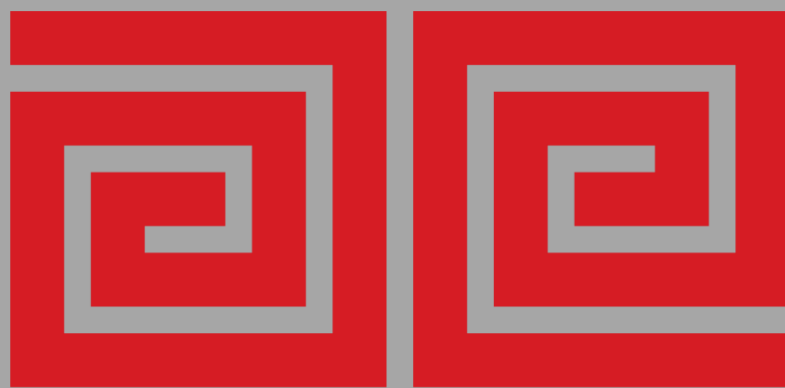




El progreso
es de todos

Mincomercio



artesánías de colombia

INFORME RENDICIÓN DE CUENTAS

2021

Noviembre de 2021

Versión 1



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL Y MODELO DE OPERACIÓN	6
1. MÍNIMOS INSTITUCIONALES.....	13
1.1. METAS Y LOGROS DE LA ENTIDAD	14
1.1.1. Metas del Plan Nacional de Desarrollo (PND) que debe ejecutar la entidad	14
1.1.2. Metas de la planeación estratégica sectorial atendidas por la Entidad	17
1.1.3. Metas y resultados de la gestión frente a la planeación estratégica institucional ..	37
1.1.3.1. Situación que se encontró al inicio del periodo (2020)	37
1.1.3.2. Avances en la gestión 2021.....	52
1.1.4. Estado de los contratos en relación con el cumplimiento de las metas.....	208
1.1.4.1. Principales dificultades en la ejecución contractual	213
1.1.5. Planta de personal y número de contratistas.....	213
1.1.6. Vinculación y evaluación meritocrática de gerentes públicos	215
1.2. ACCIONES EN EL MARCO DEL ACUERDO FINAL DE PAZ	215
2. TEMAS DE INTERÉS AL CIUDADANO	242
2.1. CLASIFICACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS.....	242
2.2. MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA.....	246



INTRODUCCIÓN

Para Artesanías de Colombia, como para el mundo entero, 2021 ha sido un año de grandes retos encaminados a reactivar la economía, y aun en la incertidumbre que ha generado la situación actual, continuar gestionando acciones que permitan que la misionalidad se mantenga y la oferta institucional continúe beneficiando a muchos más, todo enfocado a mantener más vigente que nunca 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 con un enfoque orientado a responder a los nuevos derroteros que en el marco de la reactivación sean tenido 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 2021, 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 han estado enfrentando desde 2020.

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 iniciativas puntuales que hacen parte del Plan de Acción para la Transformación Regional – PATR; todo esto ha continuado en 2021 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 2021, 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 Artesanías de Colombia 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 2021 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, que fueron realizadas en el segundo semestre de 2022 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 2021, 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: Cumplir 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

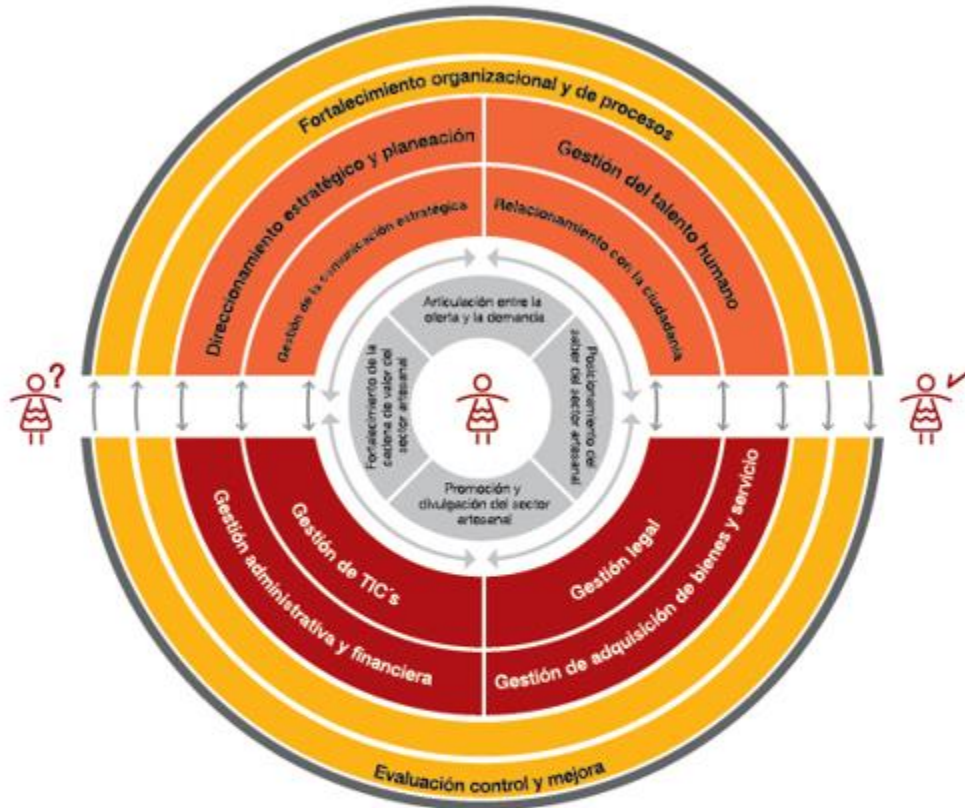
ENFOQUE BASADO EN PROCESOS

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.

Basado en lo anterior, lo establecido en el artículo 17 de la Ley 2052 de 2020 y el interés de la entidad por mejorar el relacionamiento con la ciudadanía, durante el año en curso fue actualizado el modelo de operación con la inclusión de un nuevo proceso, de nivel estratégico denominado “Relacionamiento con la ciudadanía”.

Este proceso busca “formular y gestionar estrategias que permitan fortalecer la interacción con los grupos de valor y la ciudadanía, optimizando el acceso a la oferta institucional de acuerdo a sus necesidades y expectativas y al ejercicio efectivo de los derechos fundamentales” Este ajuste fue aprobado mediante Resolución 325 del 25 de agosto de 2021.



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.

Como parte de ese nuevo proceso creado, en 2022 se llevó a cabo la actualización del portafolio de servicios y adicionalmente se realizó la traducción del brochur y de la carta de trato digno, en 4 lenguas indígenas, lo cual se encuentra publicado en el portal web de la entidad.



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, con su actualización, son:

1. Asesoría y Asistencia Técnica:

Acompañamos en el desarrollo y fortalecimiento de capacidades de las personas artesanas, organizaciones y otros actores vinculados a la cadena de valor de la actividad artesanal, a través de:

Charlas, conversatorios, talleres, seminarios y asesorías puntuales empleando medios virtuales y presenciales.

Este servicio se origina en la formulación y el desarrollo de programas y proyectos que se ajustan a las necesidades identificadas con las diferentes unidades productivas y comunidades de artesanos.

Módulos de Asesoría y Asistencia Técnica:

- Información y caracterización del sector
- Desarrollo humano y socio organizativo
- Producción y calidad
- Comercialización y emprendimiento
- Asesoría para el uso efectivo de las herramientas de Propiedad Intelectual.

Programas de Asesoría y Asistencia Técnica:

- Fortalecimiento de la Actividad Artesanal
- Atención a Población Víctima y Vulnerable
- *Atención a Población Étnica*

2. Innovación y Diseño de Producto

Acompañamos a las personas artesanas en la preservación de los oficios, diseñando y desarrollando productos y servicios innovadores, que exaltan la técnica, respetan la tradición y responden a los requerimientos del mercado, a través de:



Charlas, conversatorios, talleres, seminarios y asesorías puntuales empleando medios virtuales y presenciales.

Contamos con un equipo interdisciplinario experto en el sector artesanal para el desarrollo participativo de:

- Diagnósticos especializados en diseño
- Plan de acción específico para cada comunidad
- Implementación de metodología de Codiseño
- Desarrollo de propuestas de diseño
- Desarrollo de piezas gráficas para la promoción y divulgación
- Elaboración de muestras y prototipos para test de mercado

4. Unidad de formación para el trabajo y el desarrollo humano

Desarrollamos integralmente los conocimientos y capacidades del ser y del hacer generando una alternativa de vida desde las técnicas y oficios artesanales.

Técnico Laboral por Competencias en Joyería

Requisitos:

- Mayor de edad
- Mínimo: noveno grado de formación (Educación básica)
- Afiliación al sistema de salud

Formación Complementaria:

- Cursos cortos virtuales y presenciales
- Cursos en Alianza con el SENA
- Certificación integral en normas de competencias laborales – SENA

5. Generación de Oportunidades Comerciales

Facilitamos oportunidades comerciales para incrementar los ingresos de los artesanos colombianos en espacios como:



- Ferias organizadas
- Ferias regionales
- Canales digitales
- Tiendas de promoción
- Ventas institucionales
- Ruedas de negocios

5. Promoción

Promovemos y divulgamos los saberes y creaciones de los artesanos colombianos en diferentes espacios de exhibición, tales como:

- Eventos
- Talleres de demostración de oficio
- Encuentro de saberes

6. Información

Brindamos información sobre la actividad artesanal a través de:

Centro de documentación para la artesanía CENDAR:

- Catálogo Bibliográfico:
Contiene material físico bibliográfico general, que de manera lógica, rápida y sencilla permite a los usuarios localizar un autor, un título o un tema determinado, de acuerdo a su perfil de interés.
<https://catalogo.artesantiasdecolombia.com.co>
- Biblioteca virtual
Herramienta de acceso abierto que contiene la colección digital institucional, su finalidad es divulgar la producción intelectual de Artesanías de Colombia. Proporciona diferentes maneras de realizar consultas, logrando una interacción fácil entre el usuario y la Biblioteca.
<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/>

Sistema de información para la artesanía SIART:



- Portal Web
<https://artesantiasdecolombia.com.co>
- Redes Sociales
Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, artesantiasdecolombia.tv

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 2021, se han fortalecido 33 laboratorios de innovación y diseño logrando la atención de 7.121 beneficiarios en 441 municipios. De acuerdo con los indicadores de atención, por parte de Laboratorios a septiembre el 79% de los beneficiarios atendidos son mujeres, 28% de los beneficiarios son indígenas, el 3,3% son de la comunidad NARP y el 68,6% son artesanos campesinos, contemporáneos u otros. El 47,97% de los beneficiarios fueron atendidos en el módulo de comercialización, el 41,4% en el de Desarrollo Humano, el 14% en el de producción, el 71% en el de diseño e innovación. El 25,6% en temas de emprendimiento.

Se atendieron 4.590 nuevos artesanos. Se han facilitado al mes de septiembre negocios por \$ 287.360.603. Al mes de septiembre se impartieron 131 videos conferencias y talleres, 1416 asesorías virtuales y de seguimiento, 35 capsulas y 35 catálogos correspondientes al módulo de diseño. 19 talleres y 11 asesorías puntuales del módulo de Desarrollo humano y 122 talleres del módulo de comercialización. Se encuentran en ejecución 31 proyectos regionales.

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. Es así que al se han consolidado 10 (diez) alianzas regionales y se han firmado 5 convenios y 13 alianzas sin recursos.

En el marco de los laboratorios se ha continuado el trabajo de caracterización de grupos artesanales con enfoque territorial. En 2021 el equipo de Desarrollo Humano y SIEAA han adelantado actividades orientadas a levantar el diagnóstico mixto de las regiones, al corte logrando a septiembre consolidar 28 diagnósticos cualitativos.

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 articulaciones e incluso otras con las que se han logrado acercamientos.

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: Artesanías de Colombia durante el año 2021 ha asistido, acompañado y aportado en las reuniones convocadas por el Ministerio de Cultura (Mesa de inspiración- Economía Naranja) y Comercio, Industria y Turismo-DNP (CNPES Propiedad Intelectual) para acordar avances frente al compromiso suscrito.

