencias 3 Joyería- Masculina, Materiales, Siluetas, Tendencias 4 Gemas,

Departamento: Región Sur Andina

Municipio: Región Sur Andina

Beneficiarios: 35

Actividades:

\*Componente de diseño y producción

Comercio en línea, Tendencias, Conceptualización, Ideación, Charla de fotografía para joyería

#### Proyectos Especiales:

Gestiones adelantadas anterior a la pandemia por COVID 19, con proyección al 2021:

\*Subasta Bogotá una Joya:

La Cámara de Comercio de Bogotá, a través del Clúster de Joyería y Bisutería, en colaboración con Colombia cuida Colombia, Artesanías de Colombia y el Banco de



Alimentos, se unen para la cuarta versión de 'Bogotá una Joya'; que para este año se solidariza con el sector artesanal de joyería de Bogotá y nivel nacional.

Se subastaron virtualmente 88 piezas de joyería exclusivas donadas por artistas joyeros que se unieron solidariamente para apoyar al sector artesanal del país. La totalidad de los recursos fueron destinados a beneficiar a familias de artesanos joyeros de Bogotá, Barbacoas, Tumaco, Guapi, Marmato, Mocoa, Vetas, California, Timbiquí, Quibdo, Quimbaya, Segovia, Santa fe de Antioquia, Ataco, Mocoa estos últimos, municipios seleccionados por su vocación en este oficio tradicional y porque están enfrentando una situación crítica.

Con esta iniciativa se llevaron 201 mercados a nivel nacional y kits con elementos de bioseguridad, estos últimos entregados en la ciudad de Bogotá, se pretende suplir necesidades básicas y la re activación de su labor.

Por medio de la Fundación de solidaridad por Colombia, en alianza con Artesanías de Colombia, fue solventada toda la logística de entrega, ya no de los 102 mercados de la subasta, sino que se hace un aumento significativo para entregar 147 mercados, algunos de los cuales han sido entregados en consignación por medio de los líderes.

El programa de moda y joyería a través de su colaboradora de desarrollo humano Mabel Sierra, es el encargado de recoger en zona toda la evidencia, siendo así, aún se continúa en proceso de consignación y espera de completar la totalidad de las entregas.

Gestiones adelantadas durante la contingencia derivada de la pandemia, con el ánimo de entrar a la etapa de mitigación:

\*Proyecto Club Colombia:

Mediante la empresa denominada Alina se establece contacto con Club Colombia con el ánimo de hacer una compra de inventario, esta solicitud se inicia sobre un levantamiento de inventario, se pasan a Club Colombia alrededor de 500 referencias que fueron compiladas entre los programas de la entidad.





La compra una vez definida, siendo que los productos definidos son de las líneas home decor, se pasa a la Subgerencia de Promoción, para que dé seguimiento y continuidad.

**\*Proyecto Muzo:**

El Proyecto Muzo cuyo objetivo principal es la capacitación de familias que ejercen la extracción artesanal e incluso a algunos contratistas que hacen parte de la Fundación Muzo de Mineral Texas Colombia.

Para la fase # 2, se plantó una contratación a Artesanías de Colombia por \$ 98,4 millones, en donde se entraría a profundizar lo desarrollado en la Alianza del año 2019, en talla de piedras, microfundición, diseño, producción y calidad y costos y comercialización.

Esto con el ánimo de generar una colección que hiciera parte de la muestra de la entidad a finales del 2020. El proyecto fue interrumpido por la llegada de la pandemia y aplazado para inicios del 2021, debido a que la fundación cierra sus instalaciones en zona, temporalmente.

Inversión en materias primas e insumos parcial, entregas hasta el 30 de septiembre:

<b>Herramientas de Joyería</b>	
Jegua 1 - Guapi	\$ 735.182
Jegua 2 - Guapi	\$ 735.182
Tumaco	\$ 94.010
Vetas - California	\$ 381.900
barbacoas	\$ 428.130
Mompox	\$ 2.394.280
Ataco	\$ 3.484.732
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8.253.416</b>
<b>Plata ley 950</b>	
Tumaco	\$ 2.117.718,00
Guapi	\$ 2.117.718,00
Barbacoas	\$ 2.117.718,00
Quibdó	\$ 705.906,00
Ataco	\$ 1.764.765,00
Vetas	\$ 705.906,00
<b>Total</b>	<b>\$ 9.529.731,00</b>



### Transmisión de oficio,

Para la categoría de Joyería, hasta el mes de septiembre se presentan las siguientes transmisiones de oficio: 3 de la categoría moda, que están pendientes y con su previa programación para el mes de octubre, esto concertado con el equipo del componente de desarrollo humano, se definen las programaciones con base en previo diagnóstico de ellas.

TRANSMISIÓN DE SABERES JOYERIA		
ARTESANO	MUNICIPIO	PAGO
Victor Lizardo Cabezas Prado	Barbacoas	\$ 2.000.000
Ever Ricardo Cabezas Yela	Barbacoas	\$ 2.000.000
Jenfer Anibal Angulo Castillo	Barbacoas	\$ 2.000.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 6.000.000</b>

### Negocios facilitados

Así mismo, desde el programa se viene implementando el seguimiento a negocios facilitados por medio de las comunidades, en lo cual ha estado involucrado tanto el equipo de diseño joyería, como la profesional en marketing, en acciones como: trabajo con marcas de diseño, compras de clientes presenciales, campaña del mes de amor y amistad, campaña Bolívar a tu casa, trabajo de manejo de redes y el movimiento de la cuenta de Instagram institucional.

Categoría Joyería	
Negocios facilitados	\$ 7.740.000
Ana Berrio Bolivar en casa	\$ 31.712.000
Bogotá Una Joya Solidaria	\$ 21.000.000
NF. A Agosto Ana Berrio	\$ 1.090.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 61.542.000</b>



Compras institucionales:

Como plan de mitigación se dispone de un rubro para la compra de producto tanto de inventario, como de producto para los eventos, que, hasta el mes de septiembre, reporta compras por valor de \$38,6 millones.

Resumen de Actividades por medio de las Tics:

<b>Categoría joyería</b>	
Reuniones de apertura	3
Acuerdos de pago	2
Proyecto Incultur	1
Seguridad Industrial y Bioseguridad	3
Codiseño-diseño	45
Dirección creativa	4
Desarrollo de catalogo	4
Comercio en línea	4
Como tomar videos	1
Conferencia la mujer en el mundo de la joyería	1
Joyería tradicional	1
Desarrollo de imagen y grafico	8
Reunión colecciones capsula	6
Fotografía	32
Mercado para Joyería	1
Plan de Producción	27
Tendencias	29
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>



<b>Componente Comercial - e marketing- Joyería</b>	
Importancia de las redes sociales	8
Facebook Como Vitrina Comercial y de Fidelización de Clientes	8
Copa Ventas	3
Estrategia Campaña Amor y Amistad	4
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>

<b>Componente Desarrollo Humano Joyería</b>	
Asesoría Puntual	1
Autocontrol Emocional	2
Autocontrol físico	1
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>

Referencias Producidas para la Colección 2020

<b>Colección</b>	<b>Institucional</b>
<b>Joyería</b>	
Referencias	125

Colección capsula:

La Colección capsula en esta oportunidad se realiza bajo el concepto de “soñemos el agua así” y “a través de mi ventana”, son convocados 5 diseñadores en el mes de julio con la curadora Manuela Castaño, se les hace una introducción conceptual y explicativa del proceso, Sus colecciones han sido trabajadas con comunidades artesanas tanto tradicionales como étnicas del sector joyero y la muestra tendrá lugar tanto en el Market Place de Artesanías de Colombia como en Expoartesanías.



Comunicación:

Campaña Instagram # 2

La campaña conexión artesanal, para el mes de septiembre se tuvo en cuenta como eje principal los artesanos de Mompox. El objetivo general de la campaña fue lograr incrementar las ventas de los artesanos a través de las publicaciones, las cuales tenían un enfoque cultural y artesanal, y en la que se destacaron las características y aplicaciones de los diferentes tipos de rellenos utilizados en el arte de la filigrana Momposina.

AVANCES SEPTIEMBRE- 2020	
<b>BENEFICIARIOS</b>	912
<b>DEPARTAMENTOS</b> Comunidades: • Vetas, California, Mompox, Santafé de Antioquia, Segovia, Tumaco, Barbacoas, Guapi, Quimbaya • Marmato, Ataco Comunidades convocatoria nacional: • Envigado, Santander y Santander del Norte, Cundinamarca, Valle, Sur Andina, Bogotá	12
<b>ACTIVIDADES VIRTUALES REALIZADOS</b> • Componente de diseño y producción: 172 • Componente comercial – e marketing : 23 • Componente de desarrollo humano: 4	199
<b>REFERENCIAS DE PRODUCTO REALIZADAS</b>	125
<b>TRABAJO COLABORATIVO DISEÑADORES CON COMUNIDADES</b> Ana Buendía, Catalina Lewin, catalina Echeverri, Mercedes Salazar, Ceci Arango	22
<b>NEGOCIOS FACILITADOS (MM)</b> • Diseñadores • Subasta Bogotá una Joya – Cámara de Comercio de Bogotá • Campaña Amor y Amistad • Redes de Artesanos	\$ 61
<b>COMPRAS INSTITUCIONALES (MM)</b> Plan de mitigación – Expoartesano	\$ 39
<b>MATERIAS PRIMAS Y HERRAMIENTAS ENTREGADAS (MM)</b>	\$ 18
<b>PROCESOS DE TRANSMISIÓN DE SABERES</b>	3

**Resultados globales Programa Joyería**



A continuación, se describen los demás programas que se ejecutan en el marco de los Laboratorios, y que, aunque sus actividades aportan al desarrollo de la Estrategia de Economía Naranja, su enfoque y desarrollo abarca muchas más acciones.

✓ **Programa de Formación de formación técnico laboral por competencias**

El programa se ejecuta en a través de la Unidad de Formación de Artesanías de Colombia, la cual busca contribuir al proceso de formación del Recurso Humano, contando con la vasta experiencia de la entidad en Programas de Educación Informal. Desde su génesis, en el año 2010, incorpora la educación como parte misional creando la Unidad de Formación para el trabajo y el desarrollo humano.

A continuación, se describen las principales acciones ejecutadas durante lo corrido del año 2020.

Convocatoria

El 12 de febrero se publicó la convocatoria para el técnico laboral en joyería, se inscribieron 40 candidatos, que fueron entrevistados por dos docentes y la coordinadora académica, en un formato diseñado para tal fin. Pasaron la entrevista 17 candidatos que obtuvieron el subsidio que otorga Artesanías de Colombia, se matricularon el 4 de marzo y se les dio una inducción, para que conocieran el programa los lineamientos institucionales

Formación Presencial

EL 9 de marzo se inicia el proceso de formación, el cual pudo ser ejecutado solo por una semana.

La Unidad de Formación de Artesanías de Colombia, consciente de la crisis de salud pública que atraviesa el mundo y especialmente en nuestro país y las condiciones desencadenadas por la pandemia del coronavirus (Conavid-19) decide reinventarse en busca de alternativas y establecer las estrategias y acciones que permitirán continuar con el proceso de enseñanza - aprendizaje de los estudiantes

Es así que la Unidad de Formación, en línea con las directrices de la alta dirección, procedió a tomar las medidas de contención adoptadas por el gobierno en busca



desacelerar los efectos de la crisis, y da inicio a una nueva versión de atención: La formación Virtual.

### Formación Virtual

Para el desarrollo de esta nueva dinámica de prestación de este servicio se implementó el Modelo pedagógico Activo. Se proyectó un plan de contingencia que se ajusta plenamente a las circunstancias actuales, el cual consiste en:

- ✓ Identificar contenidos aplicables a la formación virtual.
- ✓ Identificar la plataforma acorde a las necesidades propias del Programa
- ✓ Publicar la convocatoria, a la cual se inscribieron 580 artesanos de todo el país
- ✓ Implementar la plataforma GoToMeeting para la formación virtual

La formación virtual y su metodología se ha aplicado según el componente de trabajo del programa así:

### Virtualidad para el técnico laboral

El 19 de marzo se inicia con los alumnos del Técnico iniciando con el módulo de competencias transversales y la adaptación de los contenidos a la formación virtual, estas son:

- a) Competencias Ciudadanas
- b) Emprendimiento
- c) Gestión Administrativa
- d) Presupuestos y Costos
- e) Diseño y Procesos creativos para el desarrollo de Joyería
- f) Guías de taller: Metalurgia

Adicionalmente, se establece la formación por proyectos en las competencias transversales. Esto para un total de 215 sesiones entre el técnico laboral y los cursos complementarios.

Parte de este proceso implicó identificar los contenidos aplicables a la metodología de formación virtual, es así que se diseña un catálogo y los contenidos apropiados y a la



medida del público objetivo: Los Artesanos. Los contenidos son:

- ✓ Servicio al Cliente,
- ✓ Metalurgia I - II
- ✓ Comunicación para la Venta
- ✓ Diseño y Procesos Creativos aplicados a Joyería

Se ha logrado un total de 884 horas catedra dictadas, 13 departamentos atendidos: Atlántico, Bolívar, Córdoba, Guajira, Santander, Cundinamarca, Caldas, Quindío, Boyacá, Risaralda, Valle del Cauca, Nariño, Antioquía y 341 beneficiarios de cursos complementarios.

Así mismo se ha continuado la realización de talleres y conferencias con la participación de 97 beneficiarios; estos talleres fueron:

TEMA	CONFERENCISTA	HOJA DE VIDA
<b>De la idea a la joya</b>	NICOLÁS ESTRADA.	Joyero Colombiano, radicado en Barcelona, quien ha publicado 4 libros especializados/ Ed Promopress
<b>Gemas Naturales, Sintéticas, Hechas En Laboratorio, Imitaciones Y Tratamientos</b>	CARLOS OSORIO	Egresado de la Unidad. MAESTRO Especialista y Evaluador de Gemas

Otras actividades

\*Convenio marco Artesanías de Colombia y SENA:

Se entrega certificación integral a 27 artesanos en 3 normas de competencia laboral en el oficio del Totumo, Tunará con el apoyo del Laboratorio Atlántico

\*Creación de mesas técnicas Artesanías de Colombia y SENA, en:

- Redacción y redacción Estudios previos y formalización(ADC+SENA)
- Emprendimiento
- Desarrollo y ejecución proyecto Marco de referencia Global
- Internalización OVOP





- Mesa de Fibras
- Mesa de Moda

\*Proyecto diseño de cualificaciones artesanías

- Se radica propuesta de participar en el proceso de identificación y diseño de las cualificaciones de las Artes y Patrimonio Cultural Material e Inmaterial
- Se define y selecciona equipo técnico de identificación y diseño del catálogo de Cualificaciones del sector de artesanías

AVANCES SEPTIEMBRE- 2020	
<b>ESTUDIANTES</b> Programa de formación técnico laboral en joyería - Virtual	<b>18</b>
<b>ACTIVIDADES VIRTUALES REALIZADAS</b> Sesiones Técnico Laboral y Cursos Complementarios	<b>215</b>
<b>BENEFICIARIOS de Cursos Complementarios</b> Servicio al Cliente, Comunicación para la Venta, Diseño y Procesos Creativos aplicados a Joyería y Metalurgia I - II	<b>355</b>
<b>TALLERES Y CONFERENCIAS VIRTUALES:</b> • DE LA IDEA A LA JOYA Conversatorio con el joyero Nicolás Estrada. Joyero Colombiano, radicado en Barcelona, quien ha publicado 4 libros especializados/ Ed <u>Promopress</u> • GEMAS NATURALES, SINTÉTICAS, HECHAS EN LABORATORIO, IMITACIONES Y TRATAMIENTOS Conferencia por el maestro y especialista Carlos Osorio	<b>97</b>
<b>CERTIFICACIÓN</b>	<b>27</b>
<b>HORAS ACADÉMICAS DICTADAS</b>	<b>884</b>
<b>DEPARTAMENTOS ATENDIDOS</b> Atlántico, Bolívar, Córdoba, Guajira, Santander, Cundinamarca, Caldas, Quindío, Boyacá, Risaralda, Valle del Cauca, Nariño, Antioquía	<b>13</b>

Resultados globales Programa Formación

✓ **Programa de sello de calidad “Hecho a Mano”**

Es un programa que conduce a la certificación de carácter permanente, otorgada a productos artesanales elaborados a mano, con ajuste a parámetros de calidad y tradición, que permite diferenciarlos de los productos elaborados industrialmente y así reconocer su valor como expresión de identidad y cultura.



Sus objetivos son: diagnosticar y capacitar a las comunidades en el Esquema de Certificación, elaborar en conjunto con los artesanos los documentos “Referenciales” o Normas Técnicas para el sector, otorgar el Sello de Calidad Hecho a Mano a los artesanos individuales o asociaciones que cumplan con los requisitos, apoyar la participación de los artesanos certificados en eventos feriales y diseñar la imagen con publicidad sobre la certificación de calidad.

También, esta certificación asegura en el mercado interno y externo que los productos artesanales cumplan con los requisitos de calidad establecidos en los Referenciales o Normas Técnicas de calidad, ya que la certificación es una valiosa herramienta en transacciones comerciales que genera confianza y respaldo.

En el año 2019 se avanzó en la inclusión de la cadena de suministro en la actualización de los referenciales teniendo en cuenta que, dentro de la cadena de valor, este ítem ayudaba considerablemente a la generación de nuevos criterios de calidad y al aporte de un producto terminado con buenos estándares de calidad.

Tal es el caso del análisis del proceso productivo realizado con la actualización del referencial de tejeduría en iraca del municipio de Usiacurí, Departamento del Atlántico, en donde las artesanas tienen que comprar la materia prima procedente de otros Departamentos y por consiguiente fue necesario generar indicadores cuantitativos y cualitativos para garantizar estándares frente a la adquisición de la Iraca.

Por otro lado, también se detectó que en la mayoría de los casos, las artesanas mandaban fabricar las estructuras de los bolsos (Uno de estos casos son los bolsos de la colección “Moda Viva” 2018), y en dicho proceso, tenían que regirse o aceptar las estructuras sin criterios de calidad en la fabricación y los acabados, por lo que también se incluyeron indicadores para este insumo.

Así mismo, se incluyó el compendio de cultura material enfocado al levantamiento de un documento que complementa el referencial en donde se realiza un registro de los



productos más representativos de la comunidad teniendo en cuenta que el programa es de carácter territorial y por consiguiente los productos deben contemplar características formales y de identidad propias del contexto en donde se elaboran.

En la actualidad, ICONTEC cuenta con un auditor de calidad a nivel nacional para el programa se “Hecho a Mano”, por lo que se les propuso capacitar funcionarios de Artesanías de Colombia como auditores para ampliar el capital humano; se presentaron 4 hojas de vida de acuerdo con las regiones culturales de mayor demanda y relevancia en el oficio artesanal, se seleccionaron 2 funcionarios quienes una vez se capaciten y pasen las pruebas técnicas, se encargarán de realizar las auditorías en la región Caribe, Andes y Amazonía.

Lamentablemente, por la pandemia, este proceso está detenido, se espera re iniciar las mesas de trabajo en el mes de octubre para retomar las acciones pendientes.

En conjunto con ICONTEC, se están realizando las gestiones pertinentes para el registro de la marca “Hecho a Mano” con la SIC, para lo cual ya se diseñó el manual de marca con la nueva imagen corporativa de ICONTEC y se actualizó el logo del programa Sello de Calidad “Hecho a Mano”.

AVANCES SEPTIEMBRE - 2020	
ARTESANOS CON EL SELLO DE CALIDAD ACTIVO ATENDIDOS	41
CHARLAS INFORMATIVAS Y CAPACITACIONES A ARTESANOS CON EL SELLO DE CALIDAD ACTIVO 1 presentación estrategias, 7 valoración unidades productivas, 7 revisión criterios de calidad, 1 generalidades Sello y proceso de renovación, 1 Capacitación toma de fotografías, 7 contenido de etiquetas, 14 Textos finales etiquetas.	38
REVISIÓN DE CRITERIOS DE CALIDAD DE LOS DOCUMENTOS REFERENCIALES Artesanos con el Sello Activo	7
ARTESANOS ATENDIDOS POR MEDIOS ALTERNATIVOS (No presencial)	33
ARTESANOS INSCRITOS APOYO GRÁFICO SELLO DE CALIDAD Tarjetas de presentación, Etiquetas, catálogo comercial, actualización logos	20
EVALUACIONES DE PRODUCTO Y DE UNIDAD PRODUCTIVA realizadas de manera digital	1

Resultados globales Programa Sello de Calidad



La gestión y resultados obtenidos de las actividades descritas anteriormente se fundamentan en la ejecución del proyecto de inversión formulado y radicado ante el Departamento Nacional de Planeación (DNP) en el año 2018 denominado “Fortalecimiento de la actividad artesanal, una alternativa de desarrollo económico local y regional”

Para 2020 este proyecto cuenta con una apropiación de \$6.696,6 millones. Al corte se ha obligado un total de \$3.215,9 millones, es decir un 48% de dicha apropiación.

✓ **Programas especiales**

Para fortalecer la actividad artesanal a nivel local y regional, la entidad ejecuta programas especiales, como se ha mencionado, que complementan el trabajo en las diferentes regiones, los cuales se enmarcan dentro de los proyectos de inversión “Incremento de la competitividad e inclusión productiva de la población artesana víctima y vulnerable del país” y “Apoyo y fomento a la actividad artesanal de las comunidades o grupos étnicos, como expresión de sus economías propias a nivel nacional”.

✓ **Incremento de la competitividad e inclusión productiva de la población artesana víctima y vulnerable del país - Atención a la población víctima y vulnerable – APV.**

Artesanías de Colombia viene desarrollando desde el año 2006 el programa de “Mejoramiento de la competitividad del sector artesano de la población desplazada del País –APD- “. El desarrollo de dicho proyecto permitió adelantar procesos de acompañamiento en diversas zonas geográficas del país y desarrollar una metodología diferencial teniendo en cuenta las características propias de esta población y de sus territorios. En el año 2018 se adelantó una actualización del esquema de trabajo y de acompañamiento para la población desplazada, víctima y vulnerable del país, teniendo en cuenta las diversas actualizaciones, alcances que ha tenido la política de atención a esta población y los aprendizajes que la entidad ha tenido durante el desarrollo del anterior proyecto.



Para 2020 cuenta con una apropiación de \$1.128 millones del Presupuesto General de la Nación (PGN), obligando a la fecha un 43%, que equivale a \$484 millones.



En las zonas proyectadas para cobertura 2020 -Chocó, Valle del Cauca, Cauca, Nariño, región del Urabá Antioqueño, Córdoba, Bolívar y Magdalena- un gran número de personas vulnerables y víctimas del conflicto han apoyado sus actividades en la generación de ingresos a través de la producción de manualidades y/o artesanías como medio para mejorar sus condiciones socioeconómicas y sociales. Esta población, la población artesana víctima o vulnerable del país, no cuenta con capacidades técnicas y humanas suficientes, lo que tiene como uno de sus efectos los bajos ingresos de la población. Este es el principal problema que busca abordar el programa. Muchos artesanos del País se han visto obligados a abandonar su actividad, no sólo por razones de seguridad, sino también por falta de apoyo para resolver los diversos problemas de orden productivo que enfrentan para lograr que su actividad sea rentable. 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.

Así mismo el programa responde al marco normativo especial para la población desplazada, víctima y vulnerable. En este marco se encuentran: la Sentencia T-025 de 2004 mediante la cual se reconoce el estado de cosas inconstitucionales (ECI), el documento CONPES 3616 de 2009 mediante el cual se dictan los lineamientos de la política de generación de ingresos para la población en situación de pobreza extrema y/o desplazamiento, la ley 1448 de 2011 o “ley de víctimas” por la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno y se dictan otras disposiciones.

El objetivo general es el de mejorar las capacidades de la población artesana víctima y vulnerable del país para su inclusión productiva. Con esta estrategia se espera promover



alternativas de generación de ingresos, ocupación productiva para mejorar las condiciones de vida de la población víctima y vulnerable del país.

Para el año 2020 esta iniciativa acompaña beneficiarios artesanos ubicados en los departamentos de Choco, Cauca, Nariño y el distrito de Buenaventura atendidos de vigencias anteriores, haciéndoles seguimiento y acompañamientos específicos, así como beneficiarios nuevos en algunas de estas regiones. Así mismo se adelantaron nuevos acompañamientos en el departamento de Antioquia –zona del Urabá Antioqueño-, en el departamento de Bolívar, Córdoba y Magdalena.

Las asistencias técnicas hacen parte de las actividades básicas del proyecto, estas se desarrollan teniendo como punto de referencia metodológica el enfoque de capacidades de Amartya Sen y Martha Nussbaum al alrededor de dos grandes componentes: 1. capacidades para el ser y 2. capacidades para el hacer.

Dentro de las capacidades para el ser, desde temas como planes de vida, auto concepto, trabajo en equipo, gestión de conflictos y caracterización; Desde las capacidades para el hacer se desarrollarán asistencias técnicas en dos grandes bloques temáticos: 1. oficios y técnicas con temáticas como identidad y referentes, teoría del color, materias primas, creatividad, línea de productos; el bloque temático 2. Gestión de unidades productivas trabajando temas como costos de producción, precios de venta, herramientas para la comercialización y planes de negocio.

Así mismo los artesanos víctimas y vulnerables reciben herramientas e insumos para el desarrollo de su labor artesanal y se adelanta la organización de diferentes espacios para la comercialización de sus productos como ferias y centros de acopio.

Entre los meses de enero y septiembre de 2020 Se han desarrollado actividades de la siguiente manera:

#### Organizar la presencia de artesanos en eventos feriales

Los eventos comerciales en los que se proyecta la participación de artesanos beneficiarios del proyecto para la vigencia 2020 son: Expoartesano, Expoartesanas,



Festival Petronio Álvarez y espacio Market Place de Artesanías de Colombia. Así mismo se había proyectado participación en el espacio del Festival Vallenato, sin embargo y debido a la emergencia sanitaria por COVID 19 solamente fue posible adelantar una visita de gestión para participación Festival Vallenato.

Teniendo en cuenta la emergencia sanitaria la estrategia de acceso a mercados de las unidades productivas en acompañamiento se modifica y se inicia la proyección de estrategia virtual de comercialización. Dentro de esta estrategia se desarrollan 15 catálogos de las unidades productivas con los cuales se adelantaron ejercicios de divulgación en redes sociales.

Para la participación en los espacios virtuales de comercialización se proyectan los planes de producción de 11 unidades productivas para participación en los espacios de feria virtual Market Place, Expoartesano y Expoartesanas ADC.

Durante el mes de septiembre se inicia participación Festival Petronio Álvarez en su modalidad virtual. Se contó con la participación dentro del catálogo virtual del festival con productos de 8 unidades productivas en acompañamiento por parte del proyecto.

Por otra parte, se encuentra en desarrollo la estrategia e-commerce dentro de la cual se adelantan acciones encaminadas al logro de la alfabetización digital y en el uso de herramientas para el manejo de las TICs enfocadas hacia la comercialización en línea de cuatro unidades productivas seleccionadas como ejercicios colectivos de alto impacto.

#### Montar y/o afianzar punto de venta y/o centro de acopio

La estrategia de centro de acopio consiste en el fortalecimiento de un ejercicio colectivo que esté en marcha en los territorios en acompañamiento como espacios para la comercialización de los productos de los diferentes colectivos o grupos en la región, así como espacios para el encuentro y desarrollo de diferentes actividades. Teniendo en cuenta las zonas de atención priorizadas para 2020, y el trabajo adelantado durante la vigencia anterior, se proyecta en planeación el fortalecimiento del centro de acopio en San Jacinto.