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

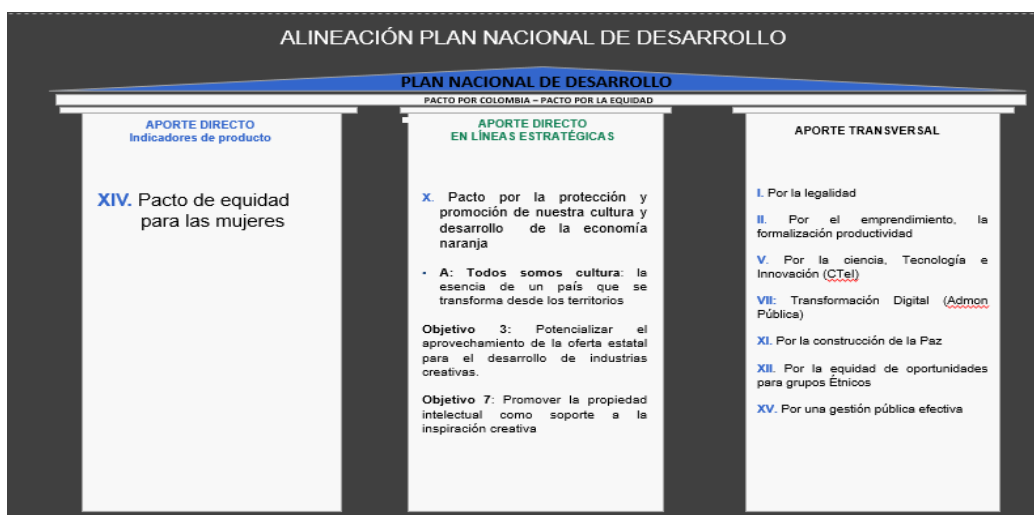


mujeres cada año a partir de 2020.

Al mes de septiembre teniendo en cuenta la contingencia de la pandemia COVID 19 desde el programa se está realizando un contacto, seguimiento y atención de las comunidades y personas artesanas por vía telefónica, medios virtuales y a través de la implementación de la metodología de asistencia técnica a distancia APV. Se han adelantado acciones con 606 mujeres entre los meses de enero a septiembre de 2021 en los departamentos de Cesar, Magdalena, Bolívar, Córdoba, Antioquia, 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



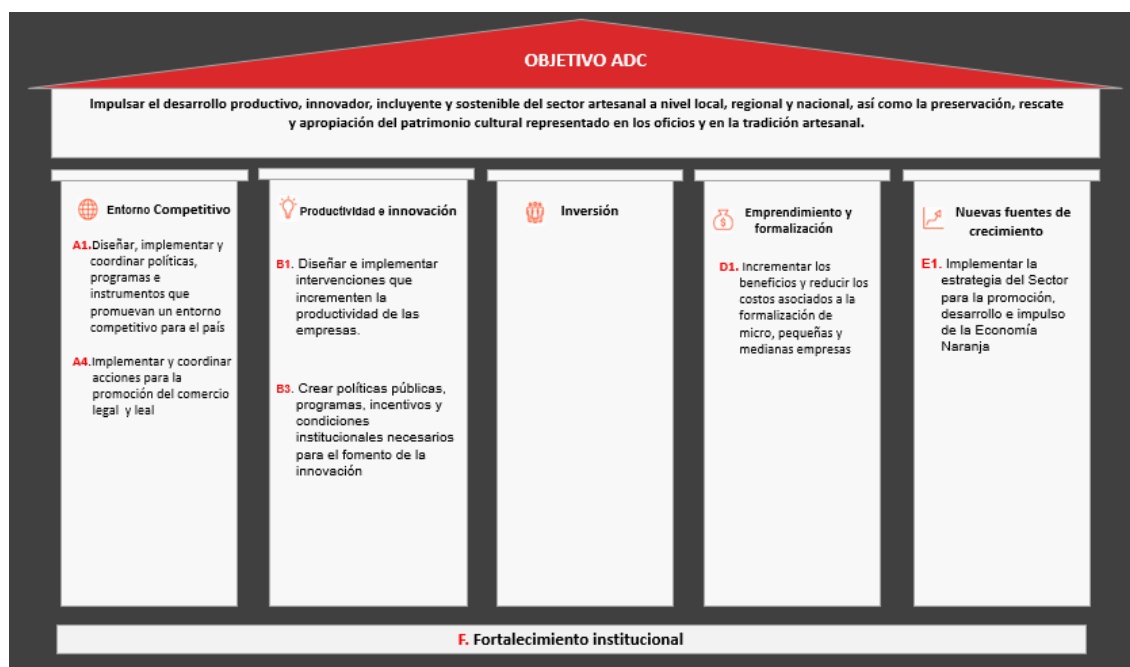
Avances 2021 frente al plan sectorial

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 2021: 1 acuerdo

Avance 2021: Para dar inicio a esta actividad se realizó una identificación de talleres y unidades productivas que han sido beneficiarios de los proyectos y programas de la Entidad, que se encuentran certificadas dentro del Portafolio Nacional de Negocios Verdes y Corporaciones Autónomas Regionales, así como de otros posibles grupos artesanales con oportunidades productivas, que pudieran enmarcarse dentro del Plan Nacional de Negocios Verdes, el Plan Nacional de Desarrollo y la Ley de Emprendimiento, con el fin de gestionar un acuerdo con los entes gubernamentales del orden nacional y/o regional para apoyar su fortalecimiento productivo.



En el marco de este ejercicio fueron priorizados los grupos artesanales con mayor potencial productivo y se estableció la agenda de trabajo con las Corporaciones Autónomas Regionales: Corpoboyacá, Cardique, CRQ y CVS, con el fin de establecer un plan de trabajo para avanzar en procesos de legalidad de materias primas y negocios verdes.

De acuerdo a la estrategia de Negocios Verdes de Artesanías de Colombia, se desarrollaron diferentes mesas de trabajo con las Ventanillas de Negocios Verdes de las Corporaciones Autónomas Regionales del Valle del Cauca-CVC, Codechoco, Corpocaldas, Corporación del Alto Magdalena –CAM y CARDIQUE que permitieron identificar los requisitos y procesos de obtención de aval como negocios verdes. A partir de las reuniones sostenidas se identificaron 14 grupos artesanales con potenciales para postulación.

Como parte de la gestión de 2021 se logró la publicación por parte del Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible del Decreto 690 del 24 de junio de 2021 relacionado con el manejo sostenible de la flora silvestre y los productos forestales no maderables, que hará parte integral del Decreto Único Reglamentario 1076 de 2015, que consigue elementos diferenciales para la aplicación de la normatividad a pequeños proveedores de materias primas provenientes de flora silvestre.

Por otro lado, de acuerdo a la estrategia de Negocios Verdes de Artesanías de Colombia se desarrolló mesa de trabajo con las Ventanilla de Negocios Verdes de la Corporación para el Desarrollo Sostenible del Área de Manejo Especial La Macarena – CORMACARENA con el fin de identificar los requisitos y proceso de obtención de aval como negocios verdes. Se identifica que un grupo artesanal, actualmente beneficiario del Laboratorio de Innovación y Diseño, ya hace parte del proceso de negocios verdes con Cormacarena, por lo cual se solicita el plan de mejora para apoyar el proceso de obtención de aval.

Adicionalmente se desarrollaron mesas de trabajo con las Ventanilla de Negocios Verdes de la Corporación Autónoma Regional de Risaralda CARDER, Corporación Autónoma



Regional de Cundinamarca CAR y la Secretaria Distrital de Ambiente SDA, con el fin de identificar los requisitos, el proceso de obtención de aval y portafolios de negocios verdes. Asimismo, con CARDER, CRQ y CAR se revisan los avances obtenidos por las Corporación en temas de legalidad y los requisitos en el aprovechamiento y transporte de bejucos, enea y junco.

Se realiza jornada de socialización de Negocios Verdes llevada a cabo por CARDIQUE, dirigida a los artesanos del departamento de Bolívar, con el objeto de explicar claramente los requisitos, compromisos y beneficios del proceso de obtención de aval. Se identifican 9 grupos con potencial para postulación a negocios verdes y 2 grupos que ya están en el proceso con plan de mejora.

Fue desarrollada mesa de trabajo con Profesional del Sector Artesanal y Mueblería del Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente DAGMA de Cali para revisión de normatividad aplicable al aprovechamiento y comercialización de productos forestales maderables y no maderables. Asimismo, con la CAR se realizan dos mesas de trabajo, la primera de ellas con el fin de socializar el programa de negocios verdes con las unidades productivas priorizadas para inscripción a la Ventanilla en el departamento y la segunda con las artesanas que hacen parte de la ventanilla para acordar el plan de acción a implementar para la solicitud de permisos de aprovechamiento de junco y enea en el municipio de Fúquene, todo esto con el apoyo de la Corporación.

Como resultado de la gestión se concretan acuerdos para la inscripción y fortalecimiento de planes de mejora de negocios verdes con 9 Corporaciones Autónomas Regionales:
CARDIQUE: 9 Unidades Productivas postuladas a negocios verdes.

CAR: 5 unidades productivas en proceso de postulación

CORPOBOYACÁ: 4 grupos artesanales postulados. 1 grupo pasa a proceso de obtención de aval de negocios verdes

CAM: 2 Unidades Productivas postuladas a negocios verdes. 2 planes de mejora revisados, en proceso de fortalecimiento

CVC: 1 Unidad Productiva postulada a negocios verdes. 2 planes de mejora revisados, en proceso de fortalecimiento



CVS: 4 Unidades Productivas postuladas a negocios verdes.

CARSUCRE: 2 Planes de mejora revisados, en proceso de fortalecimiento

CRA: 3 Unidades Productivas postuladas a negocios verdes.

CORPOCALDAS: 3 Unidades productivas postuladas a negocios verdes. 2 planes de Mejora revisados, en proceso de fortalecimiento.

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 2021: 1 acción.

Avance 2021: La acción a continuar trabajando durante la vigencia es la de elaborar e implementar la estrategia para la obtención de permisos de aprovechamiento de materias primas que faciliten la comercialización de las artesanías priorizadas.

Es así que se formuló el plan de acción para la vigencia a partir de la priorización de iniciativas a implementar de acuerdo a las necesidades identificadas, orientadas al manejo adecuado de las materias primas, con el fin de promover el comercio legal y leal de las artesanías en Colombia.

De acuerdo con el plan formulado se destacan, entre otras, acciones como:

Documentación de la cadena productiva de la especie *Attalea butyracea* conocida como "palma real" donde se presenta: Identificación de las materias primas y cadena de proveeduría, caracterización de los primeros eslabones, proceso general de preparación de materias primas, problemática percibida frente al aprovisionamiento de materia prima y sostenibilidad de la actividad, así mismo, se incluye la propuesta de una estrategia de repoblamiento de la especie en el municipio de El Guamo.

Se logró la Identificación y actualización del marco normativo para el aprovechamiento sostenible de la palma real (*Attalea butyracea*) por parte de la Corporación Autónoma Regional de Tolima (Cortolima).



Se realizó acompañamiento para la consolidación y radicación ante la Corporación Autónoma Regional de Boyacá-CORPOBOYACÁ de la documentación requerida para la solicitud de permiso de aprovechamiento de esparto (*Juncus ramboi*) en el municipio de Sativanorte, que incluyó la determinación del área de aprovechamiento y el diligenciamiento de los formatos de solicitud de permiso de aprovechamiento y de declaración de costos y la revisión de la documentación que soporta la tenencia de la tierra.

Apoyo en el proceso de seguimiento a la solicitud de trámite de aprovechamiento de paja blanca (*Calamagrostis effusa*), realizado por una artesana en el municipio de Tibaná - Boyacá, radicado ante la Corporación Autónoma de Chivor CORPOCHIVOR en el año 2019. Se realiza acompañamiento en la elaboración del derecho de petición y consolidación de soportes presentados en la apertura del trámite ambiental.

Acompañamiento y consolidación de documentos incluyendo los relacionados con tenencia de tierra y documentación personal de 2 productores de materia prima de iraca en San Juan de Nepomuceno para la solicitud de usuario y contraseña en la plataforma Vital de la Corporación Autónoma Regional Cardique, para dar inicio a trámite de permiso de aprovechamiento de iraca.

Acompañamiento en la Radicación de solicitud de autoliquidación de permiso de aprovechamiento de dos productores de materia prima de iraca en San Juan de Nepomuceno, requisito solicitado por Cardique para dar inicio a apertura de expediente para solicitud de permiso de aprovechamiento de iraca.

Acompañamiento en la consolidación y radicación ante la Corporación Autónoma Regional de Boyacá-CORPOBOYACÁ de la documentación requerida para la solicitud de permiso de aprovechamiento de esparto (*Juncus ramboi*) y paja blanca (*Calamagrostis effusa*) en el municipio de Sativanorte, que incluyó la determinación del área de aprovechamiento y el diligenciamiento de los formatos de solicitud de permiso de aprovechamiento y de declaración de costos y la revisión de la documentación que soporta la tenencia de la tierra.



Se consolidan y radican 6 solicitudes de permiso de aprovechamiento de Iraca ante la Corporación Autónoma Regional CARDIQUE, 2 de ellas con pago de trámite de visita de evaluación. Todas las solicitudes están a la espera de trámite por parte de la Corporación.

Se lleva a cabo asistencia técnica a artesano para solicitud de registro de cultivo de la especie *Muhlenbergia capillaris*, establecida en un predio de su propiedad, empleada en el oficio de cestería en fique, en la Vereda La Palma, Finca La Alquería, municipio de Guacamayas, ante la Corporación Autónoma Regional de Boyacá.

Se realiza asistencia técnica a artesano para aclaración de pago por concepto de servicios de evaluación del trámite ambiental para permiso de aprovechamiento de esparto y paja blanca ante la Corporación Autónoma Regional de Boyacá-CORPOBOYACÁ con el fin de avanzar en temas de legalidad y beneficiarse de las ventajas otorgadas por la Corporación por poseer el aval como negocio verde. Corpoboyacá anuncia el inicio del trámite ambiental.

Como parte de la acción propuesta para la vigencia se realiza proceso de implementación de buenas prácticas ambientales orientadas al manejo sostenible de una materia prima utilizada en la artesanía, para esto se llevaron a cabo acciones como:

Avance en la implementación 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 tres predios beneficiarios del proyecto interesados en establecer pilotos de siembra de palma iraca.
- Establecimiento de 33 plántulas en el municipio de San Juan de Nepomuceno, Bolívar y en predio de colector en el municipio de Colosó, Sucre con siembra de 10 individuos.
- Implementación de talleres de buenas prácticas en siembra, incluyendo temáticas



relacionadas con el trazado y establecimiento de los individuos de iraca en predios del municipio de San Juan de Nepomuceno, Bolívar.

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:

- Establecimiento de aproximadamente de 2Ha de iraca, con fines de protección de rondas de cursos de agua, estabilización de suelos y áreas protectoras - productoras, como parte de un acuerdo de sostenibilidad del Bosque Seco Tropical, en 5 predios de dueños que hacen parte del proyecto.
- Entrega de materiales y herramientas para cercado de predios a 20 beneficiarios del proyecto, con fines de conservación.

Por otro lado, se llevaron acabo actividades orientadas a publicar material pedagógico para promover el comercio legal de las materias primas empleadas en el sector artesanal y el diseño de herramienta de identificación en campo para especies maderables usadas en la elaboración de artesanías y de aquellas que tienen potencial de uso en la producción artesanal.

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

Indicador de la entidad: Unidades productivas fortalecidas

Meta 2021: 200

Avance 2021: En el marco de la estrategia nacional de mejoramiento técnico productivo orientado a fortalecer unidades productivas y comunidades artesanales, se trabajó en la priorización de las unidades productivas y grupos artesanales que iniciaron y continuaron con la capacitación y asistencia técnica para el mejoramiento de procesos productivos, se destacan resultados como:

1. Asistencia y acompañamiento técnico a los grupos artesanales Antoartezenu y Asoproarsam localizados en el departamento de Sucre y Artefique y Artesanías PIN ubicados en el departamento de Huila, en la revisión de las acciones a fortalecer



contempladas en los planes de mejora emitidos por las Ventanillas de Negocios Verdes de CARSUCRE y CAM, con el apoyo de los equipos regionales del departamento de Sucre y Huila , en lo concerniente a planes de manejo ambiental, implementación de buenas prácticas ambientales y estrategias de comercialización.

2. Inscripción de 3 unidades productivas artesanales priorizadas para iniciar proceso de obtención de aval de negocios verdes ante la Corporación Autónoma Regional de Caldas CORPOCALDAS.
3. En el marco de la implementación de la estrategia nacional de mejoramiento productivo:

Oficio trabajo en madera

- En el departamento de Atlántico continúa el ciclo de capacitación técnica vía remota con el desarrollo de las jornadas de capacitación en las temáticas de burilado en totumo, embalado y empaque de producto en madera.
- En el marco del Programa de Expedición Orinoco se inicia ciclo de capacitación técnica vía remota con las temáticas de generalidades de la madera, preservación, secado de la madera que incluye prácticas artesanales y condiciones básicas de un taller y fabricación de un banco de trabajo.
- Se imparten las 7 asistencias técnicas puntuales especializadas vía remota a 7 artesanos de los departamentos de Casanare (3), Huila (1), Córdoba (1), Atlántico (1), Quindío (1), en procesos de aplicación de productos base agua de bajo impacto ambiental.
- Entrega de insumos de acabados base agua a artesanos de los departamentos de Atlántico, Tolima, Orinoquia y Córdoba, Orinoquía, con el fin de hacer pruebas en producto artesanal, darlos a conocer y promocionar su uso, conforme a los resultados obtenidos.
- Se inicia curso corto técnica talla en madera con intensidad de 32 horas, contando con la participación de 4 artesanos de Bogotá.

Oficio en el trabajo de cuero

- Se inicia curso corto para el fortalecimiento del proceso de modelado en el oficio de trabajo en cuero con intensidad de 20 horas, contando con la participación de 4 artesanos de Bogotá



A septiembre se han atendido 169 unidades productivas a partir de las capacitaciones y asistencia técnicas para el mejoramiento de procesos técnicos y productivos, llevadas a cabo en las diferentes regiones del país, en las temáticas de acceso legal de materias primas, implementación en buenas prácticas ambientales y cumplimiento normativo, implementaciones buenas prácticas de aprovechamiento y repoblamiento y mejoramiento técnico.

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 2021: 475 Talleres

Avance 2021: Finalizado el proceso de convocatoria para atención integral de grupos, comunidades o asociaciones artesanales en la cual se inscribieron 2207 líderes artesanos que representan aproximadamente 5481 artesanos de 32 Departamentos y Bogotá, se dio inicio al proceso de evaluación de las bases de datos con los diferentes equipos regionales.

Este proceso se realizó a través de un formulario cuyo diligenciamiento fue de manera virtual, se desarrolló la estrategia de intervención para el año 2021 y a partir del mes de marzo se realizó la evaluación de los grupos y se estableció el cronograma de actividades donde fueron incluidos los talleres de emprendimiento y formalización en los 23 departamentos priorizados más Bogotá.

Desde el mes de abril los equipos regionales de los laboratorios de innovación y diseño y los programas especiales han venido elaborando planes de acción relacionados con las capacitaciones y asistencias técnicas basadas en contenidos digitales. En lo que va del año se han dictado 2.281 talleres de comercialización y 327 talleres de emprendimiento, a aproximadamente a 5.938 artesanos beneficiados, lo que corresponde a una atención del 47% de beneficiarios en temas de comercialización y un 26% en temas de emprendimiento.

B3. Crear políticas públicas, programas, incentivos y condiciones institucionales



necesarios para el fomento de la innovación

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

Meta 2021: 33 Laboratorios fortalecidos

Avance 2021: 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 2021.

En el desarrollo del documento se presentarán los resultados de esta estrategia, la cual es sombrilla para el desarrollo de los diferentes programas y proyectos por medio de los cuales se ejecuta la oferta institucional.

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 2021: 700 Productos

Avance 2021: 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 al mes de septiembre, con el equipo regional se realizó un total de 49 video conferencias y/o talleres, 1.479 asesorías virtuales de seguimiento a actividades de diseño, 18 cápsulas, cartillas y presentaciones con contenido pedagógico de diseño, 13 catálogos de producto y 115 diseños de material para comunicaciones de las diferentes actividades en las regiones. Como resultado principal, al corte se han adelantado 797 referencias de producto artesanal nuevas, resultado que se evidenciará al cierre de la vigencia

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 2021: 5 iniciativas



Avance 2021: 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.

B3. Crear políticas públicas, programas, incentivos y condiciones institucionales necesarios para el fomento de la innovación

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

Meta 2021: 120 signos distintivos

Avance 2021: A 30 de septiembre se han realizado 17 radicaciones de trámites (15 registros de marca y 2 de derecho de autor). Para un total de 85 en lo corrido de la vigencia.

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 2021: 40 jornadas

Avance 2021: En lo corrido de la vigencia se han adelantado un total de 36 jornadas y se han inscrito un total de 112 artesanos interesados adicionales en los servicios del programa.

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

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



Meta 2021: 904 artesanos

Avance 2021: Se participa con 428 artesanos, 196 por participación en las siguientes ferias: Mercartesano realizada en la ciudad de Pasto; feria origen de mi Tolima, realizada en Ibagué; feria Heroica Open, realizada en la ciudad de Cartagena; feria Mercartesano mujer, realizada en la ciudad de Pasto; feria Chagrarte, realizada en Leticia, feria Anato, realizada en Bogotá, feria World Coffe fair, realizada en el Cauca; feria La Plata Huila; feria a Ibagué la reactivamos todos; Día del sombrero Tolimense; feria artesanal conmemoración cumpleaños de Córdoba, Feria Tapiz Artesanal Cauca, Feria Tapiz Artesanal Cauca, XXXIII Festival Confraternidad Amazónica, Feria Plaza Emprende Mall Plaza Cartagena, II Feria de Moda y Artesanías El Caraño Quibdó Choco, Feria Nativo, Siempre Santander, Ibagué Festival, Festival Nacional Autóctono de Gaitas de San Jacinto, Feria Tapiz Artesanal Ipiales, Feria Mall Plaza Manizales, Feria Mall Plaza Bogotá, Feria Mall Plaza Barranquilla, Feria Mall Plaza Cartagena, se realizaron en simultánea, Feria Pereira Artesanal realizada en Victoria CC, Mercado Artesanal Claustro de las Aguas, Feria Tapiz Artesanal Ipiales, Feria del Hogar, Feria Memorias, Feria Ganadera, Feria Tuluá y el Marketplace Artesanal y 232 artesanos beneficiados con negocios facilitados.

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 2021: 26 eventos

Avance 2021: se avanza en esta estrategia con la participación en 32 ferias regionales: Mercartesano realizada en la ciudad de Pasto; feria origen de mi Tolima, realizada en Ibagué; feria Heroica Open, realizada en la ciudad de Cartagena; feria Mercartesano mujer, realizada en la ciudad de Pasto; feria Chagrarte, realizada en Leticia, feria Anato, realizada en Bogotá, feria World Coffe fair, realizada en el Cauca; feria La Plata Huila; feria a Ibagué la reactivamos todos; Día del sombrero Tolimense; feria artesanal conmemoración cumpleaños de Córdoba, Feria Tapiz Artesanal Cauca realizada del 1 al



5 de julio, Feria Tapiz Artesanal Cauca realizada del 22 al 25 de julio, XXXIII Festival Confraternidad Amazónica, Feria Plaza Emprende Mall Plaza Cartagena, II Feria de Moda y Artesanías El Caraño Quibdó Choco, Feria Nativo, Siempre Santander realizada del 13 al 16 de agosto, Ibagué Festival del 13 al 16 de agosto, Festival Nacional Autóctono de Gaitas de San Jacinto, del 13 al 15 de agosto, Feria Tapiz Artesanal Ipiales, del 30 de julio al 1 de agosto, Feria Mall Plaza Manizales, Feria Mall Plaza Bogotá, Feria Mall Plaza Barranquilla, Feria Mall Plaza Cartagena, se realizaron en simultanea del 2 al 8 de agosto, Feria Pereira Artesanal realizada en Victoria CC, del 25 al 29 de agosto, Mercado Artesanal Claustro de las Aguas, realizado del 27 al 30 de agosto, Feria Tapiz Artesanal Ipiales, realizada del 27 de agosto al 5 de septiembre, Feria del Hogar, realizada del 2 al 19 de septiembre, Feria Memorias, realizada del 16 al 19 de septiembre, Feria Ganadera realizada del 8 al 12 y del 16 al 19 de septiembre, Feria Tuluá realizada del 9 a 11 de septiembre y el Marketplace Artesanal.