Se adelantaron dos propuestas principales: 1. Diseño y dotación de Capsulas móviles para la comercialización de los productos en los espacios locales y 2. Apoyo para el mejoramiento de la casa Artesanal que se encuentra en el municipio y que pertenece a Artesanías de Colombia. Luego de revisiones de viabilidad y pertinencia de las propuestas se adelanta desde la entidad el proceso administrativo para adelantar los estudios técnicos para el mejoramiento de la casa artesanal.

Brindar asistencia técnica para el mejoramiento de productos y gestión de unidades productivas: Se adelanta el proceso de validación de la planeación para los componentes de Desarrollo Humano, Diseño y Emprendimiento por Departamentos, Municipios y Unidades productivas en acompañamiento desde las diferentes etapas de seguimiento, y se proyecta las acciones para la focalización en los departamentos de Magdalena y Córdoba.

Debido a la emergencia sanitaria de la COVID 19 desde el mes de abril teniendo en cuenta las dificultades relacionadas con el desarrollo de las jornadas de asistencia técnica por la contingencia en zona se inicia proceso de Revisión y adaptación de contenidos para posibilidad de asistencia técnica a distancia por componentes.

Teniendo en cuenta la nueva metodología en desarrollo se han adelantado jornadas de asistencia técnica vía telefónica en los municipios de: Aracataca, Santa Marta, Montelíbano, Puerto Libertador, Apartado, Turbo, Guapi, Ricaurte, Tumaco, Litoral del San Juan, Guapi, Timbiquí, Buenaventura y Magangué. Así mismo se avanza en propuesta de convenio para adaptación pedagógica y didáctica. A la fecha se han adelantado 431 talleres. Así mismo se encuentra en marcha el proceso administrativo para creación y/o optimización de herramientas para la asistencia técnica a distancia.

#### Entregar kits de utensilios, herramientas básicas y materias primas en las unidades artesanales para el desarrollo de sus productos

Para el mes de septiembre se cuenta con registro de contrato para compra de herramientas para dotación de las unidades productivas, y se han adelantados la entrega de materia prima de chaquiras, hilaza de algodón, pura lana, lana, de materias primas de origen natural tales como como cacho, wuerregue, paja tetera y se han adelantado





entregas iniciales de diferentes tipos de insumos para el desarrollo de los oficios.

Diseñar y desarrollar la estrategia de promoción de los productos artesanales de las unidades productivas acompañadas:

Se formula estrategia de divulgación general de proyecto incluyendo la necesidad de actualización de recursos virtual para divulgación de los productos artesanales y de material soporte para la participación en espacios comerciales. Esta herramienta es una webapp en donde es posible encontrar información sobre los diferentes oficios artesanales en acompañamiento junto con los productos elaborados por las comunidades y grupos en acompañamiento. La herramienta se encuentra en funcionamiento y en proceso de actualización de contenidos.

Diseñar y desarrollar la estrategia de divulgación del programa

Se formula la estrategia de divulgación general de proyecto incluyendo la necesidad de actualización de recurso virtual de divulgación del proyecto y la producción de documentación audiovisual. La herramienta de divulgación es la landinpage del proyecto, la cual se encuentra en funcionamiento y en proceso de actualización de contenidos.

Realizar espacios de sensibilización y fortalecimiento institucional para la artesanía

Para la vigencia 2020 se proyectó la realización de jornadas de sensibilización en el municipio de San Jacinto, Bagado y Guapi.

Durante el mes de agosto se adelantó el espacio de sensibilización de San Jacinto en el marco del Festival Nacional Autóctono de Gaitas de San Jacinto en apoyo de CORFOARTE. Se contó con la participación de alcalde del municipio, director Corfoarte, director ICULTUR Bolívar, representante de las tejedoras, representante de los constructores de instrumentos musicales, representante de la hostelería y representante de Artesanías de Colombia.

A mes de septiembre se proyecta el espacio de sensibilización y divulgación de los oficios artesanales del municipio de Guapi en el marco del Festival Petronio Álvarez de la mano de la Fundación Palma Chonta.



Prestar servicios de aplicación de instrumento de caracterización

Se proyecta la necesidad para contratación aplicación instrumento de caracterización en el departamento del Cauca y Bolívar en conjunto con el Sistema de Información Estadístico para la Artesanías de la entidad. En los meses de mayo, junio, julio, agosto y septiembre se encuentra en desarrollo y ejecución el contrato para la aplicación y sistematización del instrumento de caracterización que para la vigencia 2020 se está desarrollando vía telefónica.

Prestar servicios de aplicación y sistematización de instrumento de evaluación

El programa cuenta con una herramienta para medición de efectos no económicos de los acompañamientos que se adelantan en el marco del proyecto. Se identifica la necesidad de la aplicación del instrumento de evaluación para la vigencia en curso en los departamentos de Cauca y Bolívar. En el mes de septiembre se adelanta la proyección inicial de cronograma para aplicación de instrumento de medición de efectos no económicos y las primeras adaptaciones a las herramientas para la aplicación a distancia teniendo en cuenta la contingencia de la emergencia sanitaria COVID 19.

Los datos más relevantes del programa se muestran continuación:

AVANCES SEPTIEMBRE - 2020	
<b>RECURSOS PGN (MM)</b> Comprometido : \$ 869	<b>\$ 1.128</b>
<b>BENEFICIARIOS FOCALIZADOS</b> 8 departamentos, 27 Municipios, 57 comunidades / unidades productivas Meta: 900	<b>817</b>
<b>ACTIVIDADES VIRTUALES / ASISTENCIA TECNICA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jornadas de asistencia en los departamentos de Magdalena, Bolívar, Córdoba, Zona del Urabá Antioqueño, Choco, Valle del Cauca, Cauca y Nariño.</li> <li>• Identificación necesidades dotación kits de herramientas e insumos</li> </ul>	<b>431</b>
<b>ESTRATEGIAS DE PROMOCION</b> 15 catálogos, Estrategia cápsulas comerciales, Revisión <u>Corfecali</u> para estrategia Petronio Álvarez 2020, Estrategia <u>Webapp</u> , participación estrategia ICULTUR Bolívar.	<b>19</b>
<b>NEGOCIOS FACILITADOS (MM)</b> Compras ADC, Pedidos	<b>\$ 16,1</b>
<b>COMPRA DE PRODUCTO (MM)</b>	<b>\$ 32,4</b>
<b>GESTIONES CON EL APOYO DE ALIANZAS DE LA ENTIDAD</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo Claro Colombia en GB y minutos de celular para estrategia de asistencia técnica y medios virtuales para comercialización.</li> <li>• Avances gestiones Banco de la Republica Museo del Oro - trabajo virtual "molas capas de sabiduría"</li> </ul>	<b>2</b>

Resultados globales Proyecto - APV



✓ **Apoyo y fomento a la actividad artesanal de las comunidades o grupos étnicos, como expresión de sus economías propias a nivel nacional**

Este proyecto busca promover el reconocimiento y fortalecimiento de las tradiciones culturales vinculadas a la actividad artesanal de las comunidades y/o grupos étnicos.

Para 2020 se cuenta con una apropiación definitiva de \$775 millones por parte del Presupuesto General de la Nación. Con corte septiembre se ha obligado un total de \$422 millones, es decir el 54,5% de los recursos asignados.

El programa ha adaptado su metodología de atención para continuar fortaleciendo grupos artesanales de manera remota, estos ajustes se han implementado manteniendo un enfoque diferencial y tomando como guía las medidas de Aislamiento Preventivo a comunidades étnicas debido a la pandemia por COVID-19. Es por esto que se ha impulsado la realización de actividades para trabajar activamente desde los componentes de atención: socio organizativo, diseño, comercial y comunicaciones en la formulación de estrategias virtuales y audiovisuales, que permitan la reactivación del quehacer artesanal de los grupos étnicos, dinamizando y fortaleciendo los procesos propios de las comunidades y haciendo de su actividad artesanal una posibilidad económica y social para afrontar esta contingencia.

Dichas estrategias han permitido beneficiar a 412 artesanos de 10 grupos étnicos con atención integral, ubicados en los departamentos de: Bolívar, Caquetá, Cauca, Cesar, La Guajira, Nariño y Bogotá, mediante asesorías de acompañamiento virtual y la socialización de material pedagógico como parte de las estrategias que se están desarrollando a distancia (Audios, videos, Imágenes, podcast, cartillas digitales, infografías, entre otros).

Así mismo se desarrollaron actividades de acompañamiento virtual con asesoría puntual en 14 grupos artesanales ubicados en los departamentos de: Putumayo, Bolívar, Casanare, Cesar, Sucre, Vaupés, Nariño, Magdalena, Vichada, La Guajira, Risaralda y San Andrés Islas.



De los 412 beneficiarios reportados, 363 se encuentran ubicados en los Departamentos focalizados para la actual vigencia y 49 en Risaralda, Magdalena y Putumayo, Departamentos que no están priorizados para esta vigencia, pero se les está dando acompañamiento puntual a grupos que venían de vigencias pasadas y requerían un acompañamiento dada la contingencia actual.

A continuación, una breve descripción de lo que ha sido la ejecución del programa:

### Focalización de grupos artesanales - Cobertura Geográfica

Diez (10) Grupo artesanales con atención integral

#	GRUPO ARTESANAL	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
1	SANTA ROSA	GUAJIRA	MAICAO
2	LA ESTRELLA	GUAJIRA	MAICAO
3	MAMPUJAN	BOLÍVAR	MARIA LA BAJA
4	INUGA	CESAR	PUEBLO BELLO
5	WARKHI	BOGOTÁ	BOGOTÁ
6	MITES	BOGOTÁ	BOGOTÁ
7	ATANE	CAUCA	POPAYÁN
8	KANSUY	CAUCA	SILVIA
9	HILARTE	NARIÑO	CÓRDOBA
10	TALLER KOREGUAJE	CAQUETA	FLORENCIA

Dieciocho (18) Grupos artesanales proyectados con atención puntual

#	GRUPO ARTESANAL	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
1	DAH FIWI	SAN ANDRES	SAN ANDRES
2	PALENQUE	BOLÍVAR	MAHATES
3	ARTESANIAS BLASS	SUCRE	SAN ONOFRE
4	PRORROM	BOGOTÁ	BOGOTÁ
5	CURARTE	PUTUMAYO	SIBUNDOY
6	SHEMBASENG	PUTUMAYO	SIBUNDOY
7	MARDUE	CASANARE	HATO COROZAL



8	MORICHITO	CASANARE	HATO COROZAL
9	IDA-BARRIO MATEO	VICHADA	PUERTO CARREÑO
10	NUKAK	GUAVIARE	SAN JOSE DEL GUAVIARE
11	TAPURUCUARA	VAUPES	MITÚ
12	VILLA MARIA	VAUPES	MITÚ
13	ARTE ZENÚ	SUCRE	SAN ANTONIO DE PALMITO
14	HAJSÚ	NARIÑO	CUASPUD
15	IPARÚ	LA GUAJIRA	BARRANCAS
16	ASOARCHI	CESAR	CHIMICHAGUA
17	NARAKAJMANTA	MAGDALENA	SANTA MARTA
18	JAIPONO	RISARALDA	PEREIRA

#### Avances generales por componente

- Componente Socio-Organizativo:

La vigencia 2020 ha generado transformaciones organizativas en los grupos artesanales, generando retos y aprendizajes que han fortalecido las dinámicas en su quehacer. El aislamiento preventivo y las dificultades de comercialización artesanal han desarticulado los grupos, cambiando las formas de encuentro, comunicación, interés, compromiso, responsabilidad, respuesta a las asesorías y acompañamientos. Esto se suma a la frustración, el miedo, la necesidad de generar ingresos en las familias, la incertidumbre frente al avance del año y las expectativas sobre las ferias artesanales virtuales como única posibilidad de comercialización en la vigencia. Además, en este segundo semestre, en algunas comunidades los contagios masivos de Covid-19 han hecho que las personas estén dedicadas al cuidado de la salud y a los duelos comunitarios en los casos en que se presentaron pérdidas de familiares. Pese a lo anterior, es indispensable destacar la resiliencia de las comunidades para adaptarse a los cambios y retos presentados, quienes han creado alternativas de organización, de comunicación, de responsabilidades y formas de apoyo solidario en las diferentes labores artesanales.

Con ese contexto, desde el componente socio-organizativo se han presentado varios retos: [1] realizar procesos de manejo de emociones, reconociendo las circunstancias



comunitarias y artesanales, especialmente con los líderes de los grupos que han tenido la responsabilidad de dar respuesta a las solicitudes de los demás artesanos y a raíz de ello sienten una presión y carga más fuerte en la vigencia; [2] manejar las frustraciones de las proyecciones en el año, reorganizando las expectativas y crear un plan del oficio artesanal ajustado a las posibilidades semanales y mensuales; [3] motivar la participación artesanal, creando alternativas de comunicación grupal, de apropiación de las responsabilidades del grupo y de trabajo autónomo [4] generar alternativas en los procesos de liderazgo para que puedan delegar labores y varias personas en el grupo se empoderen [5] desde las experiencias en la vigencia, reconstruir las metas y objetivos comunes en el grupo [6] mantener los procesos de rescate cultural y transmisión de saberes, generando alternativas para lograrlo con el aislamiento preventivo y los cuidados comunitarios; [7] brindar herramientas de comunicación asertiva, tanto en el grupo teniendo en cuenta las formas de expresión de emociones, como hacia los asesores y clientes.

De acuerdo con esos retos, las actividades que hemos realizado y los resultados obtenidos son:

- **Identificación de necesidades y caracterización de los grupos:** desde el comienzo de la emergencia nacional, conociendo las medidas de aislamiento preventivo, se ha realizado una frecuente caracterización de los grupos y sus situaciones sanitarias, comunitarias y económicas. También se hizo un levantamiento de necesidades a nivel empresa. Además, se consolidaron las noticias de cada municipio, resguardo y comunidad étnica, por la importancia de conocer las medidas y decisiones legales y políticas que están permeando a los grupos. Con base en la información y caracterización detallada, se han acompañado las entregas de apoyos económicos y mercados.
- **Concertación de atención virtual:** al definir el acompañamiento virtual a los grupos artesanales seleccionados para atención integral y puntual, se concertó la participación en el programa, especialmente en las condiciones de virtualidad. Esto permitió la creación de acuerdos y compromisos por parte de líderes y artesanos. También se propusieron la meta de apropiar diferentes TICS para posibilitar este acompañamiento. Fue importante manejar las expectativas de los artesanos, puesto que se presentó en varios casos como la única posibilidad de apoyo artesanal.



- **Higiene y autocuidado:** antes de empezar cualquier acompañamiento, fue importante generar información clara y puntual sobre higiene y cuidado comunitario, con enfoque diferencial, creando apropiación y concientización, tanto en los grupos artesanales como en los asesores. Esto ha implicado una readecuación constante de las posibilidades de reunión, trabajo artesanal, asesorías, realización de tareas y especialmente ajuste del acompañamiento acorde con los tiempos y circunstancias comunitarias.
- **Manejo de emociones:** ha sido fundamental hablar y hacer conscientes las emociones en los artesanos y artesanas, entenderlas y así acompañarlas, brindando herramientas para poder canalizarlas. En un comienzo, se contempló como una actividad inicial para comenzar la atención en medio de la contingencia nacional, pero a medida que avanzan las actividades y surgen planes a futuro como las ferias artesanales, se ha convertido en una actividad frecuente, puesto que es fundamental tener en cuenta cómo están las personas emocional y psicológicamente. Particularmente en el último mes, los artesanos sienten mucha presión, ansiedad y miedo por el compromiso de la Producción y la posibilidad de comercialización en las ferias virtuales. Por ello, se han hecho reflexiones entre líderes, acompañamientos y contención con cada uno de ellos, reorganizando planes, compromisos y expectativas, visualizando las posibilidades de las ferias y reconociendo los aprendizajes que hasta el momento se han tenido.
- **Plan de Vida Artesanal:** Esta ha sido otra de las actividades constantes con los grupos artesanales. Al comenzar la vigencia, cada uno de ellos tenía una proyección para el 2020 la cual cambió rotundamente. Al tiempo que se hizo manejo de la frustración, se empezaron a reorganizar las actividades de los grupos, acorde con las situaciones presentadas semanalmente. Desde el componente hicimos un cronograma artesanal para ajustar los planes a actividades a inmediato y corto plazo. Posterior a esa reorganización, se empezaron a ajustar los sueños artesanales, allí surgieron actividades a mediano y largo plazo y se acompañó la forma de organización de estas. En el último mes hemos estado reorganizando las actividades al plan de las ferias virtuales: qué debe realizarse, cómo debe realizarse, cuál es el proceso que implica y cómo se distribuye el tiempo para lograrlo.
- **Metas, objetivos y expectativas comunes:** en el momento en que cada artesano pasa el mayor tiempo en su casa, aislado, las reflexiones y actividades se hacen mucho



más individuales, lo que generó en los grupos que cada integrante individualizara sus objetivos y expectativas artesanales. Ese proceso es fundamental, pero para rearticular los grupos fue necesario acompañar situaciones de socialización artesanal, en las cuales pudiesen consolidar objetivos y metas comunes, visualizándose a futuro y trazando un camino acorde con la realidad de cada comunidad. Desde allí se identificaron actividades por realizar encaminadas a la colectividad, responsabilidades conjuntas, delegados y la forma en que todo esto hace posible el fortalecimiento comunitario.

- **Roles y liderazgo:** los líderes de cada grupo artesanal se han convertido en los enlaces en territorio y al ser, en la mayoría de casos, el único puente de comunicación ha adquirido una sobrecarga de labores y compromisos. Por ello, el mayor reto al liderazgo en esta vigencia es la importancia de “aprender a delegar”. Así, se han identificado en los grupos todos aquellos compromisos, quehaceres, responsabilidades y gestiones, y luego, de acuerdo con los talentos y fortalezas de cada integrante, se han transmitido las responsabilidades, motivando la participación y apropiación de la gestión organizativa.

- **Rescate cultural y transmisión de saberes:** por las dificultades en la comunicación e integración comunitaria, los procesos de rescate cultural tuvieron que readecuar sus formas de interacción con los mayores y los maestros. Sin embargo, esto ha sido fundamental, puesto que la sabiduría comunitaria también ha brindado herramientas y conocimientos sobre el cuidado, la protección, el manejo de emociones y medicina tradicional. Transversalmente, se han rescatado conocimientos sobre etnobotánica, recuerdos de prácticas e historias territoriales que han sido la inspiración para la creación artesanal. Con respecto a la transmisión de saberes, se articuló con los procesos de producción para las ferias virtuales.

- **Conversatorios:** estos espacios virtuales se han convertido en la oportunidad de interacción entre líderes, en los que pueden compartir experiencias de liderazgo, retos en los grupos artesanales y sentimientos sobre sus responsabilidades especialmente en la virtualidad. Entre todos han creado alternativas, opciones y buenas prácticas que retroalimentan la gestión en esta vigencia.

- **Postulación a convocatorias:** diferentes entidades han creado convocatorias para financiar proyectos y brindar reconocimientos, especialmente MinCultura. Desde el componente socio-organizativo y de la mano con el componente comercial, se apoyó la postulación a la convocatoria de Estímulos 2020 y Comparte lo que Somos.





- **Reconocimientos artesanales:** para esta vigencia, fue importante gestionar el reconocimiento económico tanto a los maestros artesanos como a los líderes, debido al compromiso y la gestión permanente que han tenido con los grupos artesanales. Además, de la mano con el componente de comunicaciones, se generó también un apoyo a aquellos artesanos que han construido material audiovisual para publicidad, difusión de las estrategias de comunicación, difusión mediática y material pedagógico.
- **Creación del material pedagógico:** si bien desde el componente social ya se tenía una parrilla de talleres para el fortalecimiento con los grupos artesanales, tuvo que ajustarse a las necesidades y retos artesanales expuestos. Además, fue indispensable transformar las actividades a infografías, podcast y cartillas, como insumo para que los líderes puedan replicar la información en los integrantes de su grupo. Este material pedagógico construido ha sido un gran logro de acompañamiento desde el componente, para que las comunidades puedan tener material de consulta y evidencias de su proceso de fortalecimiento y aprendizaje.

Es así que al finalizar este tercer trimestre del 2020 en retrospectiva se pueden dimensionar innumerables aprendizajes artesanales desde todos los componentes, y particularmente a nivel socio-organizativo se consolidó autonomía artesanal, distribución de labores y responsabilidades en los grupos, comunicación asertiva por medio de TICS, valoración de cada parte de la artesanía y la remuneración por ello, y proyección artesanal al futuro teniendo en cuenta las experiencias vividas en esta contingencia nacional.

- **Componente Comercial**

A continuación, se presentan los avances, logros y resultados obtenidos por el componente de comercialización y emprendimiento en el marco del programa “Apoyo y fomento a la actividad artesanal de las comunidades o grupos étnicos como expresión de sus economías propias a nivel nacional” bajo las circunstancias externas producto de la COVID19 y los lineamientos del gobierno nacional para desarrollar e implementar las actividades durante este año.



### **Generar alianzas, negocios y oportunidades comerciales:**

El objetivo principal es generar oportunidades de negocio efectivas para los grupos artesanales beneficiarios del programa, que permitan generar mayores ingresos por la comercialización de sus artesanías. Para el desarrollo de este eje, se plantearon las siguientes estrategias: Potencializar las oportunidades de compra ADC, Generar alianzas con plataformas de comercio electrónico, Impulsar la comercialización de sus productos a través de redes sociales e identificar clientes actuales y potenciales para la oferta de sus productos a nivel nacional.

Con relación a las acciones implementadas en esta estrategia, es necesario resaltar el proceso de acompañamiento y potencialización de las órdenes de compra de producto realizadas desde Artesanías de Colombia. Este es un proceso complejo, que implica el levantamiento de los documentos del artesano (cedula, Rut y certificación bancaria), además incluye el proceso de cotización, orden de compra, seguimiento a envío y entrega de producto en la bodega.

Desde la entidad se han realizado 2 compras de producto. Desde nuestro programa se beneficiaron 21 grupos artesanales por un valor total de compras de \$39.280.000.

Del mismo modo, se emprendió la estrategia de creación y actualización del perfil de los grupos artesanales con mayor potencial comercial para hacer parte de la plataforma de promoción "COMPRA LO NUESTRO". Actualmente, dentro de la plataforma se encuentran 14 grupos artesanales registrados que han sido atendidos por el programa este año o en otras vigencias.

Otro de los resultados en este componente, está relacionado con la postulación de los grupos artesanales a los eventos y ferias virtuales organizadas en las regiones por entidades locales como alcaldías municipales y cámaras de comercio. En este punto, se realizó la postulación de 3 grupos a la feria virtual organizada en el municipio de Paipa, Boyacá en el marco del "Festival de la Ruana, el Pañolón, la almojábana y el Amasijo".

En esta misma dirección, se realizó la postulación de 3 grupos artesanales del departamento del Cesar al evento virtual que está organizando la cámara de comercio de



Valledupar y laboratorio Cesar a desarrollarse en el mes de Julio 2020.

Otro de los logros importantes en este eje, es la reciente alianza comercial realizada con el Marketplace “Aliarte.co” el cual está enfocado totalmente al mercado artesanal. En esta estrategia, se realizó el proceso de postulación de 7 grupos artesanales con alto potencial comercial para que los organizadores evalúen su perfil de entrada para hacer parte de la plataforma comercial.

Es importante resaltar, que durante los meses de agosto y septiembre se ha visto una tímida reactivación de las dinámicas comerciales de los grupos artesanales atendidos por el programa de forma integral y puntual. No obstante, se lograron facilitar negocios por un valor de \$37.736.250. Lo que representa al corte del presente informe, una cifra total de negocios facilitados por \$ 60.281.250

Otro de los resultados en este componente, está relacionado con el acompañamiento y financiación del proceso de preparación y postulación de los grupos beneficiarios dentro de los eventos comerciales virtuales organizados por la subgerencia de promoción de Artesanías de Colombia y sus aliados comerciales.

A continuación, se presenta el cronograma de eventos comerciales virtuales del último trimestre del año, en los cuales se financiará la participación de los grupos beneficiarios del programa.

Evento Comercial	Fecha - Evento	Número de grupos postulados financiados por el programa
Expoartesano 2020	29 octubre al 02 Nov	20
Feria propia virtual ADC	13 al 27 noviembre	12
Expoartesanías 2020	03 al 16 diciembre	35

Es necesario destacar que durante los meses de Julio, agosto y septiembre se ha realizado el proceso de acompañamiento con los diferentes grupos para preparar la documentación necesaria y realizar el proceso de postulación en los 3 eventos comerciales propuestos.



Otro de los logros importantes en este eje, está relacionado con el acompañamiento comercial realizado a 4 grupos beneficiarios del programa y que han sido seleccionados por el programa Arte Vivo para generar co-creaciones y relaciones comerciales con artistas reconocidos a nivel nacional. Como resultado, se tienen 4 cotizaciones generadas y 1 negocio comercial cerrado.

Del mismo modo, se acompañó el proceso de postulación y participación de los grupos artesanales Jaipono y Curarte en la feria nacional “Colombia Comparte Talento” realizada en el mes de agosto por la consejería presidencial para las juventudes.

Sumado a lo anterior, actualmente se está realizando el acompañamiento comercial a algunos pedidos recibidos por los grupos artesanales beneficiarios como Asoarchi, Mites, Warkhi, La Estrella y Okaina. Es importante resaltar que, dentro de este proceso, se viene realizando un asesoramiento comercial al grupo Curarte ubicado en Sibundoy, Putumayo debido a un pedido de 110 botellas enchapadas en chaquira, cuyo negocio asciende a \$32.450.000 millones de pesos. Este negocio se encuentra en proceso de cierre comercial.

Finalmente, el equipo técnico del componente se encuentra en proceso de actualización de precios y condiciones comerciales de los catálogos de producto de los grupos artesanales atendidos en el programa, debido a la importancia de esta herramienta de venta al momento del circuito de negocios.

#### **Acompañamiento y asesoría virtual al artesano:**

El componente de acompañamiento está directamente relacionado con las asesorías virtuales para los grupos que busca fortalecer sus capacidades comerciales, de negociación, posicionamiento de marca, comercialización y mercadeo.

Para implementar este eje de trabajo, se definieron 2 estrategias. Por un lado, la programación de asesorías virtuales con los artesanos a través de los medios digitales disponibles y adecuados para ellos. Y en segunda medida, el desarrollo de material pedagógico que fortalezca sus capacidades y valide los conocimientos adquiridos.



Al corte del presente informe, el componente ha realizado 145 asesorías en los ejes de formalización empresarial y comercialización, mercadeo y emprendimiento. Es necesario aclarar que dichas actividades se han realizado de forma digital a través de las herramientas de acceso más prácticas, fáciles y adecuadas para los grupos artesanales atendidos. Por ejemplo: WhatsApp, Zoom, Meet o llamada telefónica.

También es importante resaltar que la mayoría de las asesorías han estado encaminadas al fortalecimiento de capacidades para la comercialización electrónica de los diferentes grupos artesanales beneficiarios. Muestra de ello son las temáticas abordadas en los diferentes encuentros virtuales, entre las que se destacan: discurso de ventas, comercio electrónico, costos y precios, actualización del catálogo de productos y/o lista de precios; conceptos que son clave para afrontar la promoción y venta de sus productos en la coyuntura actual.