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

Indicador de la entidad: Monto de ingresos de los artesanos

Meta 2021: \$7.292MM

Avance 2021: Resultado de las iniciativas encaminadas a contribuir a la generación de ingresos de los artesanos, se han generado ingresos por valor de \$5.470.190.979 a través de las siguientes iniciativas: Por organización de ferias: 2.202.869.910, por participación en ferias regionales: \$385.719.019; Inversión en producto artesanal: \$808.155.073, negocios facilitados a los artesanos \$2.073.446.977.

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

Indicador de la entidad: Espacios de comercialización de la artesanía colombiana realizados

Meta 2021: 66 espacios

Avance 2021: En cuanto a esta estrategia se avanza con 58 espacios de exhibición: en ferias locales regionales nacionales e internacionales, se avanza con 32 ferias regionales: Mercartesano realizada en la ciudad de Pasto; feria origen de mi Tolima, realizada en



Ibagué; feria Heroica Open, realizada en la ciudad de Cartagena; feria Mercartesano mujer, realizada en la ciudad de Pasto; feria Chagrarte, realizada en Leticia, feria Anato, realizada en Bogotá, feria World Coffe fair, realizada en el Cauca; feria La Plata Huila; feria a Ibagué la reactivamos todos; Día del sombrero Tolimense; feria artesanal conmemoración cumpleaños de Córdoba, Feria Tapiz Artesanal Cauca realizada del 1 al 5 de julio, Feria Tapiz Artesanal Cauca realizada del 22 al 25 de julio, XXXIII Festival Confraternidad Amazónica, Feria Plaza Emprende Mall Plaza Cartagena, II Feria de Moda y Artesanías El Caraño Quibdó Choco, Feria Nativo, Siempre Santander realizada del 13 al 16 de agosto, Ibagué Festival del 13 al 16 de agosto, Festival Nacional Autóctono de Gaitas de San Jacinto, del 13 al 15 de agosto, Feria Tapiz Artesanal Ipiales, del 30 de julio al 1 de agosto, Feria Mall Plaza Manizales, Feria Mall Plaza Bogotá, Feria Mall Plaza Barranquilla, Feria Mall Plaza Cartagena, se realizaron en simultanea del 2 al 8 de agosto, Feria Pereira Artesanal realizada en Victoria CC, del 25 al 29 de agosto, Mercado Artesanal Claustro de las Aguas, realizado del 27 al 30 de agosto, Feria Tapiz Artesanal Ipiales, realizada del 27 de agosto al 5 de septiembre, Feria del Hogar, realizada del 2 al 19 de septiembre, Feria Memorias, realizada del 16 al 19 de septiembre, Feria Ganadera realizada del 8 al 12 y del 16 al 19 de septiembre, Feria Tuluá realizada del 9 a 11 de septiembre y el Marketplace Artesanal; se avanza con 10 eventos de promoción: Subasta Jhonnie Walker Blue Label Aguas de Vida realizada con el fin de promover la artesanía y recaudar fondos para los artesanos que elaboran las botella Blue Label; exhibición de una muestra artesanal en la Casa de Nariño con ocasión de la visita del presidente electo del Ecuador; exhibición de una muestra artesanal en la cancillería con motivo del evento "Compliance, Anticorrupción y Cooperación Internacional", exhibición en el Salón Bolívar de la Cancillería con ocasión de la reunión del Sistema Andino de Integración, exhibición en el Centro de Formación de La Cooperación Española en Cartagena, con ocasión del cuarto encuentro de las primeras damas y caballeros gestores sociales 2021, Exhibición Casa Abierta, realizada en el almacén de la Calle 86 con el fin de resaltar las comunidades involucradas en los diferentes programas y proyectos desarrollados con Artesanías de Colombia, seminario web: "Las denominaciones de origen como herramienta de competitividad del Tolima", participación a la CAF 2021, Inauguración tienda calle de los Anticuarios y evento en Presidencia de la República; se avanza en la participación en ruedas de negocios con tres ruedas: Macro rueda 85 Procolombia



realizada del 12 al 23 de abril en la que se representaron cinco artesanos con sus productos, rueda de negocios "Colombia Travel Mart 2021" organizada por Procolombia realizada del 28 de abril al 4 de mayo, con enfoque en la industria turística Colombiana y rueda de negocios Anato. Se avanza con 13 talleres de oficio cuatro se realizaron de manera presencial en el marco del mercado artesanal del Claustro de Las Aguas y nueve de forma virtual.

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

Indicador de la entidad: Recursos obtenidos mediante cofinanciación de iniciativas con organizaciones del orden territorial, nacional y/o internacional

Meta 2021: \$1.962MM

Avance 2021: Durante el año se han adelantado acciones para la identificación y consolidación actores claves en las Redes de Apoyo Local en las regiones y con ellos poder gestionar proyectos, de igual manera se ha conformando un equipo de "Cazadores" de proyectos de cooperación para gestionar recursos para proyectos nacionales con enfoques específicos, se está a la espera de la suscripción de varias iniciativas. Se ha logrado concretar 5 convenios y 4 alianzas logrando así un monto por \$643,41MM. En cuanto cooperación internacional se han logrado apalancar recursos por \$99,10 MM. En cuanto a patrocinios se ha logrado un total de \$562,82MM. Esto para un total de \$1.305,33MM

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 2021: 0 puntos – Equivale a mantener la puntuación obtenida

Avance 2021: En el mes de mayo fueron recibidos los resultados de FURAG, los cuales



incluyen el IDI de la gestión 2020, lo cual evidenció un crecimiento de 9 puntos en la dimensión de Talento humano, obteniendo como resultado 87,7 puntos de los 78,7 obtenidos en la vigencia anterior. Esto equivale a un 88% de avance frente al máximo esperado de la dimensión, equivalente a 99,1 puntos, y claramente corresponde a un sobre cumplimiento de la meta del cuatrienio, incluso que era crecer 0,5 puntos cada año. Para AdC la política de gestión estratégica de Talento Humano no aplica, en esta dimensión solo es evaluada la de integridad. Sin embargo, la entidad continúa ejecutando acciones en el marco del Plan estratégico de TH, tomando como guía los lineamientos de MIPG y otros que impactan este tema. Es así que al corte el Plan estratégico de TH (2021- 2022): Presenta un avance del 54,74% derivado del promedio de avance de los planes que lo conforman: Ruta de la felicidad, ruta del crecimiento, ruta de la calidad, código de integridad, SGSST

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

Meta 2021: 82,6% (Evaluación gestión 2020)

Avance 2021: Durante el mes de mayo se recibieron los resultados de FURAG, los cuales reflejan el IDI correspondiente a la gestión 2020, evidenciando un IDI de 87,3 pts, lo que equivale a 5,6 pts de crecimiento frente a la vigencia anterior en la cual el IDI fue de 81,7 pts. Este resultado equivale a un 105,7% de cumplimiento de la meta establecida de 82,6 pts y un sobre cumplimiento frente a la meta del cuatrienio de lograr 86,2 pts (gestión 2022 que se evaluará en 2023). Se continua la implementación del plan de acción encaminado al mantenimiento del MIPG. Se realizaron mesas de trabajo con los líderes de política, por dimensiones. En las mismas fue realizada capacitación sobre la nueva versión del Manual Operativo, se presentaron los resultados de FURAG y las recomendaciones, se ha validado los ajustes a los planes de acción por política y durante la vigencia se ha hecho seguimiento permanente a la implementación de las acciones que buscan el mantenimiento del MIPG. Al corte el plan de trabajo cuenta con un avance del 94%.

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

Meta 2021: 91,51% obligado



Avance 2021: Con corte a septiembre se comprometieron \$22.063,7 MM que corresponden al 73,06% de los \$30.201,3MM de apropiación definitiva de la vigencia 2021 y se obligaron \$16.740,69 MM que corresponden al 55,43% del total de la apropiación de la vigencia. La meta de obligaciones para el mes de septiembre era de 57%, es decir un cumplimiento del 97,24%.

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

Meta 2021: 100% de cumplimiento

Avance 2021: Con corte a septiembre se presenta un avance en plan de austeridad del 52%.

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 2021: 100% de cumplimiento

Avance 2021: El PETI con sus planes que lo complementan, cuenta con un avance del 41,58%. Como parte de las mejoras orientadas al cumplimiento de las metas del cuatrienio, el PETI 2021 ha incluido de manera específica aquellas actividades que por recursos u otras situaciones han quedado rezagadas en vigencias anteriores. En cuanto a estas acciones al corte se lleva un avance del 72%.

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

Meta 2021: 25% de avance adicional al proyectado en la últimas vigencias, y orientado al cumplimiento del programa al 100% al cierre del cuatrienio.

Avance 2021: 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 10 actividades, que evidencian un avance en cada plan así:

Plan de gestión documental: 67%

Plan de conservación documental: 79%



Plan de preservación digital:80%

Es así que el porcentaje de cumplimiento de la implementación de los Instrumentos Archivísticos corresponde a 75% (resultado sobre 100%), lo que equivale a un 18,75% del 25% esperado para la vigencia.

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

Meta 2021: 98% de cumplimiento

Avance 2021: En el año se han gestionado y tramitado un total de 443 PQRSD, de las cuales 445 han sido resueltas de manera oportuna, es decir el 99,55%.

El indicador es acumulado de los meses enero a septiembre, por ende se debe tener en cuenta que en el mes de septiembre se radicaron 53 PQRSD de las cuales, a la fecha del presente informe, se han tramitado oportunamente y se encuentran en estado CERRADO 27 PQRSD, y están PENDIENTES por tramitar 26. En el mes de septiembre se encuentra vigente el decreto 491 del 28 de marzo de 2020 en el que se declara la Emergencia Sanitaria por el Covid-19, en su artículo 5 amplía los términos para atender las peticiones.

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

Meta 2021: 60% de avance del Programa

Avance 2021: A septiembre se cuenta con un avance del 81% según lo propuesto en el plan. Es decir, un avance del 48,6% sobre el 60% de implementación esperado para la vigencia. Este plan, en procura de la mejora en el proceso de implementación de la política de MIPG que operacionaliza, ha incluido las actividades rezagadas de vigencias anteriores, para dar cumplimiento durante 2021. Es así, que en cuanto a estas actividades se cuenta con un avance del 66%.

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

Meta 2021: 50% de los funcionarios

Avance 2021: Se hace un seguimiento permanente a los diferentes procesos o acciones innovadoras en la entidad, es así que la corte se han identificado los siguientes resultados, producto de la innovación:



SIEAA- Dane: operaciones estadísticas y registros administrativos que produce ADC a través del SIEAA incluidos en los inventarios de información estadística del Plan Estadístico Nacional.

Participación en mesa de diseño: Identificar actividades productivas para el ejercicio del CIUO del Dane, y Trabajo en la identificación de brechas en el ejercicio de diseño como parte de la participación en la cumbre mundial de arte, cultura, creatividad y tecnología: ADC, MinCultura y la Universidad Jorge Tadeo Lozano, las cuales llevaron a cabo el Think Tank “¿Quiénes somos, dónde estamos?. El reto de la medición del sector artesanal” en el marco del Gran Foro de-G-FACCT-

Otras Estrategias: Mapa turístico Artesanal, Ley del Artesano. Universidad del Rosario: incorporación de artesanos en procesos de formación. Proyecto entre pares: para evitar fuga de conocimiento tácito. Relatos artesanales: Investigación donde personas de la comunidad se convierten en investigadores sobre los oficios que realizan.

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 (2020)

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”.

Los resultados de 2020, se han convertido en línea de base de la presente vigencia y se encuentran en el informe de gestión respectivo bajo la estructura en mención. Sin embargo, es importante recordar que 2020 fue un año en que los cambios de contexto,



derivados de la pandemia por COVID-19 generaron un punto de quiebre para la gestión lo que ha hecho que en 2021 se continúen implementando acciones en un marco de reactivación económica aun en medio de un contexto con algunas aristas de incertidumbre pero sin perder de vista la importancia de garantizar el cumplimiento de logros establecidos para el cuatrienio pero sobre todo el bienestar de los artesanos del país.