Además de esto, el fortalecimiento técnico se ha complementado con la realización de conversatorios orientados a la identificación de retos, experiencias y buenas prácticas de comercialización en épocas de pandemia y la protección de sus creaciones por medio de herramientas como: derechos de autor, registro de marca y propiedad intelectual.

Igualmente, se ha trabajado en los costos y precios de los prototipos que están desarrollando los diferentes grupos artesanales y la respectiva postulación a los eventos comerciales virtuales a desarrollarse durante el 4to trimestre del año. Es necesario enfatizar, que algunas asesorías se han orientado hacia el proceso de compilación y actualización de documentos legales del artesano, así como el levantamiento de los inventarios, la definición del plan de producción y el respectivo seguimiento.

Sumado a lo anterior, se ha realizado acompañamiento técnico para la presentación de cotizaciones comerciales producto de las oportunidades generadas a nivel nacional con los diferentes grupos atendidos en la vigencia.

Es necesario destacar, que durante el mismo periodo se realizaron 2 conversatorios en los cuales se solicitó apoyo al componente de comunicaciones para generar las



invitaciones respectivas. Así mismo, en el conversatorio sobre “retos y experiencias comerciales en tiempos del covid19” se sistematizó las reflexiones y conclusiones por medio de una infografía.

**Identificar convocatorias, créditos u oportunidades para la financiación de proyectos enfocados en fortalecer la actividad productiva del grupo:**

El propósito principal de este eje, consiste en potencializar las oportunidades y ofertas brindadas por múltiples entidades para fortalecer la actividad productiva los grupos artesanales beneficiarios del programa, que permita jalonar recursos para compra de materia prima, procesos de transmisión de saberes, fortalecimiento de canales digitales, marketing y posicionamiento de marca.

Para implementar esta estrategia, se definieron 2 líneas de trabajo. La primera relacionada con el acompañamiento y asesoramiento a los grupos artesanales para el proceso de postulación del proyecto. Y en segundo momento, el mapeo de oportunidades comerciales a nivel regional.

Con relación a este eje de trabajo, es necesario resaltar que durante el corte se ha realizado el acompañamiento y postulación desde el componente comercial a 2 proyectos para el fortalecimiento productivo de los grupos artesanales.

Como resultado de este acompañamiento, se tienen formulados dos proyectos: “Lumma Wayuu” construido con el grupo artesanal de la ranchería Iwouyaa en Riohacha, la Guajira el cual fue postulado a la convocatoria de estímulos de MinCultura. Por otro lado, se encuentra el proyecto “Tejiendo Crecimiento” del grupo artesanal Hajsú ubicado en Carlosama, Nariño y el cual se presentó ante el fondo de la embajada de Nueva Zelandia en Colombia.

En el mes de julio, las entidades promotoras de la convocatoria publicaron los resultados de los grupos artesanales beneficiarios del financiamiento para la ejecución del proyecto. Sin embargo, los 2 proyectos formulados no fueron seleccionados para continuar.



Igualmente, durante el mismo periodo el componente comercial y de comunicaciones del programa diseño una iniciativa para premiar la capacidad de empatía y la habilidad de los artesanos a través de la presentación de su discurso de ventas.

De esta forma, nace la 1ra versión de la copa artesanal – discurso de ventas “Contando el cuento” organizada por Artesanías de Colombia.

Es una iniciativa que cuenta con la participación de 46 grupos artesanales divididos en 2 categorías: tradicional y étnica. El concurso tendrá 4 fases y por cada etapa jurados externos que evaluarán la capacidad comercial de los grupos participantes para presentar un discurso de ventas claro, conciso y efectivo.

Cabe resaltar que uno de los aspectos relevantes de esta propuesta, está relacionada con la integración de los diferentes programas que tiene la entidad, ya que todos seleccionaran sus mejores grupos para conformar la lista total de participantes. Adicionalmente, el concursó premiará los 3 primeros puestos de cada categoría por medio de un incentivo de compra de producto de las tiendas de Artesanías de Colombia.

Finalmente, cada fase generará un material audiovisual por grupos que facilitará el proceso de promoción y venta a través de los distintos canales digitales de la marca participante y de los medios de Artesanías de Colombia.

- Componente de diseño y producción

Desde el componente de diseño y producción se han venido desarrollando acciones para la implementación del plan trabajo que da respuesta a la contingencia nacional generada por el Coronavirus y que permitan seguir fortaleciendo a los grupos artesanales en sus dinámicas productivas y en el desarrollo de producto. Este plan de trabajo contempla acciones a corto, mediano y largo plazo. El actual informe de cuenta de los avances desarrollados por el componente de diseño y producción hasta el 17 de septiembre en el marco de la estrategia de atención virtual de la entidad.

La primera acción desarrollada desde el componente de diseño consiste en la focalización de los grupos y la identificación de las capacidades y el alcance de trabajo que se puede



establecer con cada uno de los grupos. Una vez focalizados los grupos artesanales se inició con cada uno de ellos con un ejercicio de autodiagnóstico en donde los grupos se autoevalúan en varios de los ejes principales de trabajo del componente con el fin de poder establecer un panorama de cómo se encuentra el grupo en el momento de iniciar el trabajo de fortalecimiento y acompañamiento del componente.

Por otro lado, dentro de las acciones que se desarrollaron en la primera fase de trabajo de la estrategia de virtualización, se realizó el levantamiento y la curaduría de los inventarios de los grupos artesanales étnicos beneficiarios del programa con el fin de poder facilitar la comercialización de estos productos y así dinamizar la economía del sector. Este ejercicio permitió identificar los productos que se compraron desde la entidad como estrategia para dinamizar la economía de los artesanos. Los productos adquiridos entraron en el circuito de una estrategia de comercio digital de Artesanías de Colombia.

	VALOR DE LA COMPRA	TOTAL
COMPRA ADC 1	\$13.580.000	\$39.280.000
COMPRA ADC 2	\$25.700.000	

En el marco de la estrategia de atención virtual y como parte del trabajo de fortalecimiento a los grupos artesanales del programa, se trabajó en el desarrollo de material pedagógico virtual y digital que permita el fortalecimiento y la capacitación de los artesanos en temas del componente y que se puedan socializar y trabajar de manera virtual con cada uno de los grupos. Dentro de la construcción de este material pedagógico y las temáticas trabajadas con los grupos artesanales se encuentran:

- Historia e identidad en el producto.
- Manejo del color.
- Construcción de paleta de color.
- Construcción de catálogo de color.
- Registro fotográfico.
- Línea de producto.
- Producto emblemático
- Producto souvenir.
- Colaboraciones creativas y desarrollo de producto especializado.





- Etapas del proceso de diseño.
- Guía de empaques embalajes.
- Etapas y criterios de Calidad
- Desarrollo de prototipos
- Construcción de planes de producción
- Seguimiento a producción

Por otro lado, se han generado una serie de charlas y conversatorios que involucran a los líderes de la mayoría de los grupos artesanales beneficiarios del programa en donde se han trabajado las siguientes temáticas que son importantes para el fortalecimiento desde el componente de diseño:

- Protocolos de bioseguridad
- De la inspiración al producto (Como convertimos nuestras ideas en productos comerciales).-Tips para mejorar tus fotografías en el mundo digital (Fotografía en la artesanía)
- Introducción al trabajo con madera
- Acabados en madera.
- Experimentar revisar y corregir (La importancia del prototipo)
- Ferias virtuales 2020
- La calidad en el producto artesanal

### **Diseño y desarrollo de producto**

El equipo de diseño generó un proceso de co-creación con 15 grupos beneficiarios del programa orientado al desarrollo de producto que responda a las necesidades del mercado actual y que permita generar nuevas propuestas que se presenten una vez las dinámicas comerciales del sector se reactiven. Este ejercicio permitió el diseño de 48 líneas de producto y 204 referencias de producto nuevas y aprobadas en comité de diseño con gerencia. Estos diseños se encuentran en fase de desarrollo de prototipos por parte de los grupos beneficiarios de acuerdo a sus necesidades y capacidades productivas del momento.



### **Encadenamientos y proyectos especiales**

Desde el componente de diseño se ha venido acompañando y articulando acciones de apoyo con proyectos especiales en los cuales los artesanos han tenido la oportunidad de participar. Por un lado, se ha brindado apoyo al programa de Arte Vivo en donde algunos de los artesanos beneficiarios han podido generar procesos de colaboración con algunos de los artistas del programa de Arte Vivo. Este acompañamiento a consistido en facilitar la articulación entre los artistas y los artesanos y buscando promover espacios de intercambio y colaboración sin jerarquías y en donde se exalte la identidad y el saber de los artesanos sin comprometer elementos culturales que no se puedan utilizar en estos procesos de colaboración.

Por otro lado, se ha apoyado desde el componente en el desarrollo de proyectos específicos en los cuales algunos de los grupos del programa han tenido la oportunidad de participar. En particular en dos proyectos especiales con las marcas Arkitect y Diageo. Para el caso de Arkitect, en una colaboración entre el grupo de Asoarchi en Chimichagua Cesar para el desarrollo de unos paneles arquitectónicos. Y por el otro lado con la marca Diageo se trata de una colaboración con el grupo de artesanos Curarte en Sibundoy Putumayo para el desarrollo de unas botellas de la marca Johny Walker, las cuales son intervenidas por los artesanos para una edición especial.

### **Fortalecimiento Productivo: Herramientas y Materias primas**

Como parte de las estrategias de impacto a mediano y largo plazo se ha venido trabajando en la implementación de elementos de fortalecimiento técnico como herramientas y materias primas que permitan fortalecer y mejorar la productividad de los grupos. Estas implementaciones se realizan de acuerdo al perfil y las necesidades de cada grupo por lo cual el presupuesto y los requerimientos cambian de un grupo a otro. Así mismo es importante tener en cuenta que no todos los grupos beneficiarios del programa en la vigencia 2020 reciben estos apoyos ya que en algunos casos se trata de grupos que ya han sido beneficiarios en vigencias pasadas de apoyos específicos del programa y no requieren este tipo de implementación. Dentro de este ejercicio se ha realizado:

- La compra y entrega de \$21.823.330 en materia prima en zona para 10 grupos beneficiarios.



- La compra y entrega de \$3.358.088 en tintes químicos para procesos de tinturado de 2 grupos beneficiarios del programa.
- La compra y entrega de \$3.069.500 en lanas par 2 grupos beneficiarios del programa.

Se encuentra en proceso de envío y entrega \$15.791.661 en herramientas como implementación técnica para 6 grupos beneficiarios del programa.

Actualmente se ha realizado una inversión total de \$44.042.579 en materias primas y herramientas como parte del proceso de fortalecimiento técnico de los grupos beneficiarios del programa.

- Componente de comunicaciones

El componente de comunicación y divulgación genera la difusión de las actividades desarrolladas en el marco del Programa, permitiendo el reconocimiento, posicionamiento y recordación del mismo, tanto para el público en general, como para los grupos artesanales vinculados y entidades aliadas. Este año comunicaciones está trabajando metodológicamente como uno de los componentes del programa de atención a los grupos artesanales, facilitándoles así herramientas que les permitan consolidar sus canales de comunicación y los contenidos que allí difundan.

Bajo la coyuntura actual se replanteó la estrategia de comunicación a una estrategia de virtualización, en la que se da un acercamiento a los grupos de manera virtual y se les brinda asesorías a distancia. Para ello el componente ha hecho un trabajo transversal para construir todo el material visual, audiovisual y sonoro para poder acompañar a los grupos artesanales a distancia.

Desde el componente se elaboraron infografías por cada componente para facilitarles a los asesores que ellos mismo pudiesen construir material puntual en el marco de sus asesorías. Además de un asesoramiento para la elaboración de los contenidos que fueran a realizar en formato de audio (podcast), gráfico (cartillas virtuales) y audiovisual (videos y cartillas audiovisuales). Luego de los tips para su planteamiento y una vez estuviera desarrollados, desde el componente, se diagramaron todos estos materiales para que fueran más a menos, comprensibles y guardaran la línea gráfica del programa y la institución.



Para facilitarles a los grupos una correcta comunicación que responda a unos mínimos de calidad, se realizó de la mano del equipo de diseño un taller de fotografía, al cual se hizo una invitación extensiva a todos los grupos de atención integral y puntual. Su objetivo fue brindarles algunos tips para la toma de fotografías de contexto y de producto que les sirvieran para su catálogo y redes sociales.

Como componente de acompañamiento, comunicaciones, inició asesorías integrales a cuatro de los grupos artesanales que están priorizados y dos más que se estipulan como asesorías puntuales. Es decir que con estos seis grupos (Warkhi, La Estrella Einalii, Mites, Santa Rosa, Hajsú y Curarte) ha planteado una atención integral que consiste en cuatro talleres:

- TENERLA CLARA: estrategia de comunicación propia
- DATE A CONOCER “Construye y consolida tus redes sociales”
- CUENTA EL CUENTO “Expresión oral y corporal”
- VOLANDO POR EL MUNDO: fortalece tu marca en redes sociales
- Fotografía e imagen comercial

Estos talleres se han dividido en 18 asesorías que responden a un proceso que inicia con la estructuración de su plan de comunicaciones y finaliza con un empoderamiento en el manejo de las herramientas que tienen como Instagram y Facebook para la difusión y comercialización de sus productos artesanales.

Además, se han adelantado asesorías puntuales con otros grupos para fortalecer algunas necesidades de comunicación y darles herramientas para su visibilización. Concretamente se han adelantado acciones con Jaipono, Dah Fiwi y Palenque, que más adelante detallaremos.

Procurando el fortalecimiento y empoderamiento de los grupos se desarrolló un material que sirviera como apoyo para el entendimiento y apropiación de los conceptos entorno a las redes sociales. Para ello se construyó una cartilla especial de redes sociales, junto con 10 videos tutoriales que fortalecieran estos conceptos.



AVANCES SEPTIEMBRE - 2020	
<b>RECURSOS PGN - AdC (MM)</b> Ejecutado: \$ 635,6	\$ 775
<b>BENEFICIARIOS</b> Meta: 360 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 363 ubicados en departamentos focalizados</li> <li>• 49 en Risaralda, Magdalena y Putumayo no priorizados - acompañamiento puntual</li> <li>• Meta: 360</li> </ul>	412
<b>GRUPOS ARTESANALES BENEFICIADOS CON ATENCIÓN INTEGRAL</b> (Bolívar, Caquetá, Cauca, Cesar, La Guajira, Nariño y Bogotá) Grupos étnicos: Wayuu, Koreguaje, NARP, Eperara Siapidara, Wounaan, Misak, Pastos y Arhuaco	10
<b>GRUPOS ARTESANALES BENEFICIARIOS CON ATENCIÓN PUNTUAL</b> (Putumayo, Bolívar, Casanare, Nariño, Cesar, Guaviare, La Guajira, Magdalena, Risaralda, San Andrés, Sucre, Vaupés, Vichada y Bogotá)	14
<b>DESARROLLO DE ESTRATEGIAS VIRTUALES</b> (Componentes Socio Organizativo, Diseño, Comercial y Comunicaciones)	
<b>ACTIVIDADES DE ACOMPAÑAMIENTO A DISTANCIA</b> (Asesorías virtuales, Seguimiento, registro de información)	709
<b>MATERIAL PEDAGOGICO ELABORADO Y DIFUNDIDO</b> (Videos, podcast, Infografías, Cartillas digitales, Catálogos, entre otros)	99
<b>CHARLAS Y/O CONVERSATORIOS</b>	13
<b>COMPRA DE PRODUCTO (MM)</b> 20 Talleres	\$39,2
<b>NEGOCIOS FACILITADOS (MM)</b>	\$60,3

Resultados globales Proyecto Atención Grupos Étnicos

**CONTRIBUIR AL AUMENTO DE LOS INGRESOS DE LOS ARTESANOS A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN DE LAS ARTESANÍAS Y LA CREACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES**

El tercer objetivo estratégico busca contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales el cual obedece al enfoque estratégico que durante los últimos años la entidad ha fortalecido, orientado a promover espacios que para el artesano se convierten en vitrinas de exhibición, promoción y venta de sus productos, promoviendo así el incremento de los ingresos de manera directa para el artesano.



Gran parte de las acciones que se emprenden en este objetivo, son apalancadas con el proyecto de inversión “mejoramiento y generación de oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano”, el cual para la vigencia contó con una apropiación inicial de \$2.911,6 millones. Teniendo en cuenta el impacto económico de la emergencia decretada por el gobierno a causa de la COVID -19, reflejado en gran manera en la disminución de espacios de promoción, ferias, eventos y la imposibilidad de vender, se presenta la iniciativa de implementar un “Market Place”.

Espacio de promoción y generación de oportunidades comerciales a través de un sitio web, que facilitará el comercio electrónico del producto artesanal de manera permanente, y a la vez, facilitará el diseño y ejecución de ferias institucionales. Esta iniciativa tuvo acogida, lo que permitió incrementar los recursos de inversión, orientados a respaldar la iniciativa.

Es así que el proyecto cuenta con una apropiación definitiva de \$4.631,6 millones, de los cuales a la fecha han sido obligados \$1.131,9 millones, es decir el 24% de lo asignado para la vigencia.

Durante la vigencia, aun en medio de la contingencia se han implementado acciones que contribuyan al logro del objetivo estratégico y promuevan la reactivación económica, sin embargo es importante mencionar que fue necesario reenfocar algunas estrategias diseñadas y que han sido exitosas durante los últimos años, teniendo en cuenta las restricciones de movilidad del año 2020. En el mes de junio se enfocaron las metas que por esta razón no son viables y se buscaron nuevas alternativas de atención, que garanticen la cobertura y la gestión.

Los principales resultados de lo corrido del año, en cada una de las líneas estratégicas, se muestran a continuación.

### **Fortalecer y alinear la actividad artesanal con el turismo cultural**

A partir de esta iniciativa se ha logrado sensibilizar y capacitar a 1.546 artesanos, Lo que significa un avance del 109% sobre la meta correspondiente a 1.408 beneficiados, esto



distribuido en los siguientes temas: sensibilización sobre la importancia de transmitir al turista el valor de la artesanía, capacitación en capacitados en mercadeo y ventas y desarrollo de catálogo y marca.

En las jornadas de sensibilización sobre la importancia de transmitir al turista el valor de la artesanía a partir de la técnica y el oficio han participado 223 artesanos y 625 artesanos han sido capacitados en mercadeo y ventas.

En cuanto a la actividad asesorar sobre el desarrollo de imagen y manejo de marca se han beneficiado 698 artesanos en un total de 15 asesorías en los departamentos de Bolívar, Antioquia, Putumayo, Sucre, Boyacá, Meta, Cauca, Valle del Cauca, Chocó, Bogotá, Amazonas, Santander y Nariño. Mediante estas asesorías se busca otorgar las herramientas necesarias a nivel de comunicación gráfica para que los artesanos, asociaciones y comunidades puedan generar una relación directa con sus compradores a través de una imagen gráfica sólida que transmita la esencia de la marca. Se beneficiaron las comunidades de Artesanías Tule Kuna – Necoclí, Antioquia, Artesanías Karen Dayana – San Jacinto, Bolívar, Madre Tierra Tsbatsanamama – Sibundoy, Putumayo, Arte y tradiciones ancestrales - Ráquira, Boyacá, Artesanas de Colosó, Sucre, Kajuyali - Puerto Gaitán, Meta, Katanga y Zuñigo Chamorra – Cali Valle del Cauca, Asociación Papayo – Papayo Chocó, Espiral Misak – Silvia, Cauca, Artesanías Josenid – Bogotá, Arrendajo – Leticia, Amazonas, tejedores de tradición y Luciarte – Curití Santander, Artesanías estrella de David – Pasto, Nariño. Este proceso tiene en cuenta dinámicas de co-diseño para la ejecución de las actividades y generación de productos finales donde el diseñador y el artesano son gestores en conjunto de los resultados en términos de diseño. Como complemento a la actividad de desarrollo de imagen y manejo de marca a los artesanos, se diseñó una capacitación virtual denominada, “Mejora la comunicación a través de la fotografía”, tiene como propósito acercar a los artesanos al mundo de la fotografía y sobre la importancia de ésta para construir imágenes que seduzcan a sus clientes. Se inicia entendiendo los procesos técnicos y sociales de la imagen fotográfica para luego hacer una descripción de las categorías de la fotografía como fotografía de moda, de producto o de naturaleza, entre otros, que permitan abrir la mente de los participantes en cuanto a los diferentes lenguajes de la imagen.



Luego se explican los conceptos básicos de la composición fotográfica y en el final de la charla se muestran diferentes tipos de fotografía y sus diferentes particularidades y recomendaciones técnicas. Al final de la capacitación se abre la discusión a partir de preguntas del público. De la misma forma se establece un contacto a través del correo electrónico para que los artesanos planteen inquietudes sobre su trabajo fotográfico.

Por otro lado, y retomando las acciones adelantadas en 2019, cuando se desarrolló la Fase 1 del proyecto Mapa Turístico Artesanal, la cual correspondió a la definición del modelo de negocio, establecimiento de la estrategia de mercadeo/marketing y diseño de la estructura y arquitectura de navegación (Desarrollo UX / UI de plataformas) en función de la tecnología Progressive Web App, con perspectiva de integración con Colombia.Travel, el cual se denominó "Colombia Artesanal".

En el año 2020 se dio inicio a la fase 2, para lo cual se firmó el contrato entre Artesanías de Colombia S.A. y la agencia de diseño y publicidad ImageID S.A.S. con el objeto de "Desarrollar dicha fase, en lo referente a el desarrollo tecnológico de la aplicación web del mapa turístico Colombia artesanal, en tecnología Progressive Web App." Este contrato se ejecutará hasta el 30 de diciembre de 2020 y comprende obligaciones como: realizar el desarrollo tecnológico de la PWA, que corresponde a maquetado de acuerdo a prototipo, desarrollo de la aplicación, carga de datos y pruebas técnicas y acompañamiento en pruebas funcionales y ajustes de operación; garantizar el cumplimiento de las pautas establecidas en materia de diseño, manual de imagen, marca del proyecto, contenidos audiovisuales y textos, entre otros, que sean suministrados para su carga en la PWA; suministrar Hosting para ambiente de validación de la PWA; y suministrar soporte, mantenimiento y garantía.

A la fecha el El mapa turístico Colombia Artesanal, ya cuenta con una revisión parcial de módulos por parte de las directivas de la entidad para hacer ajustes en materia de diseño y estructura, teniendo como base el diseño aprobado para su puesta en marcha y que es anexo técnico del contrato. Ya se hizo retroalimentación al contratista encargado de su desarrollo en los módulos de Inicio, Rutas Turísticas Artesanales, Ruta Turística del Putumayo, Artesanos y Artesanías. Sigue bajo esta metodología la revisión de los





módulos de Eventos, Experiencias, Oficios, Quiénes Somos, Contáctenos y demás módulos administrativos. A la par que se van aprobando módulos, se procede a ajustes finales para luego hacer la carga de todos los contenidos de las 12 rutas turísticas artesanales, que incluirá esta aplicación.

### **Facilitar y ampliar espacios de comercialización de la artesanía colombiana (local, regional, nacional, e internacional)**

Como se mencionó anteriormente, pese a la situación global que hoy en día se enfrenta, se ha procurado mantener la dinámica de promoción y visibilización de la actividad artesanal, a través de acciones, en su mayoría de atención remota. Es así que al corte de este informe se ha logrado la participación en 12 ferias regionales, así:

Presencialmente antes de iniciar el confinamiento:

1. Carnaval Artesanal de Pasto
2. Feria de Manizales
3. Farex Cartagena
4. Feria Anato
5. Feria Expomalocas

A través de medios virtuales:

6. La Gran Feria Virtual Juntos Nos Reactivamos,
7. Tapiz artesanal realizada en Pasto,
8. Bogotá, una joya solidaria,
9. Día del sombrero Tolimense,
10. Subasta alianza Diageo & Artesanías de Colombia,
11. Feria Seven Santander Fashion Industry
12. Palmetto Play 2020.

Adicionalmente se alcanzó a participar, de manera presencial en dos eventos:

1. Visita del Presidente de la república a Davos – Suiza, donde el mandatario ofreció un almuerzo que estuvo ambientado con productos artesanales



2. Visita damas americanas: Visita de damas Americanas, en el que se exhibieron los productos de la tienda promocional del Claustro de Las Aguas

Con el fin de resaltar el trabajo de los artesanos y realizar promoción y divulgación del sector artesanal, durante 2020, se han realizado 18 talleres virtuales de demostración de oficio, beneficiando a 15 artesanos de 12 departamentos del país:

1. Taller de demostración de música tradicional con gaita con el artesano Marlon Peroza – Córdoba.
2. Taller de demostración de joyería efímera con la artesana Ana Cristina Berrio – Antioquia.
3. Taller de demostración de alfarería con el artesano Fidencio Cueltán – Huila.
4. Taller de demostración de telar horizontal con el artesano José Rafael Ladino – Boyacá
5. Taller de demostración de máscaras tradicionales con el artesano Luis Demetrio Llanos – Atlántico.
6. Taller de demostración de telar vertical con la Artesana Damaris Buelvas – Bolívar.
7. Taller de demostración de tejeduría en fique con la artesana Aura Rosa Montero – Cesar.
8. Taller de demostración de tejeduría en telar de guanga con la artesana Flor Imbacuán – Nariño.
9. Taller de demostración de tejeduría en cumare con el Artesano Leónidas Gutiérrez – Caquetá.
10. Taller de demostración de luthería con el artesano Jimmy Parra – Bogotá.
11. Taller de demostración de marroquinería con el artesano Javier sarmiento – Bogotá.
12. Taller de demostración de luthería del pacífico con el artesano Addo Possu – Cauca.
13. Taller de demostración de tejeduría en telar con la artesana Luz Germania Almendra.
14. Taller de demostración de Bullerengue, tejido colectivo de identidad con el artesano Francisco Álvarez.



15. Taller de demostración de talla en madera con el artesano Eisenhower Ramos Jacanamejoy.
16. Taller de demostración de cestería en rollo con la artesana Omaira Manrique.
17. Taller de demostración de Bullerengue, modelado en cerámica con el artesano Santiago Cifuentes.
18. Taller de demostración de calado -carpintería con el artesano Carlos Ovidio Jiménez.

Como parte de esta “nueva realidad” se fortaleció la iniciativa de publicación y promoción en la página web de la entidad, del directorio artesanal que incluye información comercial y de producto de 215 artesanos 26 departamentos. Producto de esta iniciativa se reportan ventas por \$227,3 millones. Así mismo se están promocionando 115 páginas web de artesanos de 15 departamentos, y 66 cuentas de artesanos, en Instagram. Como resultados se logran \$6,6 millones en ventas a través de páginas web y \$95 millones a través de Instagram.

Se inicia la estrategia de venta online a través de la cuenta en Instagram @artesaniasdecolombiatienda para apoyar la compra de producto artesanal a los artesanos; al mes de septiembre se ha comprado producto artesanal por valor de \$1.458,4 millones

Por otro lado, y adicional a las iniciativas anteriormente expuestas en el marco del objetivo estratégico en estudio, se encuentra la de participar en ruedas de negocios, lo que permite crear oportunidades para que los artesanos expongan y vendan directamente sus productos en Colombia y en el exterior. Es así que durante el primer semestre se participó en la Macro rueda 80 organizada por Procolombia que se llevó a cabo de manera virtual, donde se atendieron siete citas, representando a dos artesanos con sus productos artesanales.