A continuación, se hace una breve descripción de los resultados obtenidos de la planeación en cuanto a los indicadores en mención, en 2020; esto considerando que es importante informar, como situación previa a la gestión actual, los resultados de los años que conforman el 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	RESULTADO	Meta	Meta	
Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías	Barreras de comercialización gestionadas (% de cumplimiento)	N/A	N/A	100%	100%	100%	100%	100%

Durante 2019, 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, de acuerdo a la priorización realizadas de barreras, la cual arrojó como meta para 2020, la gestión de 12 de ellas. El 100% de estas barreras priorizadas fueron gestionadas durante el año, así:



MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE BARRERAS PARA EL COMERCIO DE LA ARTESANÍA COLOMBIANA					
Nombre Barrera	Descripción barrera	Tipo de barrera	Acción/compromiso	Entidades responsables	Avance 2020
Formalización	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. 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 DNV para brindar mayor información al sector sobre las características de cada régimen y las implicaciones tributarias. 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 cubren.	Legalidad	Se requiere realización de jornadas de capacitación para enfatizar en temas de formalización de artesanos y aprovechamiento de diferentes espacios como ferias del sector, congresos para socializar.	Cámaras de Comercio regionales SENA	Durante el año 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 de temas del componente de comercialización y emprendimiento, se desarrollaron cápsulas, videos, plantillas gráficas, audios y presentaciones para atención integral. Se dictaron un total de 669 talleres a 4055 artesanos.
Precio /Competitividad	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 re cotizar 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	Se requieren campañas de sensibilización al comprador nacional e internacional que destaquen la historia detrás del producto, mejoren las tarifas de transporte nacional, impuestos y servicios que contribuyan a la disminución de costos finales.	Artesanías de Colombia	El SIART ha realizado 9622 publicaciones en redes sociales, logrando un alcance de 15.988.747 personas impactadas. 84 notas publicadas en el portal web de la entidad, 11 especiales de ColombiaArtesanal, 135 campañas de email marketing, 7 ediciones del boletín artesanal 360º, además 14.905 solicitudes de información en las redes sociales y demás canales, se dio respuesta a 1.504 solicitudes de servicios en línea.
Precio /Competitividad	Se requiere revisar los costos de producto final para ser más competitivos.	Entorno competitivo	Continuar trabajando de la mano con las comunidades para capacitar y estandarizar de la mejor manera sus costos de producción.	Artesanías de Colombia	Durante el año 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 de temas del componente de comercialización y emprendimiento, dentro de las temáticas de las capacitaciones se brindaron 78 talleres de costos y estrategia de precios.
Herramientas Financieras	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	Programas de financiación por parte de entidades financieras y gubernamentales para el sector artesanal: compra materia prima, mano de obra, herramientas de trabajo	Ministerio de Comercio Bancóldex Foguita Ministerio de Agricultura Ministerio de Cultura	INICIO DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA Y ACOMPAÑAMIENTO EN TRÁMITE Y GESTIÓN DE CREDITOS. OBJETIVO Brindar a acompañamiento a los artesanos para los trámites y gestiones de créditos ante las entidades financieras. RESULTADOS PRINCIPALES: Solicitudes de crédito tramitadas: 396 Créditos aprobados: 40 Monto aprobado: \$297Millones Banco aprobado en promedio: \$7,4 Millones Talleres de capacitación en finanzas: 62 Asistencias a capacitaciones: 1.732 Artesanos capacitados en finanzas: 560
Acceso a TICs y Comunicaciones	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. El comercio B2B, B2C no es impulsado lo suficiente dentro del sector artesanal.	Productividad e innovación	El Gobierno debe seguir apostándole a estas alternativas impulsando capacitaciones y brindando herramientas que puedan facilitar la creación de portales web y plataformas de facilitación al comercio. El comercio B2B, B2C es una gran oportunidad igualmente para conectar al sector con la demanda nacional e internacional por lo cual se deben crear jornadas de capacitación en las regiones para que esta herramienta pueda potencializar el comercio nacional e internacional del sector.	Ministerio de Comercio Ministerio de las TIC Cámaras de Comercio SENA Empresa Privada	Artesanías de Colombia realizó el lanzamiento de la primera fase de implementación de la plataforma de comercio electrónico el 24 de diciembre de 2020 en la url www.artesaniasdecolombiartienda.com.co , este nuevo espacio comercial digital es permanente y especializado en artesanía nacional de alta calidad, que permite la generación de ingresos para los artesanos y en donde confluyen sus creaciones de todas las regiones del país, propiciando la promoción y comercialización de las artesanías alrededor del mundo. 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, Chocó, Urabá Antioqueño y Córdoba. Diez líderes en regiones (\$50.000.000)



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

Nombre Barrera	Descripción barrera	Tipo de barrera	Acción/compromiso	Entidades responsables	Avance 2020
Habilidades de Comercialización	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.	Entorno competitivo	La buena atención al cliente es uno de los requisitos más importantes a la hora de cerrar una venta. Se debe seguir capacitando al sector en ello para mejorar la experiencia del comprador y garantizar una fidelización con el objetivo de generar buenas relaciones a largo plazo que impacte de manera positiva la generación de ingresos para los artesanos. Se debe fortalecer el acompañamiento a las comunidades en temas de creación de catálogos, tarjetas de presentación y apertura de canales de comunicación, los cuales son herramientas claves para la venta.	Artesanías de Colombia	Artesanías de Colombia ha beneficiado a 625 unidades artesanales de los departamentos Antioquia, Atlántico, Boyacá, Caldas, Cauca, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander y Tolima con la capacitación en mercadeo y ventas. Ante la necesidad de mejorar y generar nuevas oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano dentro del marco de la emergencia sanitaria del 2020 y entendiendo las limitaciones para el desplazamiento de los asesores hacia las comunidades, se desarrolló un modelo de acompañamiento virtual a través de plataformas como Zoom, GoToMeeting, Google Meet, entre otras. Como parte de la estrategia, también se definió una lista de temas prioritarios y considerados como herramientas indispensables para los artesanos y la comercialización de sus productos ante las restricciones para vender en espacios físicos como ferias, talleres o almacenes propios y vitrinas comerciales previamente negociadas. Los ejes temáticos elegidos, encierran todas las actividades que se desarrollaron durante el 2020 y son las siguientes: ●Comercio electrónico ●Manejo de redes sociales ●Binarzas personales en tiempos de crisis ●Biscurso de ventas y negociación ●Costos y precios
Financiera	Transacciones Bancarias; falta de bancos en zonas de difícil acceso, costos bancarios, capacitaciones sobre manejo de cuentas bancarias y programas de ahorro	Legalidad	Mejora en la socialización y accesibilidad al sistema bancario en todas las regiones del país.	Ministerio de Hacienda Entidades Bancarias MinCIT Bancoldex	INICIO DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA Y ACOMPAÑAMIENTO EN TRÁMITE Y GESTIÓN DE CRÉDITOS: OBJETIVO Brindar acompañamiento a los artesanos para los trámites y gestiones de créditos ante las entidades financieras. RESULTADOS PRINCIPALES: Solicitudes de crédito tramitadas: 396 Créditos aprobados: 40 Monto aprobado: \$297 Millones Monto aprobado en promedio: \$7,4 Millones Talleres de capacitación en finanzas: 62 Asistentes a capacitaciones: 1.732 Artesanos capacitados en finanzas: 560
Legalidad Materias Primas	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. Se requiere Plata certificada, para las exportaciones de joyería y en este momento es imposible conseguirla.	Legalidad	1. Acompañamiento y seguimiento en la solicitud de tramites de legalidad de materias primas ante autoridades ambientales: Mesas de trabajo con entes de control del orden departamental (CARs) y Nacional (Ministerios, Parques Nacionales Naturales e ICA), para identificar e implementar acciones que faciliten y den cumplimiento a los procesos de legalidad aplicables a algunas materias primas priorizadas. Asistencia técnica a artesanos y asociaciones para adelantar proceso de solicitud de permisos de aprovechamiento y registro de cultivos. 2. Iniciativas de investigación para el manejo adecuado de las materias primas empleadas en la actividad artesanal: identificación y caracterización de especies, diagnósticos de oferta y demanda de especies utilizadas en el sector artesanal, implementación de prácticas de repoblamiento).	Ministerio de Ambiente Ministerio de Agricultura Ministerio de Comercio CARs Academia (universidades e institutos de investigación)	Se logró el 100% de la implementación y coordinación de la acción proyectada para la vigencia para la promoción del comercio legal, orientada a crear iniciativas para el manejo adecuado de materias primas. Se logra hacer: Caracterización de especies; Estrategias de repoblamiento, plan de manejo; Material pedagógico a difundir para promover el comercio legal; Modelo de identificación de posibilidades de sustitución de especies maderables
Trámites de Exportación	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. Se identifican las siguientes oportunidades de mejora en el ejercicio comercial de venta hacia mercados internacionales: -Desconocimiento de los requisitos del país importador. -Desconocimiento de los operadores logísticos que prestan el servicio de exportación y los costos asociados. -Desconocimiento de los costos de trámites y envíos. -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. -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. -Desconocimiento en la obtención de Vistos Buenos: 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. Ejemplos: ICA: Certificado fitosanitario para productos o subproductos vegetales. Ministerio de Ambiente: Trabajo en maderas, guadua, semillas, fibras naturales y demás productos del bosque. CAR/Secretaría de Ambiente: Carpintería y ebanistería, talla en madera. Se debe contar con el registro libro de operaciones. Agencia Nacional de Minería: Invaria: orfabeseria.en.com.platino	Exportación	Se debe trabajar en un plan metodológico de acompañamiento integral en procesos de exportación del sector artesanal, a través de un trabajo articulado entre Entidades y aliados estratégicos, que faciliten la dinámica exportadora y de normativas para trámites de certificaciones que se requieren para la exportación.	PROCOLOMBIA MinCIT Cámara de Comercio Ministerio de Minas Ministerio de Ambiente CAR Secretaría de Ambiente Ministerio de Agricultura	PROCOLOMBIA apoya la realización de Rueda de Negocios Internacional en el marco de las ferias artesanales Expoartesano y Expoartesanas 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 la rueda de negocios de la feria Expoartesano 2020 se programaron dos sesiones virtuales de capacitación para los artesanos participantes a cargo de Procolombia. 1. Que hacer y que no hacer en una Rueda de Negocios Virtual –Juan Diego Alzate. 2. Servicios Procolombia Para Exportar - Manuel Orozco. Las dos capacitaciones contaron con la participación de 83 personas.



MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE BARRERAS PARA EL COMERCIO DE LA ARTESANÍA COLOMBIANA						
Nombre Barrera	Descripción barrera	Tipo de barrera	Acción/compromiso	Entidades responsables	Avance 2020	
Registro de Exportaciones DANE	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.	Exportación	Realizar trabajo conjunto con DANE para identificar la salida real de productos artesanales del país con partidas arancelarias y con apoyo de transportadoras y empresas privadas de Courier.	DANE	1. La desagregación de ocupaciones aceptada en la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO) del SENA implica que los artesanos podrán certificarse en sus oficios. Según entiendo esta certificación no tiene ningún costo para el artesano y el SENA contrata maestros artesanos para realizar las evaluaciones. 2. La desagregación lograda en el DANE, especialmente si pasa la Ley que están preparando, significa que podremos tener información estadística del Sector por Ocupaciones (Oficios) de los artesanos del país. 3. La obtención de información estadística del Sector Artesanal nos abre la posibilidad real de comenzar a trabajar seriamente en la cuenta satélite de Artesanías dentro de la cuenta Satélite de Cultura.	
Canales de Comercialización	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	Se debe desarrollar una estrategia de comercialización y generación de vitrinas de venta permanentes con grandes superficies, plazas de mercado, tiendas especializadas y almacenes de cadena a nivel nacional para que la comercialización de los productos artesanales sea permanente y no dependa exclusivamente de su participación en las ferias y eventos que se realizan.	MinCIT Alcaldías Gobernaciones Cámaras de Comercio	Artesanías de Colombia ha promovido la divulgación y comercialización de estrategias virtuales como los canales online: MercadoLibre, Tienda Instagram, Página Web, alianzas con eventos y ferias regionales: Mercado de San Alejo, Ribereña - Feria Artesanal, Juntos nos reactivamos, Bolívar a tu casa, Subasta online Blue Label "Hilos de la Tierra", Tapiz Artesanal en Pasto, Subasta "Bogotá una joya solidaria", Mi Bogotá Week, Seven's Fashion Week, Celebración 20 de julio - Conferencia: Innovación y Diseño para la preservación del patrimonio - AMF, Colombia moda 2020, La Semana Digital de la Moda, Mississauga Latin Festival, Inelmedo Online, Maison Objet en París, Tradición Artesanal, Festival Nacional Autóctono de Gaitas, Colombia Crea Talento, Feria Selvedge World Fair Londres Feria Virtual CC Palmetto Plaza Cali, Foro Horizonte 2020 Comunidades artesanas, resiliencia y adaptación, feria artesanal de Pitalito, Artesanos Maestros del Huila, Feria Virtual Tapiz Artesanal/ Del Cauca a tu casa, Bazaar Bog, Marketplace Compra Región de Santander a tu casa, Sabor Barranquilla, Feria Virtual Artesanal Popayán, Marketplace Tienda Ya, Petronio.	
Alianzas Productivas	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	Se debe trabajar de forma articulada en un programa de estímulos y alianzas productivas que incentive al sector empresarial de pequeñas, medianas y grandes empresas a invertir y trabajar con diferentes grupos artesanales del país, en el aprovechamiento y apertura de nuevos nichos de mercado a nivel nacional e internacional bajo principios de comercio justo. Se debe realizar un trabajo conjunto igualmente con el sector privado para crear proyectos de responsabilidad social que permitan padrinar, patrocinar estrategias comerciales para el sector artesanal tales como la participación en ferias, manutención de vitrinas comerciales, financiación de compra de materias primas para futuras producciones, entre otros.	MinCIT Empresa Privada	Subasta alianza Diageo & Artesanías de Colombia: En el marco de la alianza Johnie Walker Blue Label y Artesanías de Colombia se trabajó sobre una edición especial de 300 botellas con la técnica del enchapado del tamo del trigo. Ingresos por un total de \$9.000.000. De estos, \$4.000.000 fueron destinados al fondo de Solidaridad por Colombia y \$5.000.000 fueron destinados al taller de Miguel de la Cruz. Se establecen diferentes alianzas para conseguir donaciones a los artesanos que mitiguen el impacto negativo generado por la pandemia. Entre ellas: AMARILLO CONSTRUCTORA: 100 mercados para los artesanos de los municipios de Madrid, Mosquera y Soacha, departamento de Cundinamarca. (\$10.000.000) FUNDACIÓN JULIO MARÍO SANTODOMINGO: 100 mercados para los artesanos en el departamento de Bolívar. (\$10.000.000) RAMO: 110 anechas de productos para los artesanos de los municipios de Madrid, Mosquera y Funza, departamento de Cundinamarca. (\$11.000.000) ALPINA/AUTOGERMANA: Donación 13.200 litros de leche larga vida. Valor \$45.000.000. OCENSA \$210.000.000 FUNDACIÓN SOLIDARIDAD POR COLOMBIA: donaciones en efectivo: \$19.545.900 donaciones de mercados -Especie: \$93.123.741 donación Quila especies: \$ 2.673.253 FUNDACIÓN SOLIDARIDAD POR COLOMBIA: Se recibe la transferencia de IBERARTESANIAS por valor de \$ 269.509.892. (TMR 30/09) Los aportes al sector artesanal por parte de diferentes empresas, gestionados por ADC, han sido monetizados. VER INFORME DE MONETIZACIÓN	

De esta gestión y como principal resultado esperado de este objetivo, se logró concretar un acuerdo interinstitucional, así: luego de varias reuniones y gestión adelantada con Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, se logra la generación del decreto: "Por el cual se modifica la Sección 1 de definiciones y se sustituye la Sección 10 del aprovechamiento de productos de la flora silvestre con fines comerciales, del Capítulo 1 del Título 2 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto Único Reglamentario 1076 de 2015, y se adoptan otras determinaciones". Esto con el enfoque de contribuir a la facilitación del comercio de artesanías



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	RESULTADO	Meta	Meta	
Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional	No. Unidades productivas fortalecidas técnica y productivamente*	200	223	240	240	200	350	350
	No. Mujeres atendidas en el programa de Atención a Población Vulnerable (APV)**	210	1.187	720	860	720	720	1.187

En el marco de la implementación de la estrategia nacional de mejoramiento productivo:

- A partir de los aspectos críticos identificados durante las jornadas de capacitación impartidas, se desarrolla y estructura material pedagógico para 20 contenidos de procesos técnicos en los oficios de trabajo en cuero y trabajo en madera.
- Se atendieron 240 unidades productivas en los oficios de trabajo en madera y trabajo en cuero a partir de las capacitaciones y asistencia técnicas para el mejoramiento de procesos productivos, llevadas a cabo en las diferentes regiones del país.
- Ejecución del plan nacional de compra de materias primas en zona o locales que contó con 107 contratos a nivel nacional por valor de \$98.528.050.

Así mismo en el marco del programa de Atención a Población Vulnerable (APV) en el año se logró atender un total de 860 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	RESULTADO	Meta	Meta	
Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal	No. de comunidades intervenidas (Valor del patrimonio cultural)	N/A	N/A	9	26	20	22	68

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. En 2020, en el marco de la estrategia "Artesano



estamos contigo" se dio inicio al Programa Transmisión de Saberes artesanales el cual se llevó a cabo en 26 comunidades del país, con un total de 30 maestros artesanos de diferentes oficios artesanales y 531 beneficiarios de los cuales el 31,5% fueron niños y jóvenes menores de 17 años, promoviendo así el relevo generacional

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	RESULTADO	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	\$6.945	\$ 7.292	\$ 7.656	\$50.724**
		5%	7%	N/A	N/A	5%	5%	

Es importante acalarar que la meta del indicador, inicialmente estaba 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.

Sin embargo, teniendo en cuenta la contingencia derivada por COVID-19 y el contexto organizacional y social derivado de la misma, las metas que aportan a este objetivo fueron ajustadas a la realidad mundial, lo que hizo que para la vigencia el indicador más que contemplar un incremento, permitiera evidenciar que a través de numerosas iniciativas se garantizaran ingresos para los artesanos, aun en medio de las dificultades económicas, sociales y políticas que enfrenta el país. Es así que la meta ajustada para 2020 fueron ingresos esperados por \$13.308 millones, resultado de un diagnóstico de espacios de promoción virtuales y una gran expectativa frente a los mismos, usados por primera vez en las iniciativas de promoción y generación de oportunidades comerciales.

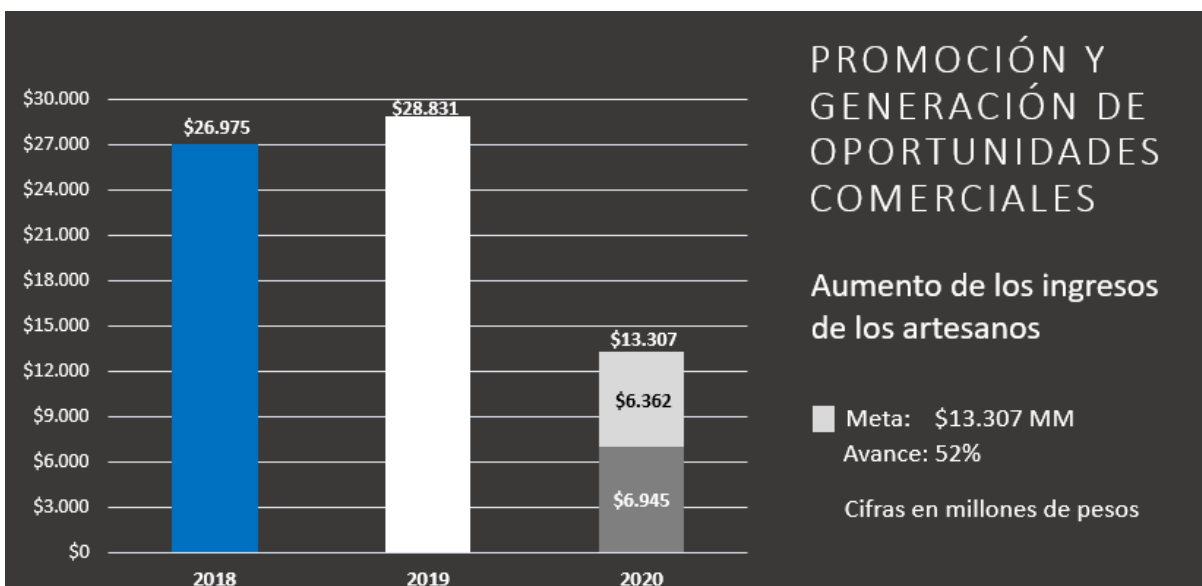
Es así que resultado de las iniciativas que se fortalecieron y/o implementaron con otros canales, entre las que se encuentran: la participación en ferias regionales, las ferias organizadas por AdC en Asocio con terceros, el ingreso por inversión en producto y otras oportunidades de comercialización, se cuenta con los siguientes resultados de ingresos de los artesanos: Participación de ferias regionales: \$615MM; participación en ferias organizadas por AdC: \$645 MM (Este monsto incluye \$6MM resultado de las ruedas de



negocios gestionadas en el marco de estas ferias); inversión en producto artesanal \$2.315 MM; oportunidades comerciales facilitadas a los artesanos: \$3.370 MM. Es así que al cierre de 2020 se facilitaron ingresos a los artesanos por valor \$6.945 MM, lo que equivale a un 52% de la meta equivalente a \$13.308MM

A continuación, se discrimina por iniciativa los ingresos percibidos por los artesanos en 2020. 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	2020			2021	
				Meta	Meta ajustada	Resultado	Meta	Meta
FERIAS ORGANIZADAS POR ADC	17.332	19.110	18.854	19.797	6.450	645	10%	677
INGRESOS PARTICIPACIÓN EN FERIAS REGIONALES E INTERNACIONALES	1.185	1.285	1.795	1.885	1.991	615	31%	645
INGRESOS POR OPORTUNIDADES COMERCIALES A LOS ARTESANOS	1.784	2.874	2.904	3.050	3.050	3.370	110%	3.789
RUEDAS DE NEGOCIO	1.861	1.954	2.357	2.475	50	6	12%	10
INGRESOS DE LOS ARTESANOS POR COMERCIALIZACIÓN DE ADC	4.813 (N/A)***	3.100	2.921	3.067	1.767	2.315	131%	2.180
TOTAL INGRESO	\$26.974	\$28.323	\$28.831	\$30.274	\$13.308	\$6.945	52%	\$7.292



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	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

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.

Durante el mes de mayo 2020, 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 se presentaron al Comité Institucional, los resultados y ajustes de los planes de trabajo priorizando aquellas recomendaciones dadas por el DAFP. Con el fin de ejecutar actividades propias en el proceso de implementación del MIPG se estableció plan de trabajo, el cual se anexa con el resultado de las acciones emprendidas en la vigencia, con el 100% de cumplimiento en cada una de ellas.

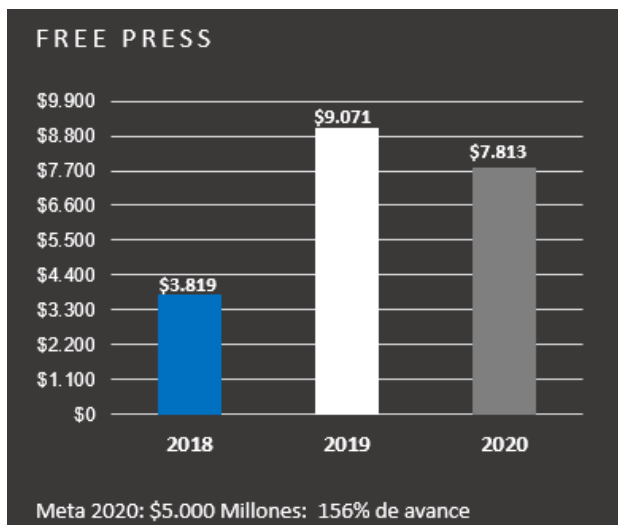


6. Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés

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

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta*	RESULTADO	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	\$ 7.813	\$ 8.047	\$ 8.288	\$ 33.219
		10%	137%	NA	156%	3%	3%	

Resultado del monitoreo contratado para la vigencia, al cierre de 2020 se logró un monto de \$7.813 mm por apariciones en deferentes medios de comunicación.



Comportamiento free press



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	NA	7,2	3,1	10,3

La medición de ambiente laboral de la vigencia 2019 arrojó un resultado de 57,7 puntos. Para 2020 se esperaba crecer 7,2 puntos frente a la vigencia anterior, lo que equivale a obtener un puntaje de 64,9; sin embargo, una vez validado el presupuesto definitivo, se define que la próxima aplicación de la encuesta será en 2021. Se reajustan las metas y periodicidad, la medición se realizará cada 2 años.