Adicionalmente, se realizan asesorías de producto en las que se están incluyendo diversas dinámicas con el fin de establecer unos lineamientos de trabajo con las comunidades pertenecientes al proyecto, dentro de las cuales están: estado del arte de la



comunidad (producto natural o con intervención de entidades públicas o privadas), establecer las categorías de producto, plantear espacios donde se pueden ubicar los productos, desarrollo de dos líneas de productos por asociación, explicación de la teoría del color, desarrollo de paletas de color teniendo en cuenta la rotación del producto dentro del mercado. En el mes de septiembre se intervinieron de forma virtual a cinco comunidades del proyecto de los departamentos de Sucre, Bolívar, Amazonas, Caquetá y Boyacá con la curaduría de producto para potenciar la venta a través de canales digitales.

Por otro lado, con el objetivo de conectar la oferta artesanal con la demanda del mercado empresarial, Artesanías de Colombia ha liderado la generación de espacios para que los artesanos puedan interactuar y promocionar su portafolio de productos en el mercado local e internacional. Es así como se organizan ferias, en asocio con terceros y se promueve la participación en espacios en los que las artesanías adquieren visibilidad y exposición. Al corte de este informe, y debido a la situación derivada por la pandemia, no se ha ejecutado ni Expoartesano ni Expoartesánías, ferias que se llevarán a cabo, a través de las plataformas de comercio electrónico de los socios estratégico, Plaza Mayor y Corferias, respectivamente, en el último trimestre del año.

Adicionalmente, en el mes de diciembre se lanzará el Market Place, que como se mencionó anteriormente, será parte de las vitrinas de promoción y visibilización con las que se espera aportar a la reactivación del sector y por ende al incremento del ingreso de los artesanos

### **Fortalecer y ampliar canales de promoción y búsqueda de oportunidades comerciales de Artesanías de Colombia**

Como parte del proceso de articulación oferta-demanda, se encuentra la compra de artesanía colombiana para venderla a nivel nacional e internacional. Esta gestión se hace con el objeto de servir de vitrina para la artesanía de los artesanos que no tienen un escenario permanente para la exhibición de sus productos; poniendo a disposición del mercado, ese acervo cultural que constituye una vasta y diversa oferta en técnicas, materiales y diseños.



En lo corrido de 2020, la entidad ha realizado inversión en producto artesanal en 455 proveedores de artesanías, es decir un 65% de la meta equivalente a 702 artesanos proveedores; esto en 26 departamentos del país. El monto de la inversión fue de \$1.771,2 millones. Los departamentos con mayor concentración de inversión en producto han sido: Cundinamarca 22,7%, Boyacá 12,87%, Atlántico 9,22%, Santander y Nariño 8,7% y Cauca con el 6,5% de participación.

Parte de esta iniciativa es la de promover espacios propios de Artesanías de Colombia como medio de articulación entre la oferta y la demanda, para el logro de este propósito la Entidad, en el año 2019 cuenta con seis tiendas de promoción en las ciudades de Bogotá (3), Cartagena (2) y Medellín (1).

Por medio de estas tiendas y los canales de venta institucional, la entidad ha obtenido ingresos por ventas por un valor de \$1.532 millones, 50% de la meta esperada para el año correspondiente a \$3.035 millones; esto luego del ajuste de metas que, debido a la dinámica social, tuvo que realizarse. Vale la pena informar que esta ha sido una de las iniciativas más impactadas por la contingencia, pues ha derivado en un cierre de las tiendas por un promedio de 6 meses.

Estos ingresos se encuentran discriminados por canal así: aun en medio de la situación las tiendas de promoción han logrado un volumen en ventas de \$629 millones y a través de las ventas Institucionales se ha logrado ingresos por \$902 millones.

Estos resultados aportan a la meta estratégica dirigida a incrementar los ingresos de los artesanos, a partir de iniciativas rentables y acompañamiento permanente.

### **Diseño Colombia**

Diseño Colombia es un programa de Artesanías de Colombia dedicado al diseño artesanal, en el que se desarrollan productos contemporáneos provenientes de las comunidades indígenas, afrodescendientes y rurales más tradicionales de Colombia.



El Programa busca preservar las técnicas y oficios tradicionales y ancestrales de nuestros artesanos fusionándolos con la visión única y estilo particular de cada invitado, desarrollando productos decorativos y útiles con un especial enfoque artesanal.

A través de los años, se ha logrado vincular y generar intercambio de conocimientos entre diseñadores y artesanos de diversas regiones del país, generando nuevos canales de distribución y comercialización para los artesanos, logrando un aumento significativo en los ingresos del sector artesanal colombiano

La dinámica de “co-diseño entre Artesanías de Colombia y personas involucradas con el sector creativo dentro del cual hay artistas, arquitectos, diseñadores, entre otros. El resultado está enfocado en la elaboración de piezas artesanales vanguardistas acordes a las tendencias del mercado en las que participe el programa.

Como eje central del programa, anualmente, Artesanías de Colombia invita a participar en el desarrollo de la colección de Diseño Colombia en el marco de las ferias propias, a una variedad de los más reconocidos diseñadores, arquitectos y empresarios, con una muestra comercial de productos elaborados a partir de su aporte de diseño y la participación de diferentes comunidades artesanales que están guiadas por el equipo de la Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales. En 2020, se hizo una invitación de sesenta y cinco (65) marcas para el desarrollo de nuevas piezas con un alto porcentaje de uso de materias primas y técnicas artesanales tradicionales del país.

A lo largo de este año los artesanos y marcas participantes, han logrado generar vínculos de trabajo permanente para el desarrollo de proyectos independientes a los de Diseño Colombia con ventas superiores a \$95 millones, al día de hoy.

Para la colección Herbario se empezó a trabajar desde el mes de marzo de este año enviando presentaciones de técnicas y oficios. Posteriormente, se contactó a todos los diseñadores que fueron invitados para confirmar su participación en la colección 2020, se organizaron reuniones virtuales por la plataforma de Google meet para que en ese



espacio los diseñadores y marcas invitadas pudieran dar a conocer sus propuestas o ideas, de esa manera se guio a los invitados en cuanto al desarrollo, selección de las técnicas y los artesanos que se acomodaban más al objetivo, resolviendo todas las inquietudes pertinentes.

Paralelo el equipo de diseño Colombia, fue trabajando en la conceptualización de la colección 2020 inspirada en las plantas medicinales de cada región del país. Se investigaron cada uno de los elementos que pudieran aportar una historia los cuales permitieron desarrollar las paletas de color, texturas y patrones con el fin de compartirlos como lineamiento a las marcas invitadas.

Los productos, colección(es) o líneas que el diseñador decida desarrollar serán según su experticia o interés, se cuenta con la clasificación de las líneas de diseño que se han venido desarrollando a través de los años del Programa. Este año se enfatiza en Mobiliario, set de mesa, textil, iluminación, productos para exterior y cocina, con la participación de 32 diseñadores y marcas invitadas que han presentado propuestas, cada una con un porcentaje evidente de la artesanía en sus productos, en el momento se encuentra en proceso de alineación la colección general para desarrollar los productos complementarios.

Hasta el momento se han compartido con las marcas cuarenta y dos (42) contactos de artesanos, muchos de esos que han participado en el proyecto de las 20 comunidades, se han propuesto setenta (70) referencias nuevas de los diseñadores y marcas invitadas y cuarenta y siete (47) desarrolladas por el equipo de la Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales dando un total de ciento diecisiete (117) referencias en cincuenta y cuatro (54) líneas de productos en desarrollo.



## RESCATAR, PRESERVAR, PROTEGER Y PROMOCIONAR EL VALOR DEL PATRIMONIO CULTURAL ARTESANAL

Parte final y transversal de la perspectiva de cliente y beneficiario se encuentra el cuarto objetivo estratégico que busca rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal. En el marco de este, se vienen desarrollando acciones encaminadas a afrontar uno de los más grandes retos identificados como parte de los ejercicios realizados con los artesanos representantes, frente a diseñar e implementar acciones para vincular a nuevas generaciones a la actividad artesanal.

Para dar alcance a este, y otros propósitos que hacen parte de este objetivo, se han emprendido las siguientes iniciativas:

### **Promover la transmisión de conocimiento a nuevas generaciones**

Posterior al levantamiento del estado del arte cuyo resultado fue puesto a conocimiento, en 2019, a través del documento de estrategia que fue denominada “Programa de Estímulos a la Transmisión de Saberes Artesanales” y su implementación en una prueba piloto a través del Laboratorio de Innovación y Diseño en los municipios de Leticia y Puerto Nariño, Amazonas, 2020 inició con el reto de intervenir 9 comunidades a través de esta estrategia.

Sin embargo, derivado de la actual situación social, y como se mencionó en capítulos anteriores en este documento, producto de la emergencia sanitaria, las comunidades indígenas artesanales y los artesanos tradicionales se han visto obligados a dejar en un segundo plano la actividad artesanal.

Por lo anterior, se dio inicio a una estrategia que busca revitalizar la actividad artesanal de 30 comunidades artesanales indígenas y tradicionales mediante el fomento de actividades de transmisión de saberes con el fin de preservar, proteger y rescatar saberes y/o haceres artesanales, promoviendo el relevo generacional, la sostenibilidad de los recursos naturales destinados como materia prima para la artesanía, la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial y su pervivencia cultural, identitaria y económica.





A septiembre de 2020, se han elaborado 30 planes de trabajo con los maestros artesanos para realizar la transmisión de saberes a por lo menos 389 aprendices. En la actualidad se están avanzando en los talleres de transmisión.

Adicionalmente, y con el propósito de proteger promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal, se realizó un acompañamiento a los artesanos para participar en la convocatoria de estímulos de MINCULTURA, denominada “Comparte lo que somos”. De acuerdo a cifras de este Ministerio los principales resultados se resumen a continuación:

- ✓ 8.000 personas (artistas, creadores, gestores y organizaciones culturales) fueron beneficiados con los recursos del proyecto “Comparte lo que somos”.
- ✓ De los 8.000 ganadores, 653 son artesanos, lo que representa 8,2% de los ganadores.
- ✓ De los 653 artesanos ganadores, 221 artesanos fueron gestionados por Artesanías de Colombia, es decir el 34%.
- ✓ La entidad inscribió a 782 artesanos.

### **Proteger los oficios artesanales por medio de las normas de propiedad intelectual**

Así mismo se continúa trabajando con el fin de proteger los oficios artesanales, iniciativa que se operacionaliza a través del Programa de Propiedad Intelectual. Este programa tiene cobertura Nacional y su objetivo es dotar al sector artesanal de las herramientas necesarias para proteger sus productos a través de la implementación del uso de marcas colectivas, de certificación y denominaciones de origen.

Este programa, implementado por Artesanías de Colombia en alianza con la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC, se adelanta con las comunidades artesanales en diferentes módulos de sensibilización y gestión, capacitación y formación, estudio técnico – jurídico, protección jurídica, promoción comercial y mercadeo, y seguimiento y evaluación.

Además, busca transferir conocimiento sobre los derechos de propiedad intelectual y su potencial aplicado a la artesanía, a través de charlas y entrega de cartillas informativas. También se hace énfasis en el uso del signo distintivo en los productos mediante la asociatividad y posicionamiento comercial en el mercado



Es de resaltar que Colombia, país con mayor número de denominaciones de origen artesanales en Latinoamérica, con un total de 13 comparado con México que cuenta con 3 y Perú con 1. Así mismo en el marco del programa se ha brindado apoyo a 3 denominaciones de origen bocado típico –Dulcería: Queso Paipa, Bizcocho de Achira, Bocado Veleño.

La Denominación de Origen (D.O) es un signo distintivo que identifica productos reconocidos por tener características o calidad muy específicas que remitan a un lugar de origen determinado y a una forma tradicional de producirlos.

En la actualidad Colombia cuenta con 12 productos con Denominación de Origen artesanal como el sombrero vueltaio, la mochila Wayúu, la chiva, la cerámica Negra de La Chamba (declaración otorgada en 2019), entre otros. Tener la D.O garantiza que nadie puede usar dichas denominaciones para identificar productos iguales o similares si estos no provienen del verdadero lugar o no tienen la calidad que les da la fama.

Para poder usar la Denominación de Origen el artesano debe solicitar la correspondiente autorización y demostrar que su producto proviene de la zona original y cumple estrictamente con los requisitos de calidad.



### Denominaciones de Origen

En lo corrido de 2020, se han realizado un total de 20 jornadas de capacitación. Logrando beneficiar 773 artesanos. Así mismo se ha asesorado, realizando el examen jurídico de viabilidad de 69 trámites virtuales (68 marcas y un diseño industrial), se procedió a



diligenciar formularios y enviar instrucciones de consignación del costo de las solicitudes de marca. Es necesario aclarar, que la radicación e inicios de procesos dependen del cumplimiento de las normativas legales y la disposición de los artesanos quien asume el costo de su solicitud y el trámite virtual actual.

Entre otras actividades en el marco del programa se destacan:

- ✓ Ejecución de acciones conjuntas en el marco del convenio con la Dirección Nacional de Derecho de Autor – DNDA y trámite de ampliación de plazo del convenio suscrito con la Superintendencia de Industria y Comercio - SIC.
- ✓ Acompañamiento a la segunda fase del Programa Suizo de Cooperación Internacional “Colipri”.
- ✓ Participación en el Webinar “Ventajas de la protección de productos en origen y la promoción de la identidad cultura” organizado por la Asociación Interamericana de Propiedad Intelectual- ASIPI.
- ✓ Se adelantó Comité Técnico del convenio suscrito con la SIC. Se elaboró cronograma de charlas virtuales
- ✓ Asesoría legal en Propiedad Intelectual en los trámites adelantados con Amazon y Mercado Libre para utilizar estas plataformas comerciales en la venta de artesanías.
- ✓ Se logró radicar el primer trámite de diseño industrial para artesanos con tasa preferencial. Además de una autorización de uso para el Sello de Denominación de Origen para la Tejeduría de San Jacinto.
- ✓ Se incluyó en las jornadas de capacitación una charla en Protección al Consumidor. Deberes y derechos. Énfasis eventos virtuales para artesanos a nivel regional y nacional.



AVANCES SEPTIEMBRE - 2020	
<b>BENEFICIARIOS ATENDIDOS</b> Jornadas de capacitación - sensibilización	<b>773</b>
<b>JORNADAS DE CAPACITACIÓN</b> Derechos de Autor, Consumidor y Marcas	<b>20</b>
<b>RADICACIONES ADELANTADAS</b> Trámites	<b>69 Trámites</b> 67 Marcas 1 Diseño Industrial 1 Autorización Uso Sello DO
<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN</b> (Aplicación guía)*	<b>1</b>

Resultados globales del Programa de Propiedad Intelectual

### Preservar el patrimonio cultural inmaterial del sector artesanal

Parte integral de este objetivo es la iniciativa orientada a preservar el patrimonio cultural inmaterial del sector artesanal, a través de la investigación y gestión del conocimiento, lo que busca recopilar y divulgar el conocimiento cultural, social y económico que se obtenga de los pueblos artesanales.

Para dar alcance a esta iniciativa las investigaciones sobre la actividad se documentan en memorias de oficio. Al corte de este informe se cuenta con un avance del 70% de las cinco investigaciones planeadas; cuatro de ellas se encuentran en fase de escritura lo que representa un avance del 60% y se entregó la versión final de la Memoria del pueblo Arhuaco. Las cinco memorias de oficio en proceso son: Pueblo Arhuaco Pueblo Ette-Ennaka, pueblo Yukpa, pueblo Wiwa y pueblo Kogui.

Derivado del proceso de gestión del conocimiento del sector, se apoya la elaboración de contenidos e ideas para dar información a terceros sobre el trabajo artesanal. Es así que durante la vigencia se ha apoyado la construcción de contenidos para el directorio de artesanos, publicado en el portal web, como fue mencionado anteriormente y de manera directa al Programa APV en la construcción de una muestra sobre los Gunadule y la construcción de un potcast de diálogo entre artesanos de Chile y Colombia.



Como parte importante en la preservación del patrimonio, se ha participado en diferentes espacios de visibilización de la actividad artesanal, el Foro Horizonte 2020, organizado por la entidad, aportando en los temas de patrimonio; en el conversatorio de Cali con los temas de definición del trabajo artesanal para artesanos de Loma de la Cruz; en la charla realizada en el marco de la feria virtual AMA Huila sobre artesanías de ese departamento.

### **Visibilizar el valor del patrimonio cultural del trabajo artesanal, promoviendo en el público, el valor cultural, social y económico de la artesanía**

Esta estrategia se operacionaliza, en gran parte, a través del Centro de Documentación para la Artesanía (CENDAR), el cual tiene como misión analizar, organizar, adquirir, conservar y difundir la información y documentación sobre el sector artesanal colombiano para apoyar su gestión, investigación y desarrollo mediante la prestación de los servicios de búsqueda, selección y acceso a la información, en forma eficiente, ágil y oportuna.

Toda esta información es divulgada al público en general a través de su biblioteca física y digital.

La Biblioteca física en el momento, por razones de la pandemia producida por la COVID 19 permanece cerrada al público. Sin embargo, desde hace unos años la consulta ha venido migrando de lo físico a lo digital. Este hábito ha permitido mitigar el impacto de la consulta presencial en el contexto actual.

Les así que la Biblioteca Digital, se ha beneficiado de este mismo contexto, el que ha hecho que la consulta en la biblioteca digital aumente exponencialmente. En ella reposa el material producido por Artesanías de Colombia como resultado de su gestión y de la atención al sector artesanal colombiano a través de los años, a los cuales se puede acceder por internet y realizar la consulta virtual, incluso bajar los documentos que requiera. La consulta de todo el material es totalmente gratuita y libre, por lo cual no se requiere estar inscrito. Más de 4.100 documentos disponibles para consulta. En la actualidad, a 30 de septiembre, ha recibido 36.324 visitas por parte de 28.913 usuarios de todo el mundo.



Para lograr estos niveles de consulta el equipo del Cendar trabaja continuamente para revisar, depurar, editar y catalogar los documentos producidos por la entidad; de la meta planteada para 2020 se han procesado el 90% de lo esperado. Del mismo modo se realizan y revisan los procesos de catalogación de los documentos que se publican digitalmente, logrando al cierre del tercer trimestre un avance del 70% de la meta planeada. Este mismo porcentaje de cumplimiento se tiene para los procesos de control de calidad que se hace a los documentos.

Estas últimas estrategias descritas cuentan, para su operacionalización, con los recursos provenientes del proyecto de inversión: Fortalecimiento de la gestión del conocimiento artesanal, el cual, para la vigencia 2020, cuenta con una apropiación de \$100 millones del PGN y al corte una obligación del 46% de dicha apropiación, es decir \$46 millones.

## **SOSTENIBILIDAD FINANCIERA**

Establecer y fortalecer alianzas con entidades del gobierno a nivel nacional, regional y local, sector privado, academia, sector solidario, entidades de cooperación internacional, organizaciones de artesanos y sociedad civil, se ha convertido en estrategia de la Entidad para garantizar la sostenibilidad del modelo de intervención para la actividad artesanal. Esta se fundamenta en la voluntad de los actores institucionales, la disponibilidad de recursos y la sinergia de los diferentes actores. En el marco de esta perspectiva se han formulado tres objetivos estratégicos, de los cuales dos tienen acciones proyectadas y en ejecución en la vigencia:

### **APALANCAR Y MOVILIZAR RECURSOS DE INVERSIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL POR MEDIO DE LA CONSOLIDACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS**

Al inicio de este informe, en el resumen de los indicadores de impacto, se evidenció como a través de tres grandes estratégicas se ha logrado apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas.



A continuación, se muestra de manera más específica las principales acciones realizadas en el marco de este objetivo.

### **Recursos cofinanciación de iniciativas, con organizaciones del orden nacional y/o territorial y por cooperación internacional**

En 2020 se ha logrado apalancar un monto de \$795,9 millones, que incluyen los \$269,5 millones de cooperación internacional. Esto comparado con los \$8.600,9 millones de recursos destinados por la entidad para cofinanciación (equivalente a los tres proyectos de inversión que apalancan el primer objetivo estratégico anteriormente descrito), equivale a un 9,3% de apalancamiento; es decir un 23% de avance sobre la meta que buscaba lograr para la vigencia \$3.440 millones de cofinanciación.

Es así que durante la vigencia se ha logrado un monto total de \$9.300 millones de inversión en las regiones, en lo corrido del año.

Este monto de cofinanciación es producto de 2 convenios y 1 alianza que se encuentran en ejecución, como se muestra a continuación, respectivamente:

1. CONVENIO DE COOPERACIÓN ENTRE ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. Y ENEL GREEN POWER COLOMBIA SAS ESP: Este convenio de Cooperación tiene por objeto aunar esfuerzos para recuperar y fortalecer la labor productiva en torno a la actividad artesanal de la tejeduría Wayuu de las unidades productivas artesanales de la zona de influencia del parque Eólico Windpeshi en el departamento de La Guajira, a través de un plan de asistencia técnica integral, enmarcado en el Laboratorio de Innovación y Diseño del departamento de La Guajira
2. CONVENIO INTERADMINISTRATIVO ENTRE ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. Y EL MUNICIPIO DE TENJO: Este busca aunar esfuerzos administrativos, técnicos y financieros entre Artesanías de Colombia S.A. y el Municipio de Tenjo, para apoyar y fortalecer proyectos artesanales fase 2020 de la Secretaría de Desarrollo Económico y Medio Ambiente en el Municipio de Tenjo.



3. CONSEJO INTERGUBERNAMENTAL DE IBERARTESANÍAS DONDE ARTESANÍAS DE COLOMBIA PARTICIPA ACTIVAMENTE EN REPRESENTACIÓN DE COLOMBIA: Recursos destinados para el fondo de vulnerabilidad ayuda de emergencia directa para atender el impacto del covid-19 en el sector artesanal. Recursos transferidos y gestionados directamente por la fundación Solidaridad por Colombia.

En cuanto a cooperación internacional, se destaca que adicional a la alianza en mención, se han ejecutado acciones en dos frentes de trabajo: los convenios de cooperación y la participación en diferentes espacios internacionales que han permitido la visibilización de la actividad artesanal y despertado el interés de cooperantes por invertir en el mismo.

Resultado de estas acciones, se ha logrado un total de 7 convenios de cooperación y la participación en 12 espacios de visibilización internacional, así:

#### Convenios de cooperación

- Cancillería - Dirección de Asuntos Culturales
- Ministerio de Cultura de Perú
- USAID - Programa Riqueza Natural: Firma e inicio
- Carta de intención con la Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito – UNODC: Apoyo al sector artesanal en municipios PDET
- Convenio de cooperación con Fundación Artesanías de Chile
- Iberartesanias: Proyecto dotación de kits de alimentación y bioseguridad.
- Programa Iberartesanías: Fondo de Vulnerabilidad - Ayuda de emergencia directa para atender el impacto del COVID-19 en el sector artesanal

#### Participación en seminarios / foros / encuentros internacionales e intercambios de cooperación

- Taller Estrategia de Cooperación 2020: MINCIT y APC Colombia
- Comité de Coordinación Conjunta y Comité Nacional del Proyecto OVOP: JICA Japón y SENA Colombia
- II Foro “Acelerando el Empoderamiento Económico de las Mujeres para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible”: Vicepresidencia de la República





- Programa Iberartesanías: 4 Comité Intergubernamental Virtual
- Conferencia “Más Iberoamérica: Diálogo con expresidentes y líderes de Iberoamérica”: Secretaría General Iberoamericana – SEGIB
- Conversatorio del Proyecto APV “La recuperación económica en contextos de emergencia complejos: Conflicto armado y la COVID-19” con el apoyo de ACNUR, ACDI VOCA, CICR y OIM
- Lanzamiento del Sello Costa Rica Artesanal: Resultado cooperación técnica AdC
- Conferencia Global South Dialogues: Science and Innovation for a Post-COVID Sustainable Development de la UN Office for South South Cooperation UNOSSC
- Webinar “Qué más podemos hacer?”: Secretaría General Iberoamericana – SEGIB

### **Recursos obtenidos por alianzas y patrocinios**

Artesanías de Colombia adelanta gestiones con organizaciones de distinta índole quienes se vincularon al desarrollo de actividades organizadas por la entidad como mecanismo de fomento y promoción del sector artesanal de nuestro país, con apoyos económicos y en especie.

Para la vigencia el enfoque de estas alianzas se ha orientado con mayor fuerza a buscar recursos para suplir necesidades básicas de los artesanos, de acuerdo al diagnóstico realizado, en el marco de la emergencia declarada por la pandemia.

En lo corrido del año, producto de esta gestión se ha logrado un monto que asciende a los \$601 millones (valor aproximado de acuerdo a monetización de patrocinios en especie). Este valor equivale a un avance del 75% de la meta que corresponde a \$800 millones.

A continuación, se presentan algunas de las alianzas concretadas:

- AMARILO CONSTRUCTORA: 100 mercados para los artesanos de los municipios de Madrid, Mosquera y Soacha, departamento de Cundinamarca. (\$10 millones)
- FUNDACIÓN JULIO MARIO SANTODOMINGO: 100 mercados para los artesanos en el departamento de Bolívar. (\$10 millones)
- RAMO: 110 anchetas de productos para los artesanos de los municipios de Madrid, Mosquera y Funza, departamento de Cundinamarca. (\$11 millones)



- TERPEL: 1.250 tapabocas protocolo bioseguridad. (\$15 millones)
- INGENIO PICHICHI: 1.200 libras de azúcar para los artesanos del departamento del Amazonas y Putumayo. (\$5 millones)
- AS INTERNACIONAL: 600 libras de arroz para los artesanos del departamento del Amazonas y Putumayo. (\$2 millones)
- MIGUEL KRAUSZ: 18 litros de aceite de cocina para los artesanos del departamento del Amazonas y Putumayo. (\$400 mil)
- CLARO: 4 meses de plan prepago para comunicación vía celular (redes, minutos ilimitados, 1.8 GB y capacitación) artesanos APV de los departamentos de Nariño, Cauca, Valle, Choco, Urabá Antioqueño y Córdoba. Diez líderes en regiones (\$50 millones)
- COCA COLA FEMSA y CRUZ ROJA COLOMBIANA: agua potable para los artesanos del municipio de La Chamba en el departamento del Tolima. (\$1 millón)
- BOMBEROS DEL GUAMO: 3 carro-tanques de agua potable para los artesanos del municipio de La Chamba, departamento del Tolima (\$450 mil)
- ALCOHOL ULTRA CLEAN: 60 botellas (\$300 mil)
- LINALCA: Computadores usados. Cotización para compra de 50 o 100 portátiles. Beneficio de descuento y obsequio de 10% de las maquinas.
- MARIO HERNÁNDEZ: desarrollo de productos con identidad colombiana involucrando técnicas artesanales.
- SERVIENTREGA: Tarifa preferencial para e-commerce y tarifa social para convenio Fundación Solidaridad por Colombia
- DIAGEO: Subasta de dos botellas estrategia “Hilos de la Tierra” (\$9 millones)
- MINTIC: Estrategias Economía Digital
- DAVIVIENDA: Se selecciona el Municipio de Sibundoy, en el departamento del Putumayo, para el desarrollo del piloto del proyecto DAVIPLATA
- ALPINA/AUTOGERMANA: Donación 13.200 litros de leche larga vida. (\$45 millones)
- LA CHAMBA: Gestión y donación de tres carro tanques de agua potable, bomberos de La Chamba. Producto para desinfección llantas de los vehículos
- OCENSA \$210 millones
- DIAGEO ETAPA II: \$200 millones
- FUNDACIÓN SOLIDARIDAD POR COLOMBIA:



donaciones en efectivo: \$19,5 millones

donaciones de 132 mercados \$9,2 millones

donación Quala especies: \$ 2,7 millones

- DAVIVIENDA: Se selecciona el Municipio de Guacamayas, en el departamento de Boyacá, para el desarrollo del piloto del proyecto DAVIPLATA

Las gestiones continúan y se espera concretar nuevos convenios y alianzas, en lo que resta de la vigencia, sin embargo, derivado de la situación socio económica actual del país y del mundo, esta estrategia ha sido una de las más impactadas de la entidad; pues tanto para el sector, para entidades del orden nacional y territorial, como para organismos de cooperación, las prioridades de inversión han cambiado, lo que ha llevado a que alianzas potenciales no se hayan podido concretar y ha hecho que las metas de la entidad se hayan ajustado.

#### **ADMINISTRAR Y GESTIONAR LOS RECURSOS FINANCIEROS DE MANERA EFICIENTE PARA GARANTIZAR LA SOSTENIBILIDAD DEL MODELO DE OPERACIÓN DE LA ENTIDAD.**

Adicionalmente para la entidad es muy importante optimizar el uso de los recursos y por ende ha formulado como objetivo estratégico el de administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación de la entidad. Para el logro de este objetivo la entidad ha implementado acciones orientadas a monitorear la situación financiera y presupuestal, con el fin de analizar y evaluar periódicamente la situación financiera y presupuestal.

A continuación, se relacionan los resultados de la ejecución presupuestal obtenidos con corte septiembre de 2020, frente a las metas planteadas, tanto de inversión como de funcionamiento.



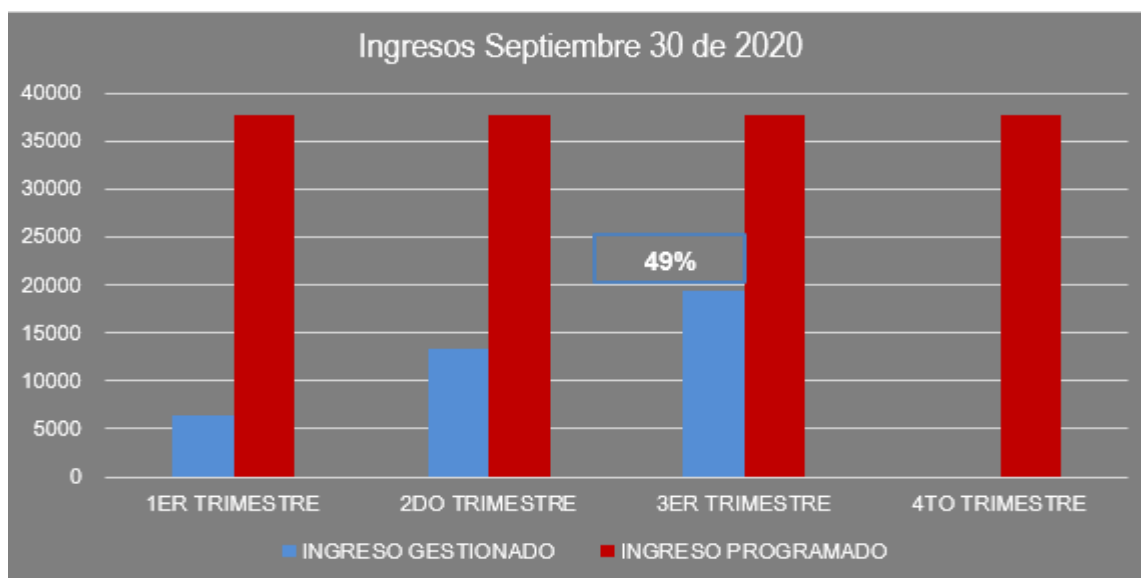
### Informe ejecución presupuestal septiembre 30 2020

El presupuesto de Ingresos y Gastos de Artesanías de Colombia S.A. para la vigencia fiscal del 2020 cuenta con apropiación definitiva de **\$39.475.711.234**

### INGRESOS

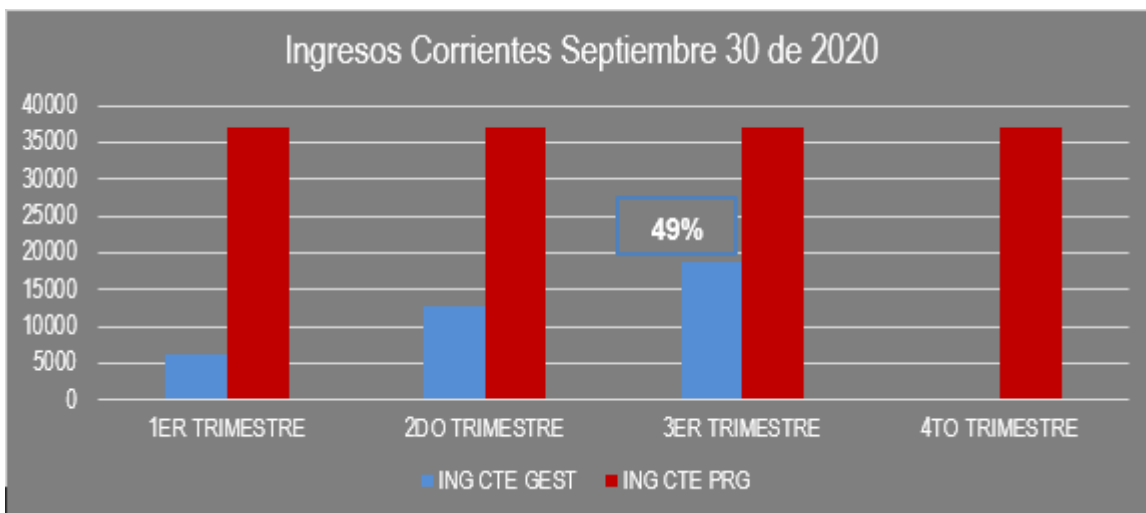
La empresa obtuvo ingresos al 30 de septiembre/2020 por **\$19.350.013.347,08** así:

**Disponibilidad de Caja por \$ 526.258.703.**



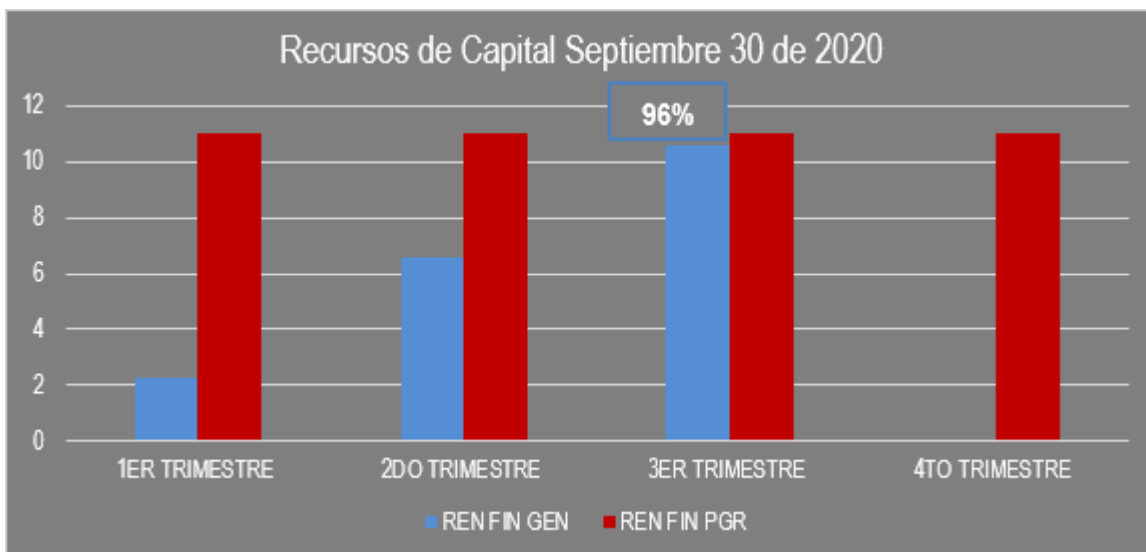
### Ingresos Corrientes

Los ingresos Corrientes acumulados se situaron para el mes de septiembre en \$18.813.151.262,15 que corresponde al 49% del total esperado que corresponde a \$38.679.547.234, originados en la venta de servicios a otras empresas, la comercialización de mercancías y aportes de la nación.



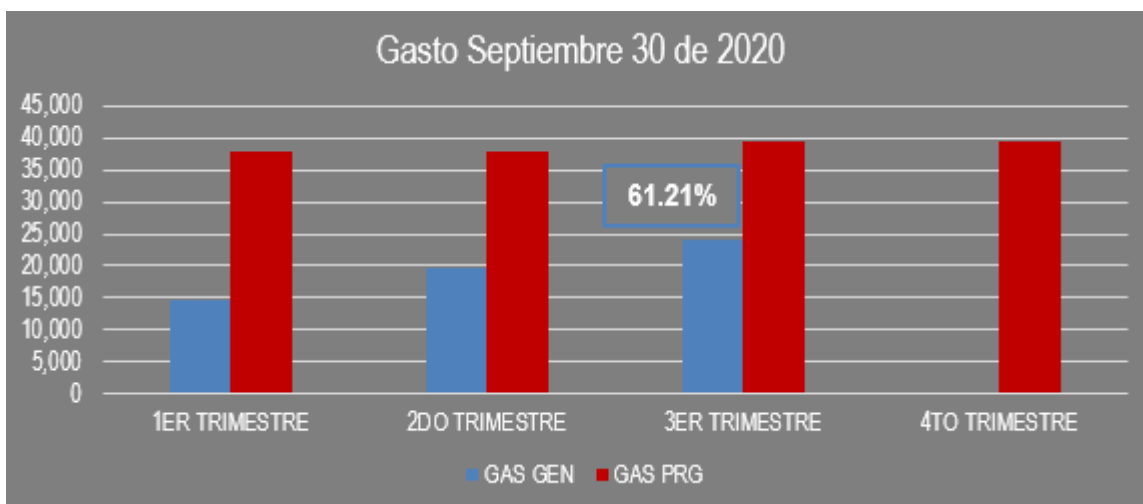
### RECURSOS DE CAPITAL

Por este concepto la Entidad recibió un total acumulado de \$10.603.382 equivalente al 96%, de lo presupuestado correspondiente a \$11.000.000, obtenido de rendimientos financieros y corrección monetaria producto de las inversiones realizadas con recursos propios de la Empresa.



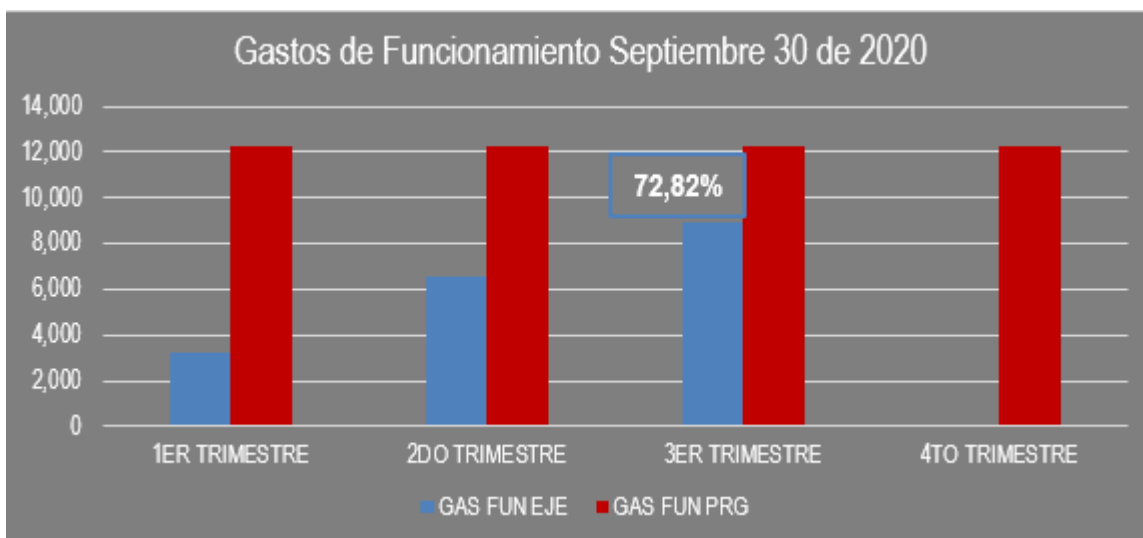
### GASTOS

La empresa ejecutó gastos acumulados (compromisos) al 30 de septiembre/2020 por \$24.163.933.126,75, equivalentes al 61.21% del presupuesto definitivo por valor de \$39.475.711.234



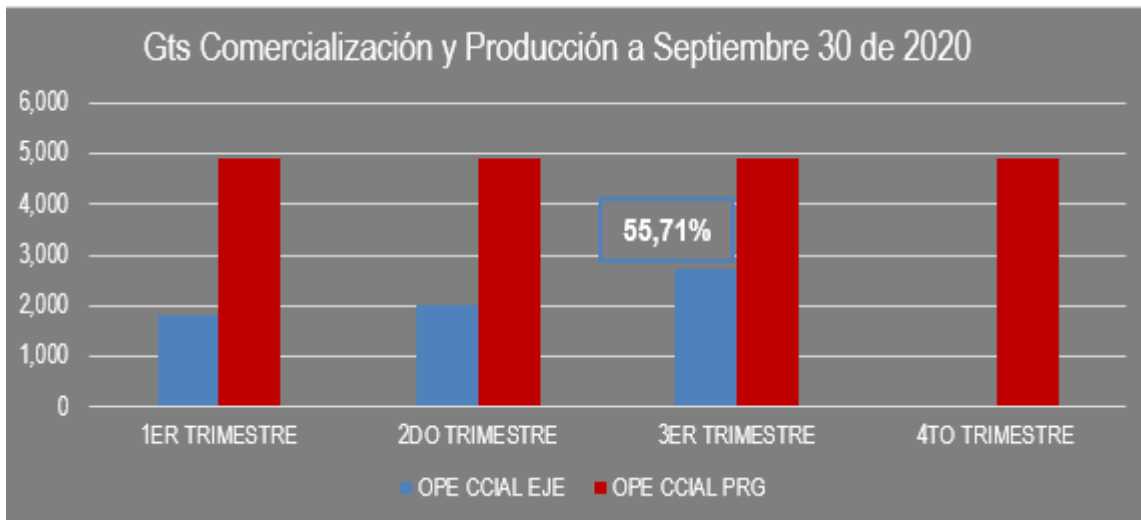
### FUNCIONAMIENTO

Los gastos de funcionamiento se ejecutaron en \$8.921.845.729,94, equivalentes al 72.82%, del total presupuestado correspondiente a \$12.252.605.000,00, estos se encuentran representados en gastos de personal, adquisición de bienes y servicios, transferencias corrientes y gastos por tributos, multas, sanciones e intereses de mora:



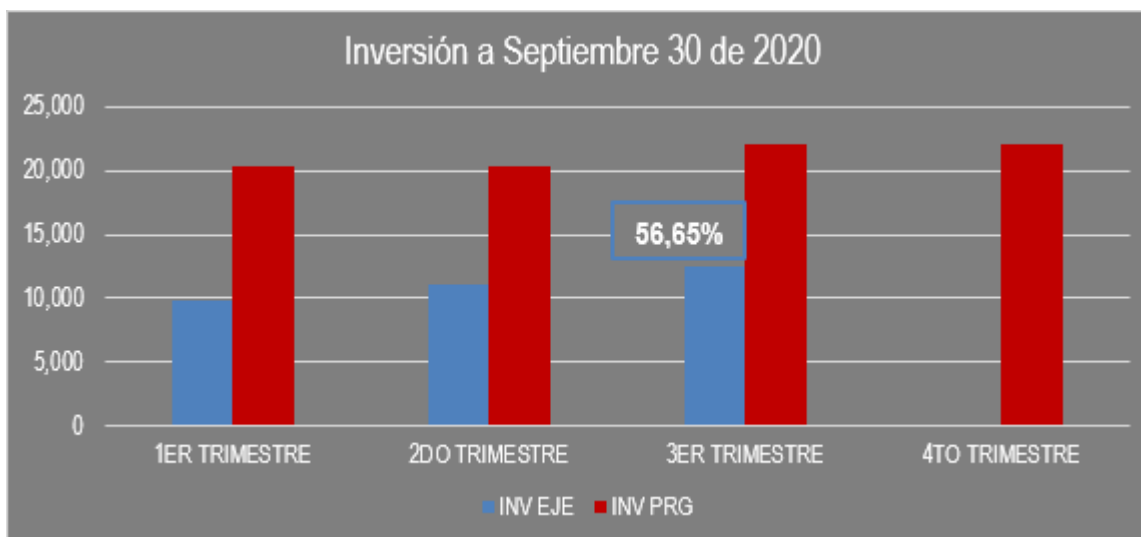
### GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN

Se ejecutó \$2.726.094.448,10, equivalente al 55.71%, de lo total presupuestado que asciende a \$4.893.000.000, que contempla los objetos de gasto correspondientes a adquisición de productos y servicios para la comercialización de la artesanía:



### INVERSIÓN

La inversión de Artesanías de Colombia, se ejecutó en \$12.515.992.948,71 equivalente al 56.65% de lo total presupuestado que corresponde a \$22.095.000.000,00, distribuido de la siguiente manera:



El detalle de la distribución de los recursos de inversión se encuentra a continuación:

Presupuesto General de la Nación vigencia 2020	\$ 14.981.522.234,00
Rezago año 2019 - PGN	\$ 1.847.691.610,68
Convenios y/o Contratos vigencia 2020	\$ 4.412.128.209,32



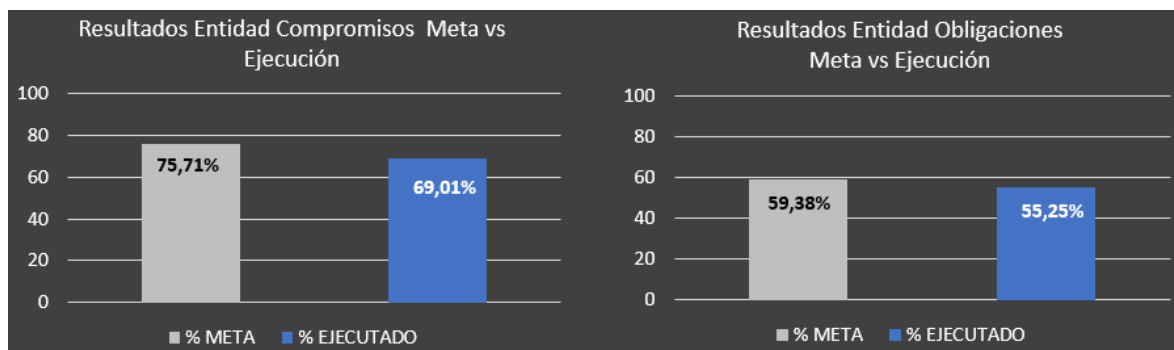
Rezago año 2019- Convenios y / o Contrato

\$ 853.657.946,00

**Total**

**\$ 22.095.000.000,00**

El resultado de la ejecución presupuestal en compromisos y obligaciones, frente a la meta se muestra a continuación:



En cuanto a la información contable, del Dictamen de la Revisoría Fiscal sobre los Estados Financieros de la Vigencia 2019, a continuación, se transcribe la opinión final:

**“Opinión sin Salvedades**

En mi opinión, los estados financieros presentan fielmente, en todos los aspectos materiales, la situación financiera de la ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A. a 31 de diciembre de 2019 y 2018, así como su resultado correspondiente al ejercicio terminado en dicha fecha, de conformidad con los criterios permitidos por la Resolución 533 de 2015, y sus modificaciones, que incorpora las Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público (Entidades de Gobierno).”

El dictamen total se encuentra publicado junto con los Estados Financieros, al corte, están publicados en

[https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/34437\\_estados\\_financieros\\_dic\\_2019\\_aprob\\_asamblea\\_c.pdf](https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/34437_estados_financieros_dic_2019_aprob_asamblea_c.pdf)

**IDENTIFICAR NUEVAS ALTERNATIVAS DE GENERACIÓN DE INGRESOS**

Este objetivo estratégico correspondía a la generación de ingresos adicionales a partir del aprovechamiento de los activos fijos de propiedad de la entidad. Aunque este plan incluía el aprovechamiento de los bienes inmuebles, previa adecuación y puesta en funcionamiento, debido a la reducción en la generación de recursos propios, con motivo





de la pandemia ocasionada por el COVID -19, por el cierre de la pandemia y la reducción en las operaciones comerciales, estas adecuaciones no pudieron realizarse.

De acuerdo con el avalúo de bienes muebles contratado durante la vigencia 2019, se procedió a coordinar y realizar una venta de bodega con los bienes muebles que previa aprobación del comité de manejo de bienes, se encontraban disponibles para la baja; como resultado de esta venta de bodega, se logró un recaudo de \$1.823.519, (\$1.645.733 depositado en la cuenta corriente de Artesanías de Colombia y \$177.786 descontado por nómina).

### **PROCESOS INTERNOS**

Antes de continuar con las perspectivas de apoyo, vale la pena resaltar que para la vigencia 2020 se cuenta con el proyecto “Fortalecimiento de la gestión institucional y buen gobierno de Artesanías de Colombia”. Este proyecto apalanca de manera directa tres de las cinco perspectivas definidas en la planeación estratégica 2019-2022: Procesos Internos, aprendizaje y desarrollo y parte de las estrategias de Comunidad y Medio ambiente; las cuales impactan de manera indirecta todas las actividades enmarcadas en la perspectiva cliente y beneficiario.

Lo anterior, se despliega a partir de la implementación de estrategias e iniciativas dirigidas a ampliar las capacidades estratégicas, funcionales y operativas de la entidad, para de esta manera responder efectivamente a los requerimientos de los diferentes grupos de interés pertinentes para la entidad.

Este proyecto cuenta con una apropiación de \$1.500 millones, de los cuales han sido obligados un total de \$823 millones, es decir el 55%. Estos recursos se convierten en el músculo financiero para las acciones encaminadas a agilizar, simplificar y flexibilizar la operación de Artesanías de Colombia, Fortalecer el liderazgo y el talento humano bajo el principio de integridad, como motor de la generación de resultados en la entidad y fortalecer y adelantar la transición de la Estrategia de gobierno digital hacia la política de seguridad digital.



La perspectiva procesos internos, está orientada a mejorar continuamente el modelo de operación de la entidad; para lograrlo se han definido dos objetivos estratégicos, como se muestra a continuación:

### **ACTUALIZAR Y ALINEAR LAS PRÁCTICAS DEL BUEN GOBIERNO CORPORATIVO AL MODELO DE GESTIÓN DE LA ENTIDAD.**

Se destacan como grandes acciones en este objetivo, las actividades orientadas a continuar la implementación de la versión 2 del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), cuyas metas se han planteado conforme la calificación obtenida en el FURAG. Al inicio del informe se evidenció el resultado el cual fue recibido en el mes de mayo. A partir de este resultado, la entidad replanteo los planes de trabajo de cada política y los demás planes alineados a la planeación conforme lo estableció el decreto 612 de 2018.

Así mismo se realizó un análisis pormenorizado de los subíndices por política del MIPG y se han establecido acciones para su cumplimiento. Las acciones emprendidas en los mismos pueden ser consultadas en el portal web, sección de transparencia.

Como parte de las actividades dirigidas a mantener el Sistema de Gestión de Calidad de Artesanías de Colombia, durante la vigencia 2020 se han adelantado diferentes acciones enmarcadas en el plan de acción de la política de fortalecimiento organizacional y de procesos entre las que se resaltan la realización de la revisión gerencial al SGC, en el mes de junio, como instancia máxima de seguimiento, en donde se establecen lineamientos y directrices para su adecuado funcionamiento por parte de la alta dirección de la entidad. Así mismo se adelantaron las gestiones contractuales para realizar en el último trimestre de la vigencia las auditorías internas a los procesos seleccionados por el proceso de Evaluación, Control y Mejora, como también la auditoria de seguimiento por parte de ICONTEC en la norma ISO 9001:2015. Por otra parte, se acompañó a los procesos de la entidad en la actualización de la información documentada; especialmente del proceso de Gestión de Bienes y Servicios y se inició el proceso de diagramación de los procedimientos vigentes.



Se continúa con el despliegue de piezas informativas en el marco de la campaña “Píldoras de Calidad” como instrumento de socialización y difusión de todos los componentes básicos y estructurales del Sistema. Todas estas actividades se han realizado a partir de la gestión contractual adelantada para el mantenimiento y soporte de la herramienta tecnológica con la que cuenta la entidad para la administración del sistema de gestión la cual también fue recientemente actualizada a su última versión.

Por otro lado, y como parte de este objetivo se incluye aquellos planes orientados a efectuar una gestión eficiente de los recursos físicos de Artesanías de Colombia, para lo corrido de 2020 se cuenta con los siguientes resultados:

- **Plan de activos fijos:** En la vigencia 2020, en el marco de la puesta en marcha del nuevo ERP (el cual incluye el módulo de activos fijos y módulo de inventarios), se ejecutaron todas las actividades de depuración de los elementos que conforman los inventarios de la entidad, se realizaron las pruebas y validaciones en el ERP, se registró el cargue de información correspondiente a los inventarios a controlar. En esta vigencia se colaboró en la actualización de la política contable – Propiedad Planta y Equipo y el procedimiento de activos fijos.
- **Plan de austeridad:** Con base a las directrices del gobierno nacional y de acuerdo con las metas del Plan Estratégico Sectorial, se formuló el plan de austeridad, el cual incluye el registro del consumo de energía, agua, papel, combustible, entre otros.

Con corte a septiembre de 2020 se presenta una reducción en los consumos, los cuales se relacionan a continuación y se presentan con un margen amplio debido a las restricciones de utilización de espacios de trabajo por causa de la emergencia COVID19:



### Servicios Públicos

Servicio Público en unidades	ENE – SEP 2019	ENE – SEP 2020	Variación
Agua M3	561	345	-39%
Luz Kw	37674	25224	-33%

### Consumos

ELEMENTOS	ENE – SEP 2019	ENE – SEP 2020	Variación
Papel	145	11	-92%
Tóner	24	2	-92%
Combustible	150,54	0	100%

- **Plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles:** Con el fin de gestionar adecuadamente los bienes muebles e inmuebles de la entidad y contribuir a su conservación, se formuló este plan.

Durante la vigencia actual y teniendo en cuenta los protocolos adoptados por la entidad para mitigación de la pandemia ocasionada por el COVID-19, se han implementado jornadas especiales de limpieza y desinfección en la sede Claustro Las Aguas y en las vitrinas comerciales de Bogotá, Medellín y Cartagena, intensificando las rutinas de limpieza e implementando desinfección de elementos que más se cogen como chapas esferos escritorios teclados entre otros.

Dentro del plan se contempla el mantenimiento mensual de ascensores, red eléctrica e hidráulica y la conservación de jardines y áreas verdes y comunes para la sede Claustro las Aguas. Además, de la administración de los bienes inmuebles las cuales incluyen mantenimientos preventivos y correctivos y reparaciones locativas menores de acuerdo con los recursos asignados.

Se actualizaron los avalúos de los inmuebles Casa Artesanal de Ráquira en Ráquira - Boyacá; Casa Artesanal San Jacinto en San Jacinto - Bolívar, y Lote Loricá en Santa



Cruz de Lorica - Córdoba; y se realizó avalúo con fines de arrendamiento y/o venta del inmueble denominado Edificio Santa Orosia en la ciudad de Bogotá anexo al Claustro Las Aguas y del local comercial denominado Local Carrera 1A contenido en el Claustro Las Aguas.

Este objetivo, como se mencionó, incluye adicionalmente todas las iniciativas enmarcadas en el PETI (Plan Estratégico de Tecnologías de la Información). Como parte de este plan, está en proceso la actualización del parque TI, y de la Infraestructura de Servidores. En este sentido está en proceso la migración a un enfoque de Hiperconvergencia, de tal manera que se pueda entregar el cómputo, almacenamiento, y red de alta velocidad que los conecta, en una sola caja o equipo.

Por la extensión de la emergencia sanitaria, los procesos de soporte se han llevado a cabo de manera remota. Se logró implementar y estabilizar los puestos de trabajo en casa, de tal manera que los funcionarios puedan llevar a cabo sus labores diarias de manera remota y virtual.

Se implementó botón de pagos para realizar actividades de comercio electrónica a través del portal institucional. De manera remota se han realizado los procesos pertinentes de soporte y mantenimiento al sistema ERP (ZBox) institucional actualmente en producción, y al portal institucional publicado. Como gran logro de la vigencia, se dio inicio a la implementación del nuevo ERP (SEVEN), el cual entró en producción finalizando el mes de septiembre, lego de pruebas y de manera paralela al actual. En el mismo fueron incluidos todos los trámites de la cadena básica financiera y por primera vez, la trazabilidad el proceso de gestión de adquisición de bienes y servicios (contractual). Así mismo fue adquirida la herramienta de apoyo a la gestión documental y de las PQRSD – SADE. La misma ya se encuentra en ambiente de producción.

Se continúa con procesos para actualización de publicaciones, atención de los servicios ofrecidos en línea y en tiempo real a través del portal institucional, y el manejo y administración de las diferentes redes sociales institucionales. Se contrató recursos e infraestructura para la continuidad de la estrategia #ArtesanoDigital, con lo que se realiza



ilustración en línea para artesanos en el uso del SIART, Internet y sus herramientas en general, además de otros Webinar de bastante interés para el sector artesanal.

## **FORTALECER EL POSICIONAMIENTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL Y DE LA ENTIDAD FRENTE A SUS GRUPOS DE INTERÉS.**

Parte de la perspectiva en estudio se ha incluido un objetivo estratégico que busca fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés. Este objetivo tiene como finalidad el potenciar las actividades de promoción, comunicación y visibilizarían de la actividad artesanal y la gestión institucional.

Esto se ha logrado a partir de la ejecución de actividades orientadas a realizar mayor divulgación de información de la entidad a través de medios locales, regionales y nacionales, a fortalecer la comunicación al interior de la entidad y a fortalecer la comunicación digital y la comunidad social. Se destacan resultados como:

Elaboración de 26 boletines de prensa de los eventos y acciones que ha que organizado y en las que participa la entidad, se ha logrado un total de 615 apariciones en medios de comunicación, lo que se ha observado a partir del monitoreo a medios (free press) y se han publicado 76 notas de interés para los artesanos a través del portal.

A nivel interno se ha desarrollado 9 boletines con información relevante al sector y a la entidad los cuales han sido enviados por correo masivo a funcionarios de la entidad. A través de la intranet se realizó la publicación de 103 notas; con el inicio de la pandemia y con el fin de mantener la comunicación al interior, se retomó el correo institucional de “comunicaciones internas” a través del cual se han desplegado 82 publicaciones con temas de interés institucional y las cuales son producto de solicitudes puntuales de las diferentes áreas de la entidad.

En cuanto a la estrategia digital, cuyo objetivo es “Contribuir al posicionamiento de la gestión de Artesanías de Colombia, informando y divulgando las acciones que se



desarrollan en beneficio del sector; a través de la visibilización de los artesanos, las comunidades y sus productos en los medios digitales de la entidad”, no ha sido ajena a los cambios globales a causa de la emergencia sanitaria por la Covid-19, razón por la cual en 2020, la estrategia se enfocó en cumplir su objetivo teniendo muy presente el contexto sanitario actual por el cual atraviesa nuestro país, realizando un fortaleciendo de todo su ecosistema digital (social, canales de atención y portal web y tienda en línea) con contenidos dirigidos a todas nuestras audiencias y que daban respuesta al Plan de Acción Covid - AdC.

Dicha situación, hizo que el escenario digital cobrara aún más relevancia, hecho que se percibió en la cantidad de interacciones recibidas en redes sociales y también, de mensajes y comentarios atendidos.

#### Gestión de Redes Sociales

A septiembre 30, se ha realizado 10.017 publicaciones en redes sociales, logrando un alcance en impresiones de 13.259.976, y un Engagement de 5.174.062.

Así mismo, con la estrategia de mail marketing se enviaron 202 campañas de correo masivo, logando impactar a 1.150.544 personas con los mensajes. cifras que evidencia el nivel de desarrollo de la estrategia el éxito de la misma y la importancia que cobro en estos tiempos.

#### Atención y servicios en Línea

En cuanto al tema de atención de mensajes directos, buzón de contáctenos, correo electrónico y gestión de interacción en redes, se atendió 14.905 solicitudes de información a través de todos los canales (Facebook 1.131 mensajes, directos, buzón y correo 939, blog 373 y gestión de 12.462 comentarios en redes. En servicios en línea (Directorio, Clasificados, Calendario, Galería Artesanal e inscripción a Asesorías Puntuales y cotizaciones) se atendieron 1.504 solicitudes de servicio.



### Estrategia #ArtesanoDigital

“Transformación Digital en tiempos de Covid-19” es el nombre que la estrategia #ArtesanoDigital ha adoptado en 2020 y que, a diferencia del año pasado, cuando el ciclo se tituló “Vendiendo a través de Internet”, propone que los artesanos del país se apropien de las herramientas digitales para adaptar sus talleres a la nueva realidad que nos plantea la pandemia.

Para ello, se desarrolló el siguiente ciclo de ocho (8) charlas a través de la plataforma “Go To Webinar”:

1. Adaptando su negocio a la nueva realidad
2. Invirtiendo en su pauta digital
3. Usando Whatsapp Business para acercar a sus clientes
4. Calculando sus precios para vender por internet
5. Ampliando las formas de pago para sus clientes
6. Usando formatos creativos para dinamizar su negocio
7. Fidelizando a sus clientes a través de email marketing
8. Trucos para que sus artesanías no queden en visto

Adicional a estas charlas y en esta ocasión, la estrategia creó “#ArtesanoDigital +” un ciclo especial de charlas dirigidas a los artesanos que ya han seguido la estrategia en años anteriores, con el fin de fortalecer sus conocimientos y habilidades en el entorno digital, a través de las siguientes tres (3) charlas especiales y un mejoramiento de su plan en tienda nube.

1. Pauta en medios digitales
2. Optimización de su tienda virtual (SEO)
3. Actualización de su tienda virtual

Como parte de la estrategia se desarrollan los Premios #ArtesanoDigital, los cuales en esta versión entrega 6 tiendas en línea como incentivo a los artesanos participantes.





Con esta estrategia, sumada a las actividades que el equipo del Sistema de Información para la Artesanía, Siart, realiza tanto en el portal web como en las redes sociales, Artesanías de Colombia ratifica su misión de “Contribuir al mejoramiento integral del sector artesanal y a la preservación, rescate y valoración del patrimonio cultural del país”, informando y divulgando las acciones que se desarrollan en beneficio del sector en Internet de manera orgánica (sin pauta), y a través de sus canales digitales oficiales.

## APRENDIZAJE Y DESARROLLO

### **GESTIONAR EL TALENTO HUMANO DE ACUERDO CON LAS PRIORIDADES ESTRATÉGICAS DE LA ENTIDAD.**

En el marco de esta perspectiva se ha establecido el objetivo estratégico dirigido a *gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad.*

Con base en el diagnóstico de cultura organizacional y los resultados de la medición de ambiente laboral realizados en la vigencia 2019, se identificaron los puntos claves a incluir dentro de los planes de talento humano del 2020, en cumplimiento de los lineamientos establecidos desde el MIPG.

De acuerdo con lo anterior y teniendo en cuenta los objetivos institucionales definidos para la vigencia 2020, en la perspectiva de aprendizaje y desarrollo se incluyen los siguientes planes:

- Ruta de la felicidad
- Plan del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo- SGSST
- Ruta del crecimiento
- Ruta de la calidad
- Plan del código de integridad
- Plan de cultura organizacional



Las iniciativas y acciones incluidas en cada uno de estos planes buscan una gestión eficiente del talento humano desde su ingreso, desarrollo y crecimiento laboral, profesional y familiar y retiro de los funcionarios.

Para la vigencia 2020 no se realizará la evaluación de ambiente laboral, considerando que, de acuerdo con los lineamientos establecidos desde el FURAG, esta medición debe realizarse mínimo cada 2 años. Teniendo en cuenta lo anterior, desde la Coordinación de Recursos Humanos y Físicos se está trabajando en un instrumento interno que permita evaluar el impacto de las acciones e iniciativas desarrolladas durante la vigencia.

A continuación, se da a conocer el avance en cada uno de los planes, con corte a septiembre de 2020, los cuales debido a la pandemia ocasionada por el COVID-19, se han enfocado en mejorar las condiciones y la calidad de vida laboral y familiar de los funcionarios, bajo la figura de trabajo en casa.

- **Ruta de la felicidad:** Bajo la estrategia “Cafecito con Talento Humano”, se realiza seguimiento a los funcionarios, con el fin de identificar las diferentes situaciones en las que desarrollan el trabajo en casa y los factores de riesgo psicosocial a los que están expuestos.

Así mismo, dentro de las actividades desarrolladas durante este periodo, se destacan la primera sesión de pre pensionados; la celebración de fechas especiales, de forma virtual para conmemorar cumpleaños; la entrega del salario emocional (1 día libre con motivo de los cumpleaños); bajo la estrategia formador de formadores se desarrollaron clases de cocina para los funcionarios, de postres para niños y de tejido, lideradas por funcionarios de la entidad que tienen conocimiento en estas áreas; se realizaron clases de yoga, zumba y biodanza y se iniciaron los cursos de extensión para los funcionarios y su núcleo familiar.

- **Plan del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo- SGSST:** En el último trimestre del 2019 se realizó la auditoría al SGSST, obteniendo un porcentaje de implementación de este del 98%. Con base a estos resultados, se formuló el plan de mejoramiento del SGSST, en el cual se incluyeron las 6 oportunidades de mejora y los



3 hallazgos no conformes. Con corte a septiembre, la ejecución de este plan de mejoramiento incluye las siguientes acciones:

- Actualización de los procedimientos y formatos para la investigación de accidentes de trabajo y reporte de incidentes.
- Actualización del procedimiento de identificación de peligros y evaluación de riesgos, en esta se incluyó la evaluación para identificar actividades no rutinarias, así mismo se incluyeron estas actividades en la matriz de riesgos y peligros.
- Actualización de los objetivos del SGSST y se ajustaron los indicadores de tal forma que fueran medibles y acordes con los objetivos, conforme con lo establecido en el Decreto 1072 de 2015.
- Instalación y puesta en funcionamiento de la señalización, cintas antideslizantes y alarmas de emergencia del Claustro las Aguas.
- Compra de nueve (9) calentadores infrarrojos para mitigar el riesgo de temperatura baja en algunas oficinas del Claustro.

Mediante la orden de servicios No. ADC-2020-310 se contrataron los servicios para el desarrollo de la auditoría del SGSST, prevista para el mes de octubre de 2020, y para la aplicación de la batería de riesgo psicosocial, programada para el mes de noviembre de 2020, con el fin de identificar los factores de riesgo a los que se encuentran expuestos los colaboradores durante el trabajo en casa.

Con motivo de la pandemia ocasionada por la COVID 19, se elaboraron, aprobaron, publicaron y socializaron los protocolos para la reapertura de las vitrinas de promoción y el regreso a la oficina, los cuales incluyen el protocolo de lavado de manos, de distanciamiento social, el reporte y seguimiento de las condiciones de salud, entre otros. Así mismo se realizó la adquisición de elementos de bioseguridad y de algunos elementos tales como casilleros, dispensadores de gel antibacterial y termómetros infrarrojos, los cuales permiten la aplicación de los protocolos de bioseguridad establecidos en las zonas que ya cuentan con trabajo presencial (vitrinas promocionales y bodega).



Con el propósito de mejorar las condiciones de trabajo en casa, se realizó el envío de las sillas ergonómicas, descansa pies y bases para los computadores y así reducir el riesgo físico; además, vía correo electrónico se han enviado piezas de comunicación tendiente a promover la higiene postural y se han realizado las pausas activas de forma virtual.

Dentro de las acciones para destacar en el marco de este plan se encuentra la actualización del profesigramas, de la matriz de riesgo, de los planes de emergencia de las diferentes sedes de la entidad, capacitaciones en manejo de cargas (para el personal de bodega) y capacitación en el manejo del estrés, enfocado en el trabajo en casa.

- **Ruta del crecimiento:** Para la vigencia 2020 se elaboró un diagnóstico de las necesidades de formación de los funcionarios de la entidad el cual se configura como uno de los insumos para la formulación de este plan. Adicionalmente se incluyen algunas de las temáticas contempladas en los lineamientos de FURAG y las conclusiones y recomendaciones de la medición de ambiente laboral y del diagnóstico de cultura organizacional.

En la vigencia 2020 se desarrolló el programa de liderazgo, el cual se configura como un proceso de transformación que pretende sentar las bases para incentivar en Artesanías de Colombia la cooperación en los equipos y así lograr la adaptación y alineamiento de estos a los objetivos estratégicos de la entidad.

Teniendo en cuenta la emergencia sanitaria, los programas de capacitación se desarrollaron de forma virtual. Dentro de las capacitaciones desarrolladas se destacan la formación en gestión financiera, el desarrollo de los dos módulos de segunda lengua, la actualización en temas contractuales, la formación en gestión documental, la formación en innovación y gestión del conocimiento, la actualización en PQR y la capacitación en el uso del ERP y la herramienta de gestión documental adquiridos por la entidad.



- **Ruta de la calidad:** Dentro de las actividades realizadas con corte a septiembre de 2020 se destaca la construcción de una herramienta interna para la evaluación de desempeño de los trabajadores oficiales, la cual incluye la evaluación de los objetivos acordados con los jefes inmediatos y la valoración de competencias. Dentro de la metodología utilizada se incluye el cumplimiento, la oportunidad y la calidad de la información.
- **Plan del código de integridad:** Con base en la evaluación de apropiación del código aplicada en el último bimestre del 2019 se formuló el plan de trabajo para la presente vigencia. Dentro de las actividades desarrolladas se encuentra la elaboración de la política de talento humano y la de manejo de conflictos de interés, la cual se encuentra en revisión y aprobación. Asimismo, se elaboró el protocolo para la atención de la línea de denuncias de presuntos conflictos de interés y se socializó, vía correo electrónico información relacionada con la gestión de conflictos de interés.  
A través de los boletines de comunicación interna de la coordinación de recursos humanos y físicos se realizó la socialización de los valores del código de integridad y se inició la socialización de cada una de las conductas asociadas a estos, de acuerdo con la definición realizada por el DAFP. Adicionalmente se gestionó la inscripción de los funcionarios al curso virtual “Integridad, Transparencia y Lucha contra la corrupción”.
- **Plan de cultura organizacional:** Con base en las recomendaciones del diagnóstico de cultura organizacional que se levantó en la vigencia 2019, se formuló el plan para la vigencia 2020, el cual incluye fortalecimiento de liderazgo, desarrollar acciones de comunicación estratégica, desarrollar capacitación en producto artesanal enfocada a los colaboradores, implementar sistema de gestión de desempeño, documentar logros memorables y victorias pasadas y generar espacios de integración entre las áreas.

Dentro de las acciones desarrolladas con corte a septiembre de 2020 se destaca el programa de liderazgo, las acciones de comunicación a través de los boletines de talento humano, los cuales pretenden dar herramientas e ideas para compartir en familia y gestionar el tiempo durante el trabajo en casa, la estrategia denominada



“cafecito con recursos humanos” y la socialización vía correo electrónico de las victorias pasadas de la entidad.

## COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE.

### PROMOVER EL MANEJO ADECUADO DE LOS RECURSOS NATURALES Y MATERIAS PRIMAS, PARA CONTRIBUIR A LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y PRESERVACIÓN DE LOS OFICIOS EN LAS COMUNIDADES ARTESANAS

Esta perspectiva se operacionaliza a través del objetivo estratégico orientado a promover el manejo adecuado de los recursos naturales y materias primas, para contribuir a la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas el cual se desarrolla en el marco del Plan de Gestión Ambiental, que cuenta con dos componentes: el programa misional y el Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA) y

#### **Plan de acción de Gestión Ambiental - componente misional.**

Está orientado a la implementación y coordinación de acciones para la promoción del comercio legal y leal, a través del desarrollo de iniciativas para el manejo adecuado de las materias primas. Dentro de las acciones adelantadas para el conocimiento, preservación, promoción y uso sostenible de las especies vegetales utilizadas en la artesanía y de los oficios artesanales, se encuentran:

#### Caracterización de especies

La caracterización se entiende como la identificación botánica o dendrológica de la especie utilizada por los artesanos en su actividad, junto con la información biológica y ecológica de la misma que se encuentre disponible en fuentes de información secundaria y la que se pueda recolectar en campo.

- ✓ En 2020 se realizó la caracterización detallada de la especie *Philodendron longirrhizum* "Bejuco Tripeperro", materia prima empleada en el oficio de cestería en el municipio de Filandia, Quindío, que incluye la identificación de los requisitos de manejo legal para su



aprovechamiento por parte de la Corporación Autónoma Regional del Quindío (CRQ), todo esto con el fin avanzar en trámites de legalidad.

- ✓ Se realiza el levantamiento y consolidado de las especies de plantas reportadas para uso medicinal tradicional a nivel nacional, con el objeto de rescatar y promover su asociación potencial con cultivos de especies vegetales empleadas en la elaboración de productos artesanales, cultivos transitorios y de pan coger y generar alternativas de auto- sustento.

#### Estrategia para el repoblamiento de especies vegetales empleadas en el sector artesanal.

- ✓ Diseño de estrategia de repoblamiento de paja mawisa o paja mulüu en la Alta Guajira, con el objeto de facilitar el acceso al recurso natural sin generar presión de aprovechamiento en ecosistemas estratégicos. Esta propuesta permitió diseñar las siguientes estrategias:
  - Asociación de la especie vegetal con cultivo transitorio de plátano.
  - Enriquecimiento los suelos a partir de aporte orgánico producido en composteras.
  - Modelo de prototipo de atrapa niebla con el fin de tener acceder al agua.
- ✓ Desarrollo de una estrategia de repoblamiento de iraca en el municipio de San Juan de Nepomuceno - Bolívar, y Coloso – Sucre, en el marco del Proyecto “Aprovechamiento sostenible de la Palma de Iraca y otros maderables utilizados para la elaboración de artesanías como alternativa económica para la conservación del Bosque Seco Tropical en los municipios de Coloso (Sucre) y San Juan Nepomuceno (Bolívar), en Convenio con Riqueza Natural:
  - Identificación de actores de la cadena productiva
  - Identificación de áreas productora
  - Levantamiento de datos de oferta y demanda de la especie
  - Propuesta de diseño de establecimiento de la especie

#### Desarrollo de material pedagógico y socialización de información de interés para promover el comercio legal de las materias primas empleadas en el sector artesanal.

- ✓ Actualización de los contenidos de la cartilla de trámites ambientales, necesarios para el comercio legal de productos provenientes de flora silvestre y cultivada., de acuerdo a



lo establecido en el Decreto Único reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible (Decreto 1076 de 2015).

- ✓ Publicación en la página web de Artesanías de Colombia de capsula informativa sobre la compra y comercialización de madera legal que establece las exigencias y soportes que se deben tener en cuenta para comercializar y comprar madera legal.
- ✓ Consolidación de la información proporcionada por 19 Corporaciones Autónomas Regionales relacionada con el listado de los proveedores legales de madera (empresas forestales), ubicados en sus jurisdicciones, que cuentan con el registro del libro de operaciones y que cumplen con las obligaciones del mismo.
- ✓ Identificación de las especies vegetales vedadas y con restricción de aprovechamiento a nivel nacional y regional de acuerdo a los lineamientos establecidos por 19 Corporaciones Autónomas Regionales.

### **Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA)**

Este plan se direcciona teniendo en cuenta el cumplimiento normativo, de los planes y políticas ambientales generados por la Secretaría Distrital de Ambiente, y para el año 2020 se compone de 32 actividades y 6 programas de ecoeficiencia, los cuales incluyen:

Uso Eficiente del Agua y de la energía: a través del desarrollo de contenidos para publicación en la intranet y realizando el registro y verificación del consumo de manera trimestral;

Uso Eficiente del Papel: por medio del registro trimestral del consumo, los cuales se alinean y verifican en el plan de austeridad, mencionado en la perspectiva de procesos internos

Programa Gestión Integral de Residuos: el cual se maneja mediante la capacitación de separación en la fuente al personal de aseo y a los funcionarios de la entidad y al registro de la generación de RESPEL y residuos aprovechables y no aprovechables, para el caso de los residuos aprovechables tenemos un convenio colaborativo con la empresa





ECOALIANZA Estratégica, el cual fue renovado en agosto de 2020, y nos permite cumplir con las políticas de aprovechamiento de residuos, para el caso de RESPEL no acogemos a la entrega de elementos en las campañas de reciclación organizadas por la Secretaría Distrital de Ambiente (SDA)

Programa Consumo Sostenible: en este se incluye la cláusula ambiental en la celebración de los contratos que así lo ameriten, como consumibles de papelería y tóner y de mantenimiento automotor, entre otros.

Programa Implementación de Prácticas Sostenibles: Se realiza el registro y verificación del consumo de combustible.

Resultado de lo anterior se resaltan los siguientes logros.

- ✓ Artesanías de Colombia cuenta con un 97% de implementación de sistemas de bajo consumo de agua en toda la entidad.
- ✓ La entidad cuenta con un 100% de implementación de fuentes lumínicas de la más alta eficacia.
- ✓ Adecuación de locales de almacenamiento de residuos no aprovechables, aprovechables y peligrosos de acuerdo a la normatividad, en las sedes de la entidad.
- ✓ Entrega de 1800Kg de material aprovechable a la Asociación Ecoalianza Estratégica de Recicladores con quienes se renovó el acuerdo de corresponsabilidad hasta el año 2022.
- ✓ Inclusión de cláusulas ambientales a contratos priorizados y a las guías de invitación: invitación abierta para la compra de herramienta y elementos de ferretería y los contratos de compra de metales y contrato de suministro de consumibles de impresión y elementos de papelería.
- ✓ Jornadas de sensibilización permanente al interior de la entidad en temáticas de interés ambiental, a través de comunicaciones internas:
  - Campaña “cuidemos juntos el planeta desde casa”, orientada a la correcta separación de residuos generados en el hogar.
  - Uso racional y eficiente del agua y la energía eléctrica.



- ✓ Desarrollo de la semana ambiental virtual llevada a cabo del 21 al 27 de septiembre, con el propósito de concientizar al equipo interno de la entidad, de la problemática ambiental existente y promover acciones pedagógicas que incidan en el mejoramiento de las relaciones entre los seres humanos y su entorno:
  - Socialización de directorio de gestores de residuos generados en el hogar
  - Realización de charla para la adecuada separación en la fuente llevada a cabo por la asociación de recicladores.
  - Difusión de contenidos para el uso responsable de elemento desechables, conducción sostenible y cambio climático.
  - Socialización de recorridos ecológicos a realizar en Bogotá
  - Promoción de la 1era feria virtual de negocios verdes de la CAR realizada el 26 y 27 de septiembre.

Actualmente, Artesanías de Colombia adelanta el proceso de concertación con la Secretaria Distrital de Ambiente para el periodo comprendido entre 2020 y 2024, conforme a la estructura establecida en la resolución 242 de 2014, por la cual se establecen los lineamientos para la Formulación, Concertación, Implementación, Evaluación, Control y Seguimiento Ambiental de los Planes Institucionales de Gestión Ambiental PIGA.

### **1.1.3.3. Resultados a destacar 2020**

#### **a) Estrategia “Artesano estamos contigo”**

Artesanías de Colombia desde el mes de marzo de 2020 dio el primer paso en una cadena de acciones para enfrentar la pandemia. Como una primera instancia creó la Estrategia de Artesanías de Colombia para atender artesanos durante la COVID19, “Artesano estamos contigo” Con ella la entidad se propuso gestionar recursos del Gobierno Nacional, gobernaciones, alcaldías, organizaciones internacionales y donaciones de ciudadanos, para atender necesidades de sustento básico, salud y comercialización de productos de los artesanos del país. En consecuencia, creó un plan de acción estructurado bajo las siguientes iniciativas:



- Acceso de artesanos a las medidas sociales del Gobierno Nacional
- Gestión de alianzas y donaciones
- Solidaridad institucional
- Refuerzo en la promoción y búsqueda de oportunidades comerciales para los artesanos

Algunos de estos resultados han sido tratados de manera general en el desarrollo del capítulo anterior, sin embargo, su concepción e impacto afectan la estrategia en estudio.

### **Estrategia de apoyo al sector artesanal**

La pandemia hizo manifiestas necesidades de la población artesana de una manera rápida y urgente, en esta medida artesanías de Colombia tomó las siguientes medidas y acciones:

#### Identificación de necesidades del sector artesanal en emergencia actual

Se Diseñó y aplicó un estudio cuantitativo para identificar las principales necesidades de los artesanos en el corto y mediano plazo. Este formulario llegó a artesanos, grupos y comunidades artesanales a través de los articuladores y enlaces territoriales.

Como resultado se entrevistaron 2.027 artesanos de 28 departamentos que manifestaron las siguientes necesidades: alimentación (95%), elementos de aseo (65%), venta de productos artesanales (64%), materias primas, insumos y herramientas para mantener su oficio (61%), medicamentos (42%), transporte para recibir ayudas y sacar mercancías (28%), créditos o capital semilla (26%), acompañamiento y asesoría de Artesanías de Colombia (25%), conocer información relevante sobre el COVID-19 (20%), negociación de créditos actuales (20%), computadores (15%), teléfonos móviles inteligentes (14%).

#### Solidaridad con artesanos del país

Se creó la estrategia de aportes voluntarios de los servidores públicos, familiares y amigos para atender las necesidades de los artesanos. Con esta estrategia se recibieron \$7.150.000



### Estrategia de aportes voluntarios Botón de pagos para terceros

Se abrió una cuenta bancaria y activó el botón de pago en la página web de Artesanías de Colombia para donaciones de terceros interesados en apoyar a los artesanos del país. Con esta estrategia se recibieron aportes por \$4.715.040. Desde el mes de junio se firmó convenio con Solidaridad por Colombia para el direccionamiento de estos y nuevos recursos.

### Gestión de ayudas en especie

Se gestionaron ayudas con entidades públicas y privadas para suplir necesidades de la población artesanal. Como resultado, las gobernaciones, alcaldías, empresas, fundaciones han entregado 43.888 ayudas a artesanos de 24 departamentos. De igual manera se están destinando recursos del orden de 246 millones para la dotación de herramientas y materias de los artesanos que hacen parte de los programas de Artesanías de Colombia.

### Gestión de ayudas económicas

Artesanías de Colombia cruzó sus bases de datos de artesanos con las bases de datos de DNP, DPS y MinCIT para la asignación del programa Ingreso solidario. Como resultado, de los 31.650 artesanos registrados en el SIEAA (Sistema de información estadístico de la actividad artesanal) se encontró que 16.046 hogares de artesanos ya son beneficiarios de programas como: Familias en Acción, Colombia Mayor, Jóvenes en Acción, Generación E, entre otros. En consecuencia se postularon 2.649 al programa Ingreso solidario.

### Apoyo al proyecto de decreto para transferencias monetarias e incentivos económicos a artesanos.

Se trabajó de forma articulada con MinCIT compartiendo las necesidades y posible articulado que MinCIT uso como insumo para la elaboración de decreto legislativo. Ya pasó consulta en MinHacienda. Los artículos propuestos no fueron aprobados por MinHacienda.



### Medidas transitorias en materia de cultura

Se dio apoyo al MinCultura para considerar a los artesanos dentro de las disposiciones temporales para atender la situación de artistas, creadores y gestores culturales. MinCultura dará recursos del impuesto nacional al consumo para contribuir a la subsistencia de artistas, creadores y gestores culturales que demostraran su estado de vulnerabilidad. Como resultado de esta gestión: 1.166 artesanos se inscribieron en la primera convocatoria a los BEPS-Stampilla Procultura; 653 artesanos fueron apoyados por ADC ganadores de la convocatoria Comparte lo que somos, quienes serán apoyados con \$1.500.000 por el Ministerio de Cultura.

### Línea de crédito ADC - BANCO AGRARIO

El Banco Agrario ofreció 5 mil millones para los artesanos que participan en los programas de desarrollo y ferias de Artesanías de Colombia y han sido afectados por la emergencia por el COVID-19. Para acceder a este programa se contrató a un equipo de 3 asesores financieros que acompañan a los artesanos en la gestión de sus créditos y les brindan educación financiera. A cierre de septiembre se han realizado:

- 1.312 capacitaciones en educación financiera.
- 389 solicitudes de créditos.
- 28 créditos desembolsados por valor total de \$181.650.000

### Activación de fondo de vulnerabilidad de Iberoartesanías

Se aprobó para Colombia un monto de US\$70.000 dólares para apoyar a los artesanos que se destinarán para atender necesidades básicas y para apoyar a los artesanos en la implementación de protocolos de bioseguridad para retomar su actividad productiva. Se levantó la base de datos y ficha de proyectos para Iberoartesanías. Los recursos serán manejados por el convenio con la Fundación Solidaridad por Colombia.

### **Estrategia comercial**

#### Compra de producto artesanal

Se ha comprado producto artesanal para las tiendas de promoción de Artesanías de Colombia o para negociaciones concertadas con clientes externos por el equipo de ventas institucionales. Como resultados, se han realizado compras de producto artesanal en 25



departamentos por \$595 millones de pesos beneficiando a 105 artesanos para el canal de ventas institucionales; y se realizaron órdenes de compra a 243 Talleres artesanales de 26 departamentos por \$283 millones beneficiando a artesanos de los programas de Desarrollo. Lo que suma un total de \$ 878 millones en total de compra de producto.

#### Facilitar ingresos a los artesanos

Se han realizado negocios con 37 actores importantes del mercado, entre los que se encuentran: Presidencia de la República, Juan Valdez, Aviatur, Aerin LLC, Alpina y la ONU por un total de \$590 millones de pesos. También se activa el canal de venta a través de Instagram logrando \$18 millones de pesos en ventas. Todo ello contribuye con la compra de producto artesanal para generar ingresos, en donde se han beneficiado 37 artesanos de 16 departamentos.

#### Levantamiento de producción artesanal disponible

Se levantó inventario de productos artesanales disponibles para la promoción y búsqueda de oportunidades comerciales, priorizando producciones para pedidos y ferias canceladas. Se priorizó producciones para pedidos y ferias canceladas.

#### Inscripción de artesanos en la plataforma Compra lo nuestro

Se inscribieron artesanos en la plataforma *Compra Lo Nuestro* para promover el desarrollo y fortalecimiento de las comunidades indígenas e impulsar la compra de productos artesanales. El resultado: se inscribieron 172 artesanos de 20 departamentos en la plataforma *Compra lo nuestro* Facilitar ingresos a los artesanos.

#### Facilitar el acceso a herramientas y/o servicios para el comercio electrónico

Se promoció con los artesanos los servicios de la plataforma *yomequedoenninegocio.com* los cuales facilitan el comercio a través de medios electrónicos. Como resultado, 100 artesanos de 19 departamentos han recibido capacitación sobre cómo acceder a los servicios que presta la plataforma *YoMeQuedoEnMiNegocio*, para impulsar el comercio electrónico



## **Estrategia de formación**

### Talleres virtuales de capacitación

Capacitaciones virtuales a beneficiarios de los programas de desarrollo y fortalecimiento como: Laboratorios de Innovación y diseño, Etnias, Moda y joyería, y Atención a población víctima y vulnerable. Como resultado, se han realizado a la fecha 1.992 talleres en los Laboratorios de Innovación y diseño, en los programas de Moda y Joyería, Etnias y unidad de formación.

Capacitaciones a artesanos a través de los canales digitales sobre curaduría de producto artesanal para sus muestras comerciales. Como resultado. Se ha intervenido de forma virtual a 72 artesanos de 5 comunidades con el proyecto de Mejoramiento y generación de oportunidades.

### Estrategias de divulgación

Talleres de demostración de oficio virtuales

Conscientes de las dificultades que afrontan los artesanos, Artesanías de Colombia ha realizado talleres de demostración de oficio virtuales a través de la plataforma tecnológica Zoom. Como resultado, se realizaron 18 Demostraciones de Oficio a través de plataforma virtual, para artesanos de Córdoba, Antioquia, Huila, Boyacá, Atlántico, Bolívar, Cesar, Nariño, Caquetá, Bogotá, Cauca, Putumayo y Arauca.

### Voces artesanas

Se creó la estrategia de comunicación en formato de videos y audios de artesanos hablándole a otros artesanos con mensajes positivos y reflexiones a acerca de la crisis actual, que han circulado en las redes sociales de la Artesanías de Colombia. Como resultado se han realizado 51 Videos de voces artesanas con reflexiones y mensajes positivos, acerca de la crisis actual en 13 departamentos.

## **Operaciones estadísticas en medio de la crisis generada por la COVID-19**

- ✓ Trabajo con el Departamento Nacional de Planeación-DNP desde el aporte de las bases de datos de Artesanías de Colombia para su inclusión en la base maestra, creada para la medida de Ingreso Solidario. Esta operación permitió la identificación de



los artesanos beneficiarios en la oferta social del Estado; del total de registros de la base de datos del SIEAA, se encontró que 9.987 artesanos y 14.390 hogares en donde hay artesanos ya son beneficiarios de programas como Familias en Acción, Colombia Mayor, Jóvenes en Acción, Generación E, entre otros. Finalmente, se identificaron 2.649 artesanos como potenciales beneficiarios del Ingreso Solidario gestionado por el DNP y que se encuentran registrados en el SIEAA.

- ✓ Estudio de identificación de necesidades de las comunidades artesanas, en el que se rastrearon las dificultades particulares de cada región. De igual forma, se ha acopiado la información de artesanos y comunidades que requieren mayor atención al denominarse casos críticos, priorizando dichos casos para la atención.
- ✓ Aplicación de encuesta sobre capacidades y herramientas virtuales en donde se indaga sobre las posibilidades de conectividad con las que cuentan artesanos para la promoción y comercialización de productos de manera virtual.

#### **b) Foro horizonte – 2020 - Comunidades Artesanas, Resiliencia y Adaptabilidad**

Bajo la idea de que en la actividad artesanal se transforman materias primas de origen natural y en la que predomina un saber que expresa a través de una artesanía, significados de identidad colectiva y siendo los artesanos los gestores persistentes para que trascienda su hacer, en la actividad artesanal se pueden identificar diferentes formas de expresión de su capacidad adaptativa y su resiliencia.

Partiendo de un supuesto (entre muchos) que en la capacidad adaptativa convergen aspectos que reflejan aprendizaje y habilidades promovidas por soluciones innovadoras en circunstancias complejas (Gunderson y Holling, 2002), la capacidad adaptativa es la forma en que un sistema social se las arregla ante los cambios sorpresivos, para lograr una cierta estabilidad dentro de un contexto específico (Armitage, 2005).

La capacidad adaptativa permite que los individuos, grupos y organizaciones (artesanales) puedan tomar decisiones sobre la base económica, social, cultural y física que los soporta, de tal forma que se convierte en un elemento clave de resiliencia social en la que se destaca la capacidad de aprendizaje y flexibilidad de las comunidades para





adoptar nuevas soluciones. Algunos autores señalan que cuatro dimensiones en la capacidad adaptativa en los sistemas sociales (partimos de la idea irrevocable que las comunidades artesanales son sistemas sociales) : la primera se refiere a la manera como los sistemas aprenden a vivir con la incertidumbre y el cambio, la segunda dimensión se relaciona con la destreza para establecer conexiones positivas entre lo biofísico y lo institucional, la tercera combina diferentes tipos de conocimiento, para encontrar respuestas en diferentes escalas y por último, las oportunidades para autoorganizarse social, cultural e institucionalmente para ser persistente.

Las comunidades artesanales combinan sus activos para responder a los cambios emitidos por el contexto local o global. Estas dinámicas de cambio, vienen de las dimensiones que influyen sobre la comunidad y a su vez, la comunidad se adapta permanentemente a dichos cambios. Las comunidades han construido sus habilidades adaptativas al cambio y su capacidad de respuesta, de tal forma que persiste en tanto: constantemente “reinventa” su propia identidad, concentra su saber local en la actividad artesanal, construye sus estrategias de medios de vida y configura los mecanismos para actuar frente a los desafíos socioeconómicos, socioculturales y sociopolíticos, manteniendo sus principios identitarios.

Basada en esta idea central, el equipo de Desarrollo Humano de Artesanías de Colombia propuso adelantar una serie de diálogos (desprevenidos) con expertos en diferentes áreas, para dilucidar (o reafirmar) sobre la resiliencia y la capacidad de adaptación de las comunidades artesanales en Colombia, no solo en el marco de la actual emergencia sanitaria, sino a las permanentes amenazas a la vulnerabilidad de población rural del país, y de esta manera trazar nuevas y mejores estrategias de apoyo que faciliten el desarrollo humano, social y cultural de las comunidades, sin perder identidad territorial.

Abordar diálogos sobre la capacidad adaptativa de las comunidades artesanales desde un enfoque de género, ambiente y sostenibilidad, antropología, patrimonio y desde la perspectiva de las comunidades étnicamente diferenciadas del país, permitirá abrir nuevos caminos o confirmar que la base del desarrollo humano de las comunidades artesanales se centran en las características del territorio, entendiendo este último, como



las relaciones sociales y humanas con un espacio geográfico, de acción, de dominio y con un espacio simbólico. Lozano y Ferro (2009).

Se conversó sobre como las comunidades artesanales combinan sus activos para responder a los cambios emitidos por el contexto local o global. Estas dinámicas de cambio, vienen de las dimensiones que influyen sobre la comunidad y a su vez, la comunidad se adapta permanentemente a dichos cambios. Las comunidades han construido sus habilidades adaptativas al cambio y su capacidad de respuesta, de tal forma que persiste en tanto: constantemente “reinventa” su propia identidad, concentra su saber local en la actividad artesanal, construye sus estrategias de medios de vida y configura los mecanismos para actuar frente a los desafíos socioeconómicos, socioculturales y sociopolíticos, manteniendo sus principios identitarios.

Este foro se desarrolló en formato de diálogo con Expertos y Artesanos (que también son expertos) con preguntas abiertas en torno al tema central, planteadas por un moderador. El diálogo se realizó aproximadamente durante 2 horas por cada sesión (8 sesiones)

Además del diálogo con cada panelista experto, se contó con un espacio para que un artesano Luthier y otro artesano cuenten sus historias de vida, en torno a la resiliencia y la adaptación. En la última sesión se realizó un diálogo con todos los panelistas con participación del público.

El Foro en cifras:

- 9 artesanos invitados, de diferentes regiones, que contaron sus experiencias sobre resiliencia y adaptabilidad
- 7 Expertos en temas de Ecología, Patrimonio Inmaterial, Comunidades Indígenas, Género y Cocreación
- 7 artesanos luthiers que contaron sus historias sobre resiliencia en el campo musical y elaboración de instrumentos artesanales
-



- 13 asesores y 5 coordinadores, del equipo de Desarrollo Humano, organizaron este espacio que contó con el apoyo en la producción y conducción de Rocío Arias
- AUDIENCIA (YouTube – Facebook)
  - 1.307 Personas en vivo
  - 85.593 personas alcanzadas
  - 19.664 usuarios únicos
  - 1.725 me gusta
  - 1.607 comentarios

#### **1.1.4. Estado de los Contratos en Relación con el Cumplimiento de las Metas**

Artesanías De Colombia S.A., al ser una Sociedad de Economía Mixta con Régimen de Empresa Industrial y Comercial del Estado, por disposición del artículo 14 de la Ley 1150 de 2007, reformado por el artículo 93 de la Ley 1474 de 2011, exceptúa del Estatuto General de Contratación Estatal a entidades como la nuestra al señalar: “...*Las Empresas Industriales y Comerciales del Estado, las Sociedades de Economía Mixta en las que el Estado tenga participación superior al cincuenta por ciento (50%), sus filiales y las Sociedades entre Entidades Públicas con participación mayoritaria del Estado superior al cincuenta por ciento (50%), estarán sometidas al Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, con excepción de aquellas que desarrollen actividades comerciales en competencia con el sector privado y/o público, nacional o internacional o en mercados regulados, caso en el cual se regirán por las disposiciones legales y reglamentarias aplicables a sus actividades económicas y comerciales, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 13 de la presente ley. Se exceptúan los contratos de ciencia y tecnología, que se regirán por la Ley 29 de 1990 y las disposiciones normativas existentes...*”; por lo cual se cuenta con un régimen contractual excepcional al Estatuto General de Contratación, con sujeción a los principios de la función administrativa y sometida al régimen de inhabilidades e incompatibilidades previstas legalmente para la contratación estatal.

El proceso de gestión de adquisición de bienes y servicios, se dirige al apoyo en la realización de los procesos de selección de contratistas, conforme con los requerimientos



de las áreas solicitantes, dentro de los términos contemplados en el Manual de Contratación y en las normas que reglamentan la materia.

Resumen de la Gestión Contractual Período 2020, con corte a 30 de septiembre

\* Se exceptúan de este reporte, los contratos en los cuales Artesanías de Colombia S.A., es contratista.

MODALIDAD DE SELECCIÓN	No. DE CONTRATOS
Directa	295
Concurrencia de Oferentes	19
Invitación Abierta	2
Invitación Cerrada	0
Acuerdos Marco de Precio de la Entidad	0
Mecanismos de Agregación de demanda de Colombia Compra Eficiente	4
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>

Valores comprometidos por modalidad

MODALIDAD DE SELECCIÓN	VALOR DE CONTRATOS
Contratación Directa	\$8.156.984.867
Concurrencia de Oferentes	\$994.190.762
Invitación Abierta	\$101.456.140
Invitación Cerrada	0
Acuerdos Marco de Precio de la Entidad	0
Mecanismos de Agregación de demanda de Colombia Compra Eficiente	\$16.766.801
<b>TOTAL</b>	<b>\$9.269.398.570</b>

Contratación por causal

CONTRATACIÓN DIRECTA	N° DE CONTRATOS
En los casos de las órdenes o contratos cuyo valor no exceda de veintiocho (28) s.m.l.m.v., selección que se realizará teniendo en consideración los precios del mercado y el perfil requerido por la Entidad	35
Para convenios o contratos Interadministrativo o interinstitucionales de asociación, de cooperación, de consignación de mercancías	19
Para contratos de prestación de servicios profesionales (De naturaleza intelectual, diferente a la consultoría, para el cumplimiento de los fines de la entidad) y de servicios (Actividades operativas, logísticas o asistenciales; teniendo en cuenta los precios del mercado y el perfil requerido por la Entidad) los cuales pueden ser ejecutados por personas naturales o jurídicas, verificando la idoneidad o experiencia para la ejecución del objeto contractual y precios del	200



mercado	
Para los contratos que tengan por objeto una actividad complementaria, de soporte o subsiguiente de otra previamente desarrollada, que por razones técnicas deba ser ejecutada por el mismo contratista	13
Para contratos intuitu persona, que son contratos de servicios especializados, artísticos, profesionales o técnicos de alta complejidad, relacionados metodologías, procedimientos, experiencia específica, entre otros. Contratación de bienes, servicios o prestación de servicios sobre los que recaen derechos de autor o propiedad industrial, con los titulares de éstos derechos y los trabajos artísticos que solamente se puedan encomendar a personas naturales	1
Para los contratos en los que el contratista sea el único distribuidor o proveedor del bien o servicio o representante exclusivo de una marca determinada, es decir que no exista pluralidad de oferentes	8
Para los contratos que se den con ocasión a la ejecución de programas que impliquen la protección de personas en estado de vulnerabilidad, amenazadas, población desplazada, habitantes de la calle y demás programas que impliquen la reinserción y rehabilitación de estas personas tomando como única consideración las condiciones del mercado	19
<b>CONCURRENCIA DE OFERENTES</b>	<b>N° DE CONTRATOS</b>
Modalidad para la contratación directa de cuantías superiores a veintiocho (28) s.m.l.m.v. y hasta noventa (90) s.m.l.m.v., en el cual se debe contar con un mínimo de tres (3) cotizaciones, con el fin de obtener varias propuestas y seleccionar entre ellas la que considere más favorable.	19
<b>INVITACIÓN ABIERTA</b>	<b>N° DE CONTRATOS</b>
Modalidad que se adelantará en cuantía superior a 90 s.m.l.m.v., para la adquisición de bienes, servicios y obras, cuando el objeto del contrato no demande condiciones especiales del contratista, buscando en todo momento garantizar la libertad de concurrencia y la pluralidad de oferta, que no implique un alto grado de especialidad. Así las cosas, podrán participar en éste proceso todas aquellas personas que presenten con base en los parámetros fijados en el estudio de conveniencia, en la guía de condiciones y en las adendas, la oferta más favorable para la entidad según los criterios de evaluación establecidos.	2
<b>MECANISMOS DE AGREGACIÓN DE DEMANDA DE COLOMBIA COMPRA EFICIENTE</b>	<b>N° DE CONTRATOS</b>
La entidad podrá adquirir adquisición de bienes, servicios y obras a través de los mecanismos de agregación de demanda que haya celebrado Colombia Compra Eficiente, (Acuerdos Marco - Gran almacén o Mínima Cuantía), según el procedimiento dispuesto por los decretos 1510 de 2013, 1082 de 2015 y las normas o jurisprudencia que lo complementen o modifiquen, además de las disposiciones que sobre la materia expida Colombia Compra Eficiente.	4
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>

Valores comprometidos por modalidad

	VALOR DE CONTRATOS
<b>CONTRATACIÓN DIRECTA</b>	
En los casos de las órdenes o contratos cuyo valor no exceda de veintiocho (28) s.m.l.m.v., selección que se realizará teniendo en consideración los precios del mercado y el perfil requerido por la Entidad	\$294.748.506
Para convenios o contratos Interadministrativo o interinstitucionales de asociación, de cooperación, de consignación de mercancías	\$222.729.500
Para contratos de prestación de servicios profesionales (De naturaleza intelectual, diferente a la consultoría, para el cumplimiento de los fines de la entidad) y de servicios (Actividades operativas, logísticas o asistenciales; teniendo en cuenta los precios del mercado y el perfil requerido por la Entidad) los cuales pueden ser ejecutados por personas naturales o	\$7.003.492.823



jurídicas, verificando la idoneidad o experiencia para la ejecución del objeto contractual y precios del mercado	
Para los contratos que tengan por objeto una actividad complementaria, de soporte o subsiguiente de otra previamente desarrollada, que por razones técnicas deba ser ejecutada por el mismo contratista	\$341.966.144
Para contratos intuito personae, que son contratos de servicios especializados, artísticos, profesionales o técnicos de alta complejidad, relacionados metodologías, procedimientos, experiencia específica, entre otros. Contratación de bienes, servicios o prestación de servicios sobre los que recaen derechos de autor o propiedad industrial, con los titulares de éstos derechos y los trabajos artísticos que solamente se puedan encomendar a personas naturales	\$ 170.411.520
Para los contratos en los que el contratista sea el único distribuidor o proveedor del bien o servicio o representante exclusivo de una marca determinada, es decir que no exista pluralidad de oferentes	\$35.526.444
Para contratos de servidumbre, arrendamiento (Verificando las condiciones del mercado inmobiliario y las necesidades de la entidad), comodato o adquisición de inmuebles (Verificando las condiciones del mercado inmobiliario y las necesidades de la entidad)	\$6.975.000
Para los contratos que se den con ocasión a la ejecución de programas que impliquen la protección de personas en estado de vulnerabilidad, amenazadas, población desplazada, habitantes de la calle y demás programas que impliquen la reinserción y rehabilitación de estas personas tomando como única consideración las condiciones del mercado	\$81.134.930
<b>CONCURRENCIA DE OFERENTES</b>	<b>VALOR DE CONTRATOS</b>
Modalidad para la contratación directa de cuantías superiores a veintiocho (28) s.m.m.l.v. y hasta noventa (90) s.m.l.m.v., en el cual se debe contar con un mínimo de tres (3) cotizaciones, con el fin de obtener varias propuestas y seleccionar entre ellas la que considere más favorable.	\$994.190.762
<b>INVITACIÓN ABIERTA</b>	<b>VALOR DE CONTRATOS</b>
Modalidad que se adelantará en cuantía superior a 90 s.m.l.m.v., para la adquisición de bienes, servicios y obras, cuando el objeto del contrato no demande condiciones especiales del contratista, buscando en todo momento garantizar la libertad de concurrencia y la pluralidad de oferta, que no implique un alto grado de especialidad. Así las cosas, podrán participar en éste proceso todas aquellas personas que presenten con base en los parámetros fijados en el estudio de conveniencia, en la guía de condiciones y en las adendas, la oferta más favorable para la entidad según los criterios de evaluación establecidos.	\$101.456.140
<b>MECANISMOS DE AGREGACIÓN DE DEMANDA DE COLOMBIA COMPRA EFICIENTE</b>	<b>VALOR DE CONTRATOS</b>
La entidad podrá adquirir adquisición de bienes, servicios y obras a través de los mecanismos de agregación de demanda que haya celebrado Colombia Compra Eficiente, (Acuerdos Marco - Gran almacén o Mínima Cuantía), según el procedimiento dispuesto por los decretos 1510 de 2013, 1082 de 2015 y las normas o jurisprudencia que lo complementen o modifiquen, además de las disposiciones que sobre la materia expida Colombia Compra Eficiente.	\$16.766.801
<b>TOTAL</b>	<b>\$9.269.398.570</b>

#### 1.1.4.1. Principales Dificultades en la Ejecución Contractual

Artesanías de Colombia no presento, ni ha presentado durante la vigencia dificultades en la ejecución contractual.



### 1.1.5. Planta de personal y No. de contratistas.

Mediante los Decretos 2291 y 2302 del 21 de octubre de 2013 se definieron la estructura y la planta de empleos para Artesanías de Colombia S.A.; de acuerdo con el Decreto 2291 de 2013, la estructura de la entidad es la siguiente:

Junta directiva

1. Gerencia General

1.1. Oficina de Control Interno

1.2. Oficina Asesora de Planeación e Información

2. Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales

3. Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

4. Subgerencia Administrativa y Financiera

Según el Decreto 2302 del 21 de octubre de 2013, la planta de personal aprobada es de 89 empleos, clasificados así:

<b>Empleos Públicos:</b>	<b>8</b>
Gerente:	1
Subgerente:	3
Jefe de Oficina:	1
Jefe Control Interno:	1
Asesor:	2
<b>Trabajadores Oficiales:</b>	<b>81</b>
Especialista de Proyectos:	11
Coordinador:	6
Profesional de Gestión:	20
Profesional:	20
Técnico Operativo:	13
Técnico Administrativo:	10
Auxiliar Administrativo:	1
<b>Total</b>	<b>89</b>



Con corte al septiembre de 2020, no se presentaron vacancias en la planta de empleos de la entidad.

#### **1.1.6. Vinculación y Evaluación Meritocrática de Gerentes Públicos**

Durante la vigencia 2020 no se han presentado vacancias en los empleos de Libre Nombramiento y Remoción, por lo tanto, no se han realizado proceso de vinculación y evaluación de gerentes públicos.

### **1.2. ACCIONES EN EL MARCO DEL ACUERDO FINAL DE PAZ**

Para la vigencia 2020 y teniendo en cuenta las actuales circunstancias de Salud Pública que atraviesa el país con la presencia del Coronavirus COVID-19 y siguiendo los lineamientos del Gobierno Nacional, Artesanías de Colombia se vio en la obligación de cambiar su metodología de trabajo para lograr responder a las necesidades que están atravesando muchos artesanos del territorio nacional.

En este sentido y sabiendo que la entidad ha respondido desde el año 2018 con acciones que han ayudado a la implementación del Acuerdo Final, para esta vigencia se ha creado un plan de acción para realizar actividades en pro del sector artesanal en 15 municipios PDET (Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial) y 5 iniciativas PATR (Planes de Acción para la Transformación Regional) en el marco del proyecto de inversión “Fortalecimiento de la Actividad Artesanal, una Alternativa de Desarrollo Económico Local y Regional 2019-2023” y 3 resguardos indígenas localizados en municipios PDET, los cuales están siendo atendidos por el proyecto de inversión “Apoyo y Fomento a la Actividad Artesanal de las Comunidades o Grupos Étnicos, como Expresión de sus Economías Propias a Nivel Nacional”.

Para la selección de estos municipios e iniciativas, el equipo de la Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal realizó un diagnostico exhaustivo donde se tuvieron en cuenta criterios tales como, alta vocación artesanal, un número





considerable de artesanos para la atención, disponibilidad de recursos, acceso a territorio, entre otras.

Para este 2020 se destinaron \$439.659.635 para la atención de los 15 municipios PDET y las 5 iniciativas PATR y \$129.166.000 para la atención de los 3 resguardos indígenas.

Estos municipios han tenido la oportunidad de ser parte de las capacitaciones y talleres de los cinco (5) módulos que integran los proyectos regionales:

- Módulo de Diagnóstico Mixto y Caracterización
- Módulo de Desarrollo Humano y Social
- Módulo de Diseño
- Módulo de Producción
- Módulo de Comercialización y Emprendimiento

Hay que aclarar que por motivo de la emergencia Sanitaria que se presenta en este momento, todas las acciones realizadas se han hecho de manera virtual, mediante videoconferencias, showrooms, videos, llamadas, audios, etc.

Adicionalmente, la entidad ha trazado la estrategia “Artesano Estamos Contigo”, la cual tiene como propósito atender a la población artesana en seis (6) ejes fundamentales:

1. Atención de necesidades básicas
2. Promoción y comercialización de artesanías
3. Identificar nuevas capacidades para un nuevo escenario
4. Proveeduría de materias primas, herramientas y apoyo a procesos propios
5. Gestión para acceder a créditos
6. Reactivación del sector artesanal

Este plan incluye en una primera fase la Atención de necesidades de mínimos vitales y acompañamiento a través de TIC. En la segunda fase se vienen estableciendo acciones para el sostenimiento de la actividad artesanal a través de acciones encaminadas a



tramitar recursos para retomar los procesos productivos, establecer los protocolos de bioseguridad de acuerdo con la naturaleza del taller artesanal e iniciar la reactivación. La tercera fase se relaciona con la reactivación y estabilización del sector.

Dicho esto, a 30 de septiembre de 2020, los Laboratorios de Innovación y Diseño han atendido 272 artesanos, lo que corresponde al 66% de la meta total para esta vigencia y se han ejecutado \$300.674.718 correspondiente al 68% del presupuesto total asignado; esto en relación con los 15 municipios PDET y 5 iniciativas PATR.

En relación con la atención a los 3 resguardos indígenas, a 30 de septiembre se han atendido 54 artesanos y se han ejecutado \$91.751.756.

A continuación, se presentan, las principales acciones realizadas en cada uno de los municipios priorizados:

### **Fortalecimiento de la actividad artesanal, una alternativa de desarrollo económico local y regional 2019-2023”**

#### 1. Segovia (Antioquia) – Subregión Bajo Cauca y Nordeste Antioqueño

Artesanos atendidos: 45

Presupuesto ejecutado: \$16.423.172

Gracias a la alianza entre Artesanías de Colombia y la Fundación OCENSA, se han logrado desarrollar las siguientes acciones:

- Módulo Diseño
  - Taller de identidad
  - Taller de la identidad a la inspiración
  - Taller tendencias de joyería
  - Taller de fotografía
  - Taller de Conceptualización e ideación
  - Proceso de Diseño en joyería
  - Elementos del diseño aplicados a joyería
  - Diversificación de producto, línea y colección



- Módulo Producción
    - Taller de Pátinas, reactivas y no reactivas
  
  - Módulo Comercialización
    - Estrategias de precios (desde el valor)
    - Empaques y embalajes para joyería
2. Ataco (Tolima) - Subregión Sur del Tolima
- Artisanos atendidos: 5
- Presupuesto ejecutado: \$11.229.122
- Se han realizado las siguientes acciones:
- Módulo Desarrollo Humano y Social:
    - Caracterización componente social
    - Taller “Territorio vivo”
    - Taller “Georreferenciación”
    - Taller “Liderazgo”
    - Solidaridad e identidad
    - Ciclos territoriales “tiempo y territorio”
  - Módulo Producción
    - Conoce como hacer el protocolo de bioseguridad de tu unidad productiva
  - Módulo Diseño
    - Taller “Historia de tu artesanía ¡una aventura que debes contar!”
    - Taller “Mi casa, mi taller, mi bienestar”
    - Taller inspiración – paleta de colores
    - Taller Tendencias 2020
    - Taller tendencias - decoración en espacios interiores
    - Taller Suvenir
    - Taller tendencias en joyería
    - Taller tendencias en gemas para joyería
    - Taller moda y joyería



- Módulo Comercialización y Emprendimiento
  - Taller importancia del catalogo
  - Taller “Prepárese para el futuro y cualidades de liderazgo del emprendedor”
  - Taller “Estrategia promoción de ventas”
  - Entrevista con Edilson Tamigama ¿Cómo triunfar en las redes sociales?
  - Taller redes sociales – conoce, construye y consolida

Adicionalmente, se entregaron 500 gramos de plata Ley 999 y herramientas de joyería para la elaboración de sus piezas. En este momento se encuentran realizando los diseños para la colección 2020, los cuales cuentan con 6 referencias.

Así mismo, se realizó una reunión con los asociados de AJATA, con el fin de darles a conocer y explicar su situación actual frente a su constitución como Asociación frente a la Dian y a la Cámara de Comercio, para que tomen una decisión frente a su continuidad como asociados.

Frente a esto tuvieron una reunión interna donde decidieron liquidar la actual asociación y constituir una nueva, la intención es que de la mano de UAEOS, Artesanías de Colombia y la Alcaldía de Ataco realizarles el acompañamiento en esta nueva formación.

UAEOS plantea conformar una Cooperativa Cultural donde puedan, no solo estar incluidos los Artesanos del municipio, sino también todos los agentes culturales del mismo.

Se establecieron unos compromisos en la última reunión PDET, donde se debe suministrar los beneficiarios para la conformación de esta Asociación y Cooperativa

### 3. Ciénaga (Magdalena) – Subregión Sierra Nevada Perúá

Artesanos atendidos: 10

Presupuesto ejecutado: \$10.354.497

Se han realizado las siguientes acciones:



- Módulo Diseño
  - Taller “Diseño para la artesanía”
  - Taller de fotografía
  - Taller Diversificación
  - Taller Referente de catálogo
  - Co-diseño – tendencia y color
  - Taller “Inspiración a texturas”
  - Taller “Referentes Magdalena – Cultura material e inmaterial”
  - Taller Suvenir
  - Composición del y en el producto
  - Taller inspiración
  
- Módulo Comercialización
  - Taller costos y estrategia de precios
  - Taller “Discurso de venta y negociación”
  - Taller de plan de mercadeo
  - Taller “Prepárese para el futuro y cualidades del liderazgo emprendedor”
  - Estrategias de promoción, redes sociales y medios de pago
  - Taller virtual Finanzas Personales, módulo 2: Ingresos, gastos y presupuestos; módulo 3: El ahorro y el crédito; módulo 4: La inversión y el crecimiento de la unidad productiva.
  - Taller creación de redes sociales del grupo artesanal
  - Asesoría en discurso de ventas
  - Participación en la Copa Discurso de Ventas
  - Gestión y consecución de clientes a nivel local, regional y nacional.

4. Carmen de Bolívar (Bolívar) – Subregión Montes de María

Artisanos atendidos: 3

Presupuesto ejecutado: \$12.772.470

Se han realizado las siguientes acciones:



- Módulo Diseño
  - Taller de Texturas
  - Taller de Inspiración
  - Taller de Diversificación
  - Taller de Color
  - Diagnóstico de productos
  
- Módulo Comercialización
  - Taller “Estrategia de promoción”
  - Taller “Redes sociales”
  - Taller Finanzas personales: El ahorro y El crédito
  
- Módulo Desarrollo Humano y Social
  - Taller “Plan de vida Artesanal”

5. San Jacinto (Bolívar) – Subregión Montes de María

Artisanos atendidos: 53

Presupuesto ejecutado: \$12.772.455

Se han realizado las siguientes acciones:

- Módulo Desarrollo Humano y Social
  - Taller “Emociones artesanas”
  - Taller Georreferenciación
  - Taller “Territorios vivos”
  - Taller “Ciclos territoriales”
  - Asesoría puntual, guion discurso de venta
  
- Módulo Producción
  - Conoce como hacer el protocolo de bioseguridad de tu unidad productiva
  
- Módulo Diseño
  - Taller Texturas



- Taller Diversificación
- Taller Tendencias 2020
- Sensibilización al diseño
- Taller de Color
- Asesoría en fotografía y diseño de catalogo
- Asesoría en Diseño para propuestas de producto

- Módulo Comercialización

- Taller “Estrategia de promoción”
- Taller “Plan de mercadeo”
- Taller “Redes sociales”
- Taller “Comercio electrónico”
- Asesoría puntual, discurso de venta
- Asesoría puntual, redes sociales y market place
- Taller de costos y precios
- Finanzas personales: El ahorro y el crédito; La inversión y crecimiento de la unidad productiva; Planificación de la vida financiera
- Seguimiento participación en ferias.

6. Morroa (Sucre) – Subregión Montes de María

Artisanos atendidos: 31

Presupuesto ejecutado: \$17.777.681

Se han realizado las siguientes acciones:

- Módulo Desarrollo Humano y Social

- Taller “Liderazgo y autocuidado”
- Taller “Emociones artesanas”
- Taller “Territorios vivos”
- Taller “Ciclos territoriales”
- Asesoría puntual, guion Discurso de venta

- Módulo Producción



- Conoce como hacer el protocolo de bioseguridad de tu unidad productiva

- Módulo Diseño

- Taller “Tendencias”
- Taller “Colores”
- Taller Suvenir
- Taller “Composición sobre el producto artesanal”
- Taller “Diversificación”
- Taller de Degrade
- Taller de diseño e innovación de producto

- Módulo Comercialización

- Taller “Prepárese para el futuro y cualidades de liderazgo del emprendedor”
- Taller “Estrategia de promoción”
- Taller “Comercio electrónico”
- Taller “Plan de mercadeo”
- Taller “Redes sociales”
- Finanzas personales: Ingresos, gastos y presupuesto
- Asesoría puntual Costos y precios
- Asesoría puntual Discurso de venta

7. Colosó (Sucre) – Subregión Montes de María

Artesanos atendidos: 18

Presupuesto ejecutado: \$8.888.841

Se han realizados las siguientes acciones:

- Módulo Desarrollo Humano y Social

- Taller “Liderazgo y autocuidado”
- Taller “Emociones artesanas”
- Taller “Territorios vivos”
- Taller “Ciclos territoriales”





- Asesoría puntual, guion Discurso de venta
  - Módulo Producción
    - Conoce como hacer el protocolo de bioseguridad de tu unidad productiva
  - Módulo Diseño
    - Taller “Tendencias”
    - Taller “Colores”
    - Taller Suvenir
    - Taller “Composición sobre el producto artesanal”
    - Taller “Diversificación”
    - Taller de diseño e innovación de producto
  - Módulo Comercialización
    - Taller “Prepárese para el futuro y cualidades de liderazgo emprendedor”
    - Taller “Estrategia de promoción”
    - Taller “Comercio electrónico”
    - Taller “Plan de mercadeo”
    - Taller “Redes sociales”
    - Finanzas personales: Ingresos, gastos y presupuesto
    - Asesoría puntual Costos y precios
    - Asesoría puntual Discurso de venta
8. San Onofre (Sucre) – Subregión Montes de María
- Artisanos atendidos: 7
- Presupuesto ejecutado: \$8.888.841
- Se han realizado las siguientes acciones:
- Módulo Desarrollo Humano y Social
    - Taller “Liderazgo y autocuidado”
    - Taller “Emociones artesanas”
    - Taller “Territorios vivos”



- Taller “Ciclos territoriales”
- Módulo Producción
  - Conoce como hacer el protocolo de bioseguridad de tu unidad productiva
- Módulo Diseño
  - Taller “Tendencias”
  - Taller “Colores”
  - Taller Suvenir
  - Taller “Composición sobre el producto artesanal”
  - Taller “Diversificación”
- Módulo Comercialización
  - Taller “Prepárese para el futuro y cualidades de liderazgo emprendedor”
  - Taller “Estrategia de promoción”
  - Taller “Comercio electrónico”
  - Taller “Plan de mercadeo”
  - Taller “Redes sociales”

#### 9. Tumaco (Nariño) – Subregión Pacífico y Frontera Nariñense

Artisanos atendidos: 14

Presupuesto ejecutado: \$6.854.805

Se han realizado las siguientes actividades:

Mediante el programa nacional de moda y joyería se ha entregado materia prima (oro y plata) para realizar producción para las posibles ferias virtuales que se hagan. Se han realizado asesorías técnicas y diseño para productos de feria. Se han entregado herramientas para la elaboración de producto.

Se viene ejecutando proyecto de apoyo comercial en conjunto con Save the Children y la OIM



- Módulo Diseño
  - Taller volumen en filigrana
  - Taller, moldes para estandarización de piezas
  - Taller, uso correcto de herramientas, soldadura y calidad en piezas
  - Taller, relleno en filigrana zigzag – caracol abierto
  - Estructura creativa
  - Gestión del tiempo
  - Brief de diseño
  - Tendencias – creatividad
  - Puesta en escena
  - Taller de vitrinismo
  - Taller de fotografía, fondo de imagen

#### 10. Buenaventura (Valle del Cauca) – Subregión Pacífico Medio

Artisanos atendidos: 6

Presupuesto ejecutado: \$17.187.236

Se han realizado las siguientes acciones:

Apoyo en la postulación a las becas propuestas por Min Cultura al grupo de la Asociación Comunitaria de Ecomanglar en Bahía Málaga- Buenaventura con el proyecto "¿Te vendo una piangua? - Adecuación y dotación del sendero la Ruta de la Piangua y el centro Cultural de Artesanías en la comunidad de la Plata Bahía Málaga- Buenaventura" en la categoría de Proyectos de turismo cultural de grupos étnicos y comunidades campesinas.

#### 11. Patía (Cauca) – Subregión Alto Patía – Norte del Cauca

Artisanos atendidos: 5

Presupuesto ejecutado: \$32.017.123

Se han realizado las siguientes acciones:

- Módulo Desarrollo Humano y Social
  - Taller “Liderazgo y autocuidado”
- Módulo Diseño



- Taller tendencias – moda y artesanía
- Taller tendencias – hogar y decoración
- Taller “Caracterización del producto artesanal”
- Taller de fotografía
- Taller “Tendencias”
- Módulo Comercialización
  - Taller “Prepárese para el futuro y cualidades de liderazgo emprendedor”
  - Taller “Redes sociales”

## 12. Bojayá (Choco) – Subregión Choco

Artesanos atendidos: 33

Presupuesto ejecutado: \$21.002.397

Se han realizado las siguientes acciones:

- Módulo Diseño
  - Diagnostico e identificación del estado del oficio y de la técnica
  - Taller de experimentación técnica para el desarrollo de líneas hogar – decoración
  - Plan de mejoramiento
  - Decisiones de producto
  - Diseño e innovación de producto
  - Taller de referentes
  - Plan de mejoramiento – Decisiones de producto
- Módulo producción
  - Entrega de materia prima (chaquiras y telas)

## 13. Mocoa (Putumayo) – Subregión Putumayo

Artesanos atendidos: 38

Presupuesto ejecutado: \$23.309.888

Se han realizado las siguientes acciones:



- Módulo Diseño
  - Taller de fotografía
  - Taller “Creación directorio artesanal”
  - Conferencia moda y artesanías
  - Taller Suvenir
  - Taller de Color
  
- Módulo Comercialización
  - Taller, Nichos de mercado y estrategia de precios
  - Taller de costos
  - Taller, selección canales de distribución
  - Estrategia de promoción y manejo de clientes.

#### 14. Necoclí (Antioquia) – Subregión Urabá Antioqueño

Artesanos atendidos: 2

Presupuesto ejecutado: \$16.423.172

- Módulo Diseño
  - Taller “Tendencias”
  - Taller “Colores”
  - Taller Suvenir
  - Taller “Composición sobre el producto artesanal”
  - Taller “Diversificación”

#### 15. Milán (Caquetá) – Cuenca del Caguán y Piedemonte Caqueteño

Artesanos atendidos: 12

Presupuesto ejecutado: \$50.822.704

- Módulo Diseño

Seguimiento al desarrollo de prototipos, verificación y ajustes. Prototipo más avanzado – morral mundo Koreguaje, fue aprobado en comité de diseño nacional, se aprobó para



incluir en el plan de producción Expo artesano y Expo artesanías. Los prototipos de mochila de mano con asas circulares y los contenedores cusma, aún no están listos para definir un pre serie de producción. En parte debido a los retrasos que se generaron por las condiciones de salud del grupo.

- Módulo Comercialización

Asesoría Virtual: Costos y precios Expo artesano

Revisión y actualización de precios para feria Expo artesano

Con el apoyo del equipo de diseño se revisó la propuesta de plan de producción para la feria de Expo artesano 2020 teniendo en cuenta los lineamientos dados por ferias y las dinámicas logísticas para las ferias virtuales. En selección de producto se tuvieron en cuenta productos de fácil rotación comercial en vigencias anteriores.

Se compartió con el líder artesanal la ficha de productos y se realizaron ajustes post selección dado que el grupo artesanal se enfermó por posible covid y esto disminuyó su capacidad productiva, ajusta la primera versión disminuyendo algunas de las cantidades dado que el acuerdo de envío de producto era fecha máxima el 29 de septiembre para proyectar llegada a Medellín el 5 de Octubre, por estas condiciones se estima el envío ajustado de la producción en la primera semana de Octubre para dar alcance al evento.

**Apoyo y Fomento a la Actividad Artesanal de las Comunidades o Grupos Étnicos, como Expresión de sus Economías Propias a Nivel Nacional**

1. Resguardo Indígena KOREGUAJE (Florencia – Caquetá) – Cuenca del Caguán y Piedemonte Caqueteño  
Artesanos atendidos: 18
  - Tipo de atención: Integral desde los componentes de Diseño, Comercial y Socio organizativo.
  - Escenarios comerciales:
    - Postulación para participación en Marketplace.
    - Venta arte vivo: \$2.110.500



- Participación en evento comercial -Expo artesanías 2020
- Asesorías virtuales realizadas a septiembre
- Asesoría para el levantamiento de inventario
- Actualización Catalogo
- Socialización virtual plan de trabajo de los componentes de Diseño, comercial y socio organizativo.
- Socialización material pedagógica sobre manejo de emociones en cuarentena.
- Socialización de video de identidad parte 1- desde el componente de Diseño
- Socialización y asesoría de Video Identidad parte 2 y explicación de la actividad
- Video Manejo del color Parte 1 y parte 2- desde el componente de Diseño
- Guía para la creación de una paleta de color- Catalogo de Color.
- Asesoría en desarrollo de formas a partir de los referentes
- Asesoría social- construcción de historias y significados del color.
- Asesoría social con material pedagógico de liderazgo y solidaridad.
- Asesoría virtual comercial: Prepárese para el futuro.
- Asesoría virtual comercial: Finanzas personales.
- Asesoría social sobre fortalecimiento organizativo.
- Asesoría de diseño en desarrollo de producto.
- Asesoría conjunta comercial-social sobre discurso de ventas.
- Asesoría social sobre Metas y Objetivos Comunes - parte 1.
- Construcción de video para postulación a convocatoria Min cultura “Comparte lo que Somos”.
- Socialización colección 2020 y desarrollo de muestras.
- Asesoría virtual: Refuerzo discurso de ventas.
- Asesoría pedido arte vivo: Prototipo, tiempos y costos.
- Asesoría sobre desarrollo de producto.
- Actualización de catálogo de productos, lista de precios e inscripción a Market place.
- Asesoría virtual para Inventario de productos
- Asesoría planes de producción Market place y prototipos colección 2020.



2. Resguardo Indígena INUGA (Pueblo Bello – Cesar) – Sierra Nevada – Perúa

Artesanos atendidos: 17

- Tipo de atención: Integral desde los componentes de Diseño, Comercial y Socio organizativo.
- Escenarios comerciales:
  - Participación en evento comercial virtual: Expo artesanías 2020
  - Apoyo de compra ADC: \$720.000
- Asesorías virtuales realizadas a septiembre
  - Asesoría para el levantamiento de requerimientos de Materias primas y herramientas
  - Socialización virtual plan de trabajo comercial y autodiagnóstico
  - Asesoría virtual-construcción de cronograma de trabajo.
  - Asesoría social sobre Manejo de Emociones
  - Ejercicio de exploración de referentes
  - Asesoría y levantamiento información Materia prima en zona
  - Asesoría en diseño de Historia e Identidad Parte 2
  - Asesoría social de Metas y Objetivos Comunes
  - Asesoría Virtual: Desarrollo de Prototipos
  - Asesoría virtual: Discurso de ventas
  - Asesoría: Fortalecimiento organizativo
  - Diseño y Validación Producto Emblemático
  - Seguimiento taller de fortalecimiento organizativo: Misión y visión
  - Asesoría: Refuerzo a discurso de ventas
  - Asesoría: Transmisión de saberes, plan de trabajo.

3. Resguardo Indígena MAMPUJÁN (María La Baja – Bolívar) – Montes de María

Artesanos atendidos: 19

- Tipo de atención: Integral desde los componentes de Diseño, Comercial y Socio organizativo.
- Asesorías virtuales realizadas a Septiembre





- Socialización virtual del plan de trabajo Diseño y Autodiagnóstico
- Socialización virtual plan de trabajo comercial y autodiagnóstico
- Autodiagnóstico y Plan de trabajo Socio organizativo
- Socialización material pedagógico de manejo de emociones
- Asesoría de historia e identidad de producto
- Asesoría en manejo del color e identidad en el producto
- Asesoría en manejo del color
- Asesoría sobre rescate cultural a través del color
- Asesoría: inventario de producto
- Asesoría Comercial: discurso de ventas
- Asesoría Virtual Desarrollo Nuevos Productos
- Asesoría comercial -discurso de ventas
- Organización y fortalecimiento organizativo para proceso de Transmisión de Saberes con Mampuján
- Asesoría Desarrollo Líneas de Productos + Bases Textiles

## 2. TEMAS DE INTERÉS AL CIUDADANO

### 2.1. CLASIFICACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS

Durante el periodo enero a septiembre de 2020 se han gestionado y tramitado por medio del Sistema SGD - SADE, en total 398 PQRSD, clasificadas así:

ENERO	
PETICIONES	37
QUEJA	0
RECLAMO	0
SUGERENCIA	0
DENUNCIA	0
PETICION DE DOCUMENTOS Y DE INFORMACION	10
CONSULTA	0
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>

FEBRERO	
PETICIONES	36
QUEJA	0
RECLAMO	0
SUGERENCIA	0
DENUNCIA	0
PETICION DE DOCUMENTOS Y DE INFORMACION	7
CONSULTA	0
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>



MARZO	
PETICIONES	20
QUEJA	0
RECLAMO	1
SUGERENCIA	0
DENUNCIA	0
PETICION DE DOCUMENTOS Y DE INFORMACION	10
CONSULTA	0
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>

ABRIL	
PETICIONES	30
QUEJA	3
RECLAMO	0
SUGERENCIA	0
DENUNCIA	0
PETICION DE DOCUMENTOS Y DE INFORMACION	4
CONSULTA	0
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>

MAYO	
PETICIONES	22
QUEJA	1
RECLAMO	0
SUGERENCIA	0
DENUNCIA	0
PETICION DE DOCUMENTOS Y DE INFORMACION	8
CONSULTA	0
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>

JUNIO	
PETICIONES	28
QUEJA	0
RECLAMO	0
SUGERENCIA	0
DENUNCIA	0
PETICION DE DOCUMENTOS Y DE INFORMACION	8
CONSULTA	0
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>

JULIO	
PETICIONES	36
QUEJA	1
RECLAMO	0
SUGERENCIA	1
DENUNCIA	0
PETICION DE DOCUMENTOS Y DE INFORMACION	19
PETICION DE CONGRESO	1
CONSULTA	0
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>

AGOSTO	
PETICIONES	38
QUEJA	0
RECLAMO	0
SUGERENCIA	0
DENUNCIA	0
PETICION DE DOCUMENTOS Y DE INFORMACION	15
PETICION PRESENTADA POR ENTIDAD PUBLICA	1
PETICION PREENTADA POR SENADO / CAMARA DE REPRESENTANTES	1
CONSULTA	0
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>



SEPTIEMBRE	
PETICIONES	29
QUEJA	2
RECLAMO	0
SUGERENCIA	0
DENUNCIA	0
PETICION DE DOCUMENTOS Y DE INFORMACION	21
PETICION PRESENTADA POR ENTIDAD PUBLICA	8
PETICION PREENTADA POR SENADO / CAMARA DE REPRESENTANTES	0
CONSULTA	0
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>

Solicitudes trasladadas por no competencia 6

Solicitudes con negación de acceso a la información 0

Se realizó el análisis de los resultados del periodo, así:

El tiempo promedio de respuesta en la gestión y trámite es de 8 días.

## 2.2. MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Para Artesanías de Colombia S.A., la inclusión de sus grupos de interés y de la ciudadanía en general, en la formulación de planes y proyectos, así como en su seguimiento, es fundamental para el cumplimiento de su misión en un marco de transparencia y bajo el compromiso de fortalecer permanentemente las políticas de buen gobierno. Así mismo ha implementado diferentes actividades en el marco de la estrategia de participación ciudadana y rendición de cuentas, con el fin de dar alcance a los lineamientos definidos en la ley 1757 de 2015.

Es así que Artesanías de Colombia, alineado con este compromiso y la normatividad vigente, ha incluido en su planeación estratégica, actividades dirigidas a mejorar los mecanismos de Transparencia, participación y servicio al ciudadano, entre las cuales se



encuentran la formulación de la estrategia de participación ciudadana y la actualización del manual de participación y servicio al ciudadano, la carta de trato digno y el plan de acción que ha permitido implementar actividades en pro de mejorar el diálogo en doble vía y su seguimiento, para garantizar el cumplimiento de todos los compromisos que en esta materia se han adquirido.

Es así que se han establecido mecanismos y fortalecido actividades que han permitido conocer de primera mano las necesidades, opiniones, aportes, recomendaciones y demás frente a la formulación y a la ejecución de programas, planes y proyectos liderados por la entidad en pro de fortalecer la actividad artesanal.

Para esto se han establecido dos grandes mecanismos por medio de los cuales se espera operacionalizar la estrategia en las diferentes regiones del país, con acciones descentralizadas y a partir de diferentes perspectivas que permitan diagnosticar y definir las necesidades reales de clientes y beneficiarios.

Es importante aclarar, que por el nivel de importancia en la consecución de los logros institucionales esta estrategia está plenamente articulada con la planeación de la entidad y sus actividades se reflejan, adicionalmente en el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano.

### **Encuentros regionales**

Mecanismo creado para concretar alianzas y recursos de cofinanciación en las regiones. La Secretaría Técnica es liderada por los enlaces regionales. En los encuentros se identifican los actores claves para transferir el conocimiento y se formaron diferentes actores para la ejecución de proyectos regionales con énfasis en la actividad artesanal.

Este mecanismo se ha convertido, además, en la estrategia principal de participación ciudadana y rendición de cuentas en las regiones, pues permite, como parte del ejercicio, un diálogo de doble vía con los diferentes actores de la actividad artesanal y las partes interesadas de la entidad. Como resultado de los mismos se logra identificar necesidades puntuales a ejecutar a través de los proyectos regionales, se informa sobre los resultados



de la gestión a nivel nacional y del departamento correspondiente. Estos encuentros han permitido a la entidad mostrar los resultados del trabajo de los artesanos vinculados a los Laboratorios de Innovación y Diseño y presentar la Planeación Estratégica de cara al presente periodo de Gobierno donde la apuesta por fortalecer la economía naranja representa una gran oportunidad para el sector artesanal.

Para la vigencia 2020, se espera realizar 6 encuentros regionales (uno por región), a partir del mes de noviembre, con el fin de informar sobre los principales resultados de la gestión de la entidad, a nivel nacional y más específicamente en esa región, incluyendo la especificidad de acciones en el marco del proceso de estabilización de la paz. Los encuentros, adicionalmente incluyen un espacio de diálogo en el que se espera recoger las principales inquietudes e identificar las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de valor participantes, en el marco de la contingencia y todas aquellas relacionadas con el quehacer misional.

### **Portal web**

Este canal es la principal fuente de información en tiempo real de la gestión institucional. Permite a la ciudadanía conocer a la entidad y encontrar la información que necesiten sin salir del mismo.

El portal de Artesanías de Colombia, busca garantizar tres (3) pilares: la información de la entidad, incluyendo la mínima a publicar de acuerdo a la Ley 1712 y toda aquella que permita actualizar a la ciudadanía sobre la gestión institucional.

Accesibilidad, se busca que cada vez sea mayor el uso del mismo, especialmente de los grupos de interés, como un canal para acceder a información sobre servicios y resultados de la ejecución de proyectos y programas.

Y por último busca fortalecer la participación, por medio de e-mail, foros, chat, contáctenos etc, que han permitido recibir la percepción de la entidad, no solo sobre la información allí publicada sino también sobre aspectos de la gestión institucional.

Con el fin de contar con la participación de la ciudadanía en la formulación de planes



institucionales, cada vez que se formula o actualiza un plan, este es publicado y paralelamente se abre un espacio que permita conocer la retroalimentación de los mismos.

Este informe hace parte de los mecanismos de rendición de cuentas, el mismo será publicado en el portal web, para conocimiento de la ciudadanía y en espera de ser retroalimentado por los diferentes grupos de valor.