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	RESULTADO	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	\$ 1.884	\$ 1.962	\$ 2.060	\$ 16.111

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

En 2020 se esperaba percibir recursos provenientes de alianzas estratégicas por un monto total de \$4.240 millones. El monto esperado incluía \$2.902 millones por cofinanciación con organizaciones del orden territorial y nacional; \$538 millones de



apalancamiento con organizaciones de orden internacional y \$800 millones por patrocinio de eventos.

Al cierre del año se logró obtener un valor total de \$1.884 millones, equivalente a un 44% de cumplimiento de la meta (la cual fue ajustada durante la vigencia, debido a la dinámica institucional de alianzas)

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	Resultado 2019	2020				2021
				Meta	Meta Ajustada	RESULTADO		Meta
MONTO DE RECURSOS COFINANCIACIÓN DE INICIATIVAS, CON ORGANIZACIONES DEL ORDEN NACIONAL Y/O TERRITORIAL	\$ 5.764	\$ 5.710	\$ 5.799	\$ 5.804	\$ 2.902	\$ 729	25%	\$ 765
MONTO DE RECURSOS OBTENIDOS POR COOPERACIÓN INTERNACIONAL	\$ 775	\$ 1.050	\$ 1.076	\$ 1.076	\$ 538	\$ 270	50%	\$ 284
MONTO DE RECURSOS OBTENIDOS POR ALIANZAS Y PATROCINIOS	\$ 2.939	\$ 3.000	\$ 3.330	\$ 3.363	\$ 800	\$886	111%	\$913
MONTO TOTAL	\$ 9.478	\$ 9.760	\$ 10.205	\$ 10.243	\$ 4.240	\$1.884	44%	\$1.962

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	RESULTADO	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%	88%*	92%	92%	92%

Al cierre de la vigencia se obligaron \$ 22.856.183.473 millones que corresponden al 88,00% del total de la apropiación de la vigencia.

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

La meta equivale 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. Para 2021 la línea estratégica se ajusta desde el objetivo en adelante, ampliando el alcance que se busca lograr. La meta del indicador asociado corresponde el cumplimiento de las iniciativas proyectadas en la vigencia.

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Meta	
Implementar estrategias para aprovechar los activos fijos de la entidad que contribuyan a la generación de ingresos de los artesanos y/o a la sostenibilidad de la operación de Artesanías de Colombia	Iniciativas en beneficio del sector y/o de la sostenibilidad de la operación de la entidad, implementadas (% cumplimiento frente a lo proyectado)	80%	0%	0%	100%	100%	100%

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	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 (% cumplimiento del plan)	95%	97,3%	95%	99%	95%	95%	95%

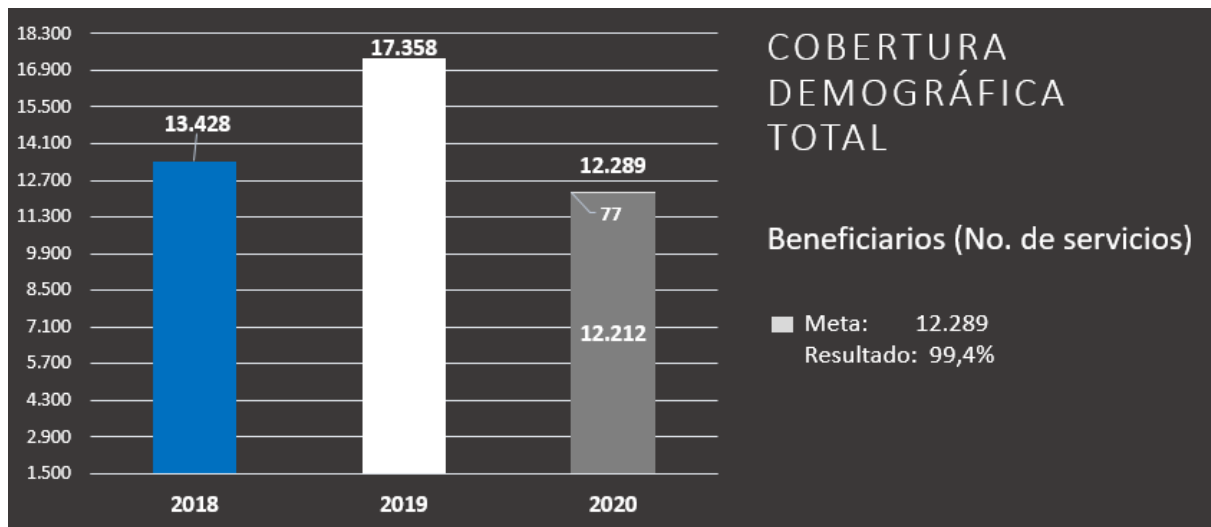
El Plan de Gestión Ambiental (PGA) en 2020 estuvo conformado por los programas de ecoeficiencia con 32 actividades formuladas y el programa misional con 5 actividades proyectadas. Al cierre del año se Implementó el 98% de las actividades contempladas dentro de los programas de ecoeficiencia. Dos (2) actividades fueron implementadas de manera parcial: Entrega de residuos peligrosos a gestor autorizado, pendiente de agenda de entrega de residuos por parte del gestor y el lavado semestral de tanques, el cual quedó programado para el mes de enero.

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 99%.



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 2020 producto de esta intervención se logró atender a 12.212 beneficiarios, que equivale a un cumplimiento sobre la meta que equivalía a 12.289 (ajustada, la meta inicial del año era: 12.289) de la vigencia del 99,4%. Esta atención se resume en las siguientes iniciativas, las cuales recogen las actividades generales de la atención en la vigencia: resultado de la atención a través de los laboratorios de Innovación y diseño (7.844 beneficiarios – 97% de la meta), el programa de atención a grupos étnicos (483 beneficiarios – 134% de la meta), el programa de Atención a Población Vulnerable (APV) (1.014 beneficiarios – 113% de la meta), los beneficiarios de la inversión en producto artesanal (608 beneficiarios – 87% de la meta) y beneficiarios de las estrategias de promoción y generación de oportunidades comerciales (2.263 beneficiarios – 102% 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	Resultado 2019	Meta 2020	Meta ajustada 2020	Resultado 2020	Observaciones
Beneficiarios de Fortalecimiento de la actividad artesanal	7.539	11.478	8.100	8.100	7.844	Los Laboratorios al mes de diciembre se atendieron 7844 beneficiarios. Se logra fortalecer los 33 laboratorios de innovación y diseño (32 departamentos y Bogotá). Al mes de Diciembre impartieron 971 talleres y contenidos de la siguiente manera: Componente Desarrollo Humano: 136 talleres, Componente de Producción y Calidad: 50 talleres, Componente Diseño: 448 talleres, Componente Comercial: 337 talleres, Emprendimiento: 27 charlas, Sello de Calidad Hecho a Mano: 25 Charlas, Programa Propiedad Intelectual: 7 Charlas con el apoyo de Superintendencia de Industria y Comercio - SIC y la Dirección Nacional de Derecho de Autor - DNDIA (Derecho de autor y Artesanías, Registro de marcas para artesanos, Protección al consumidor). Se gestionaron 43.888 ayudas a los artesanos en 24 departamentos. De otro lado, en el mes de diciembre, en el módulo de diseño se desarrollaron 523 videoconferencias, 532 talleres de diseño, 660 cápsulas de diseño, 9735 asesoría puntuales, 35 cartillas de diseño, 294 catálogos de productos de las unidades productivas artesanales y 1328 piezas de comunicaciones.
Beneficiarios atendidos población vulnerable y desplazada (APV)	910	1.495	900	900	1.014	Durante el mes de diciembre, teniendo en cuenta la contingencia como consecuencia de la pandemia COVID 19, se implementó la estrategia de mantener la atención y continuidad del Programa, realizando contacto, seguimiento y asistencias técnicas de las comunidades artesanales por vía telefónica, por medios electrónicos y asistencias técnicas presenciales en el mes de diciembre en el departamento de Magdalena. Es así que entre enero y diciembre se logró la atención de 104 artesanos, en los departamentos de Magdalena, Bolívar, Córdoba, Zona del Urabá Antioqueño, Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño.
Beneficiarios atendidos grupos étnicos	1.700	1.609	360	360	483	Como resultado del cierre de la vigencia 2020, se beneficiaron un total de 483 artesanos pertenecientes a 28 grupos étnicos artesanales. De los cuales: * 10 grupos étnicos recibieron 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 desarrollaron a distancia (Audios, videos, Imágenes, podcast, cartillas digitales, infografías, entre otros). * 8 grupos artesanales recibieron atención puntual y se encuentran ubicados en los departamentos de: Putumayo, Bolívar, Casanare, Cesar, Guaviare, Sucre, Vaupés, Nariño, Magdalena, Vichada, La Guajira, Risaralda y San Andrés Islas y Bogotá. De los 483 beneficiarios reportados, 434 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 brindó acompañamiento puntual a grupos que venían de vigencias pasadas y requerían un acompañamiento dada la contingencia actual. Como resultados comerciales, se realizaron 2 ferias comerciales digitales, Expoartesano y Expoartesanas. Adicionalmente, se gestionaron negocios facilitados por un valor de \$75.196.250.
Beneficiarios de inversión de producto artesanal para vitrinas y ventas institucionales	557	669	702	702	608	Con corte diciembre se compró producto artesanal a 608 proveedores de artesanas ubicados en 30 departamentos del país. El monto de la inversión en producto artesanal fue de \$2.562.482.568,59. Esto para un cumplimiento del 87% de la meta de beneficiarios.
Artesanos beneficiados estrategias de promoción y generación de oportunidades comerciales	1.132	1.153	1.211	2.227	2.263	A diciembre se ha logrado beneficiar 2.263 artesanos (Esto corresponde a un 102% de cumplimiento sobre la meta), a través de las diferentes estrategias de promoción implementadas, lo cual incluye: Ferias regionales, ferias organizadas por Adec en asociación con terceros, ruedas de negocios, eventos y talleres de demostración de oficio. A 31 de diciembre se participó en 25 ferias regionales, nacionales e internacionales: Carnaval Artesanal de Pasto, Feria de Manizales, Farex Cartagena, Feria Anato, Feria Expo malocas 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, Día del sombrero Tolimense, Colombia moda, Feria Seven Santander Fashion Industry, Palmetto Play 2020, Sabor Barranquilla, Feria Tapiz Artesanal del Cauca a tu casa, Maestros Artesanos del Huila OM A, Feria Tapiz Artesanal del Valle del Cauca, Feria Maison & Objet Paris, Feria Selvedge Word Fair Londres, Feria Artesanal de Pitalito, Colombia Crea Talento, Feria Chagarte Amazonas 2020, Feria Bazarbog 2020, Feria del Hogar, Feria M1 Bogotá Week, Feria Tienda Ya y Feria Compra región de Santander a tu casa. Se organizaron dos ferias artesanales nacionales Expoartesano y Expoartesanas. Se participó en siete eventos: Visita Davos, visita damas americanas, Bogotá, una joya solidaria, Subasta alianza Diageo & Artesanías de Colombia, Participación 20 de Julio México, participación en Mississauga Latin Festival y la participación en Intel Moda. Se realizaron el Foro Horizonte, Voces y La troja en el marco de Expoartesanas. Se han realizado 25 talleres de oficio. Se ha publicado y promocionado en la página web de ADC el directorio artesanal que incluye información comercial y de producto de 215 artesanos. Se ha participado en cuatro ruedas de negocios en la macro rueda 80 de Procolombia, en la rueda de negocios realizada en el marco de Colombia moda en Medellín, en la rueda de negocios organizada en el marco de Expo artesano y en la rueda de negocios realizada en el marco de Expoartesanas 2020. Un total de 64 espacios más tres espacios de visibilización de la actividad artesanal.
Total beneficiarios	13.428	17.358	12.275	12.289	12.212	



1.1.3.2. Avances en la gestión 2021.

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 2021



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	Resultado	Meta	AVANCE	Meta	
Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías	Barreras de comercialización gestionadas	N/A	N/A	100%	100%	100%		100%	100%

Para el año 2021 la meta corresponde a gestionar el 100% de las barreras priorizadas, correspondiente a 12 barreras. Los resultados sobre esta gestión se validaran al cierre de la vigencia. A continuación se presenta la matriz de barreras priorizadas, las cuales contaron con avances durante 2020.



MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE BARRERAS PARA EL COMERCIO DE LA ARTESANÍA COLOMBIANA			
Nombre Barrera	Descripción barrera	Tipo de barrera	Comunidad/Oficio
Formalización	<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. 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	<p>filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco,</p> <p>Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca.</p> <p>Madera: putumayo y amazonas mopa mopa y tamo : Pasto</p> <p>iraca: Sandoná , aguadas , Suaza</p> <p>caña flecha : Tuchín</p> <p>tejeduría : san Jacinto , la guajira</p>



Precio /Competitividad	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
Precio /Competitividad	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



Herramientas Financieras	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
Acceso a TICS y Comunicaciones	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. El comercio B2B, B2C no es impulsado lo suficiente dentro del sector artesanal.	Productividad e innovación	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



Habilidades de Comercialización	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.	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
Financiera	<u>Transacciones Bancarias:</u> falta de bancos en zonas de difícil acceso, costos bancarios, capacitaciones sobre manejo de cuentas bancarias y programas de ahorro	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



<p>Legalidad Materias Primas</p>	<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>	<p>Legalidad</p> <p>1. - Sativanorte (Boyacá): Cestería en Esparto - Comunidad Wounaan, Agua Clara, Resguardo Burojon - (Buenaventura- Valle del Cauca) : Tejeduría Werregue. - Pitalito (Huila) : Cerámica - Santafé de Antioquia: Joyería - Guamo (Tolima) : Cerámica Chamba - Galapa, Puerto Colombia y Tubará (Atlántico): Trabajo en maderas. - Proveedores de producto de AdC: Tejeduría en Werregue</p> <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 Facultad de Medio Ambiente de la Universidad Distrital.</p> <p>- Identificación de especies de fibras vegetales en Laboratorio. - Realización de diagnósticos de</p>
--	---	--



			<p>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).</p> <p>- Practicas de repoblamiento en La Alta Guajira (Parque Nacional Natural Macuira): Comunidad Wayuu, cestería en paja mawisa o Mulúu)</p>
--	--	--	--



Trámites de Exportación	<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">- Desconocimiento de los requisitos del país importador.- Desconocimiento de los operadores logísticos que prestan el servicio de exportación y los costos asociados.- Desconocimiento de los costos de trámites y envíos.- 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.- 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.- Desconocimiento en la obtención de Vistos Buenos: <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>	Exportación	<p>filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco,</p> <p>Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca.</p> <p>Madera: putumayo y amazonas mopa mopa y tamo : Pasto</p> <p>iraca: Sandoná , aguadas , Suaza</p> <p>caña flecha : Tuchín</p> <p>tejeduría : san Jacinto , la guajira</p>
--------------------------------	--	-------------	---



Registro de Exportaciones DANE	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.	Exportación	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
Canales de Comercialización	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



Alianzas Productivas	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 han concretado acuerdos para la inscripción y fortalecimiento de planes de mejora de negocios verdes con 9 Corporaciones Autónomas Regionales, esto como parte de las acciones para gestionar una de las barreras identificadas relacionadas con Legalidad en materias primas:

CARDIQUE: 9 Unidades Productivas postuladas a negocios verdes.

CAR: 5 unidades productivas en proceso de postulación

CORPOBOYACÁ: 4 grupos artesanales postulados. 1 grupo pasa a proceso de obtención de aval de negocios verdes

CAM: 2 Unidades Productivas postuladas a negocios verdes. 2 planes de mejora revisados, en proceso de fortalecimiento

CVC: 1 Unidad Productiva postulada a negocios verdes. 2 planes de mejora revisados, en proceso de fortalecimiento

CVS: 4 Unidades Productivas postuladas a negocios verdes.

CARSUCRE: 2 Planes de mejora revisados, en proceso de fortalecimiento

CRA: 3 Unidades Productivas postuladas a negocios verdes.

CORPOCALDAS: 3 Unidades productivas postuladas a negocios verdes. 2 planes de Mejora revisados, en proceso de fortalecimiento.

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	Resultado	Meta	AVANCE	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 técnica y productivamente	200	223	240	240	200	169	350	350
	Mujeres atendidas en el programa de Atención a Población Vulnerable (APV)**	210	1.187	720	860	720	700	720	1.187

El indicador de unidades productivas fortalecidas es de medición anual; sin embargo en el marco de la implementación de la estrategia nacional de mejoramiento productivo se han



realizado entre otras acciones asistencia y acompañamiento técnico en diferentes temas encaminados a fortalecer las unidades productivas atendidas. Así mismo se realizaron acciones en el marco de la implementación de la estrategia nacional de mejoramiento productivo en el oficio de trabajo en madera y cuero.

La clasificación de unidades productivas atendidas a septiembre es:

Asistencia técnica en acceso legal de materias primas: 9 unidades productivas atendidas.

Asistencia técnica implementación en buenas prácticas ambientales y cumplimiento normativo: 12 unidades productivas atendidas

Asistencia técnica implementación buenas prácticas de aprovechamiento y repoblamiento: 2 unidades artesanales atendidas

Asistencia mejoramiento técnico cestería: 3 grupos artesanales atendidos: 2 grupos en San Juan de Nepomuceno (15 UP integrantes) y un grupo artesanal en Colosó (20 UP integrantes)

Capacitación técnica en el oficio del cuero: 40 unidades productivas atendidas

Asistencias técnicas en el oficio del cuero: 6 unidades productivas atendidas

Capacitación técnica en el oficio del trabajo en madera y totumo: 60 unidades productivas atendidas

Asistencias técnicas en el oficio de trabajo en madera: 5 unidades productivas atendidas.

Esto para un total de 169 en lo corrido del año.

En este objetivo se encuentra aportando el indicador de mujeres atendidas en el marco del Programa de APV (Atención a Población víctima y vulnerable), el cual como se mencionó anteriormente hace parte del PND y sus resultados fueron expuestos en el capítulo anterior.

Cabe resaltar que aunque ante el PND solo sean reportadas mujeres en un programa, la entidad realiza un ejercicio de reportar de manera desagregada el número de mujeres que hacen parte del grupo de beneficiarios, es así que se ha evidenciado, que al corte de septiembre, del total de beneficiarios atendidos 7.558 han sido mujeres lo que equivale a un 78,5%.



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	Resultado	Meta	AVANCE	Meta	
Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal	Comunidades intervenidas (Valor del patrimonio cultural)	N/A	N/A	9	26	20		22	68

Durante el primer semestre de 2021 los enlaces regionales levantaron un diagnóstico de las necesidades de Transmisión de saberes en sus respectivos departamentos. Una vez recibidas las necesidades se evaluaron y se seleccionaron los maestros artesanos responsables de llevar a cabo las actividades de Transmisión de conocimientos. Se definió realizar este proceso en 6 municipios diferentes acorde al presupuesto asignado para el programa.

Una vez culminada la etapa administrativa se iniciaron los procesos en cada departamento seleccionado: Bolívar, Atlántico, Amazonas, Putumayo, Nariño y Guajira. Con el apoyo del equipo de Desarrollo Humano de cada región, se llevaron a cabo reuniones con cada Maestros artesanos y los respectivos aprendices, para establecer los acuerdos que regirán las sesiones de Transmisión de conocimientos. Una vez se tuvieron claros los acuerdos, el Maestro Artesano con el apoyo de las personas de desarrollo humano, construyeron el plan de trabajo. Actualmente se están llevando a cabo las actividades planteadas en el plan de trabajo.

4. Contribuir a la generación de los ingresos de los artesanos

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021		2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Resultado	Meta	AVANCE	Meta	
Contribuir a la generación 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)****	\$ 28.323*	\$ 28.831	\$ 13.308	\$ 6.945		\$5.470		\$50.724**
		5%	7%	N/A	N/A	\$ 7.292	75,02%	\$ 7.656	

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 iniciativas y acciones que se vienen adelantado.

Para 2021 y luego de la revisión por la dirección del día 21/06/2021 y teniendo en cuenta la situación ya expuesta que se está generando, se decide retomar el indicador en términos de "Monto" y no de "incremento" Así mismo se ajusta el objetivo estratégico, cambiando la palabra "Contribuir al "aumento" por "generación" de ingresos". La meta planteada ha sido conservadora, tomando como línea de base los resultados de 2020, basado en el panorama mencionado.

Resultado de las iniciativas encaminadas a contribuir a la generación de ingresos de los artesanos, han logrado al corte un monto de \$5.470,2MM. Los resultados por iniciativa son: *Por organización de ferias: \$2.202,87MM, por participación en ferias regionales: \$385,72MM; Inversión en producto artesanal: \$808,16 MM, negocios facilitados a los artesanos \$2.073,45MM. Se avanza en un 75,02% de la meta del año 2021.

A continuación, la discriminación de este resultado, con los ajustes de meta realizados producto de la contingencia y en el marco de la reactivación

INICIATIVA	INGRESO DE LOS ARTESANOS										
	Real 2018 (Línea Base)	Meta 2019	Resultado 2019	2020			2021				
				Meta	Meta ajustada	Resultado	Meta	Meta ajustada	Avance		
FERIAS ORGANIZADAS POR ADC	17.332	19.110	18.854	19.797	6.450	645	10%	677	\$ 677	\$ 2.203	325,3%
INGRESOS PARTICIPACIÓN EN FERIAS REGIONALES E INTERNACIONALES	1.185	1.285	1.795	1.885	1.991	615	31%	646	\$ 646	\$ 386	59,7%
INGRESOS POR OPORTUNIDADES COMERCIALES A LOS ARTESANOS	1.784	2.874	2.904	3.050	3.050	3.370	110%	3.789	\$ 4.322	\$ 2.073	48%
INGRESOS DE LOS ARTESANOS POR COMERCIALIZACIÓN DE ADC	4.813 (N/A)***	3.100	2.921	3.067	1.767	2.315	131%	2.180	\$ 1.647	\$ 808	49,1%
TOTAL INGRESO	\$26.974	\$28.323	\$28.831	\$30.274	\$13.308	\$6.945	52%	\$7.292	\$7.292	\$5.470,2	75,02%
RUEDAS DE NEGOCIO	1.861	1.954	2.357	2.475	50	6	12%	10	\$ 10		



Es importante destacar que el mayor impacto de los ingresos de los artesanos se refleja en los resultados de la Feria Expoartesanías, feria a realizarse en el mes de diciembre, y la cual, luego de un año sin presencialidad, será realizada de esta manera nuevamente. Se aclara que el monto de ruedas de negocios, ya se encuentra sumado en el monto de las ferias, por esta razón no se incluye en la sumatoria total.

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	AVANCE	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	87,3	87,3	87,3

Como fue reportado en los indicadores de fortalecimiento institucional del Plan Estratégico Sectorial, en el mes de marzo de 2021 se presentó el FURAG II con los avances de la gestión de la vigencia 2020 y bajo los nuevos requisitos de la versión 2 del MIPG. Durante el mes de mayo se recibieron los resultados de FURAG, los cuales reflejan el IDI correspondiente a la gestión 2020. El IDI de Artesanías fue de 87,3 puntos, es decir 5,6 puntos más que el IDI anterior (línea de base) equivalente a 81,7 puntos. Este resultado comparado con la meta de la entidad para 2021, que era de 82,6 puntos, corresponde a un 105,7% de cumplimiento. Y un sobre cumplimiento sobre la meta del cuatrienio que era 86,2 (resultado de la gestión 2022, a conocer en 2023).

El reto para 2021 - 2022 será mantener la calificación ya obtenida.

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	Resultado	Meta	AVANCE	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	\$ 7.813	\$ 8.047	\$ 6.174,7	\$ 8.288	\$ 33.219
		10%	137%	NA	156%	3%	77%	3%	



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 2021 la meta es de \$8.047 MM, con corte septiembre se ha logrado un monto de \$6.175MM, equivalentes al 77% de la misma.

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	AVANCE	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		N.A.	10,3

La encuesta de medición de ambiente laboral se aplica en la entidad cada 2 años. Durante el mes de septiembre de 2021, inició el proceso de valoración y se espera contar con su resultado en noviembre. 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	Resultado	Meta	AVANCE	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	\$ 1.884	\$1.962	\$1.305,3	\$ 2.060	\$ 16.111

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 reactivación.

Durante el año se ha realizado la identificación y consolidación de actores claves en las Redes de Apoyo Local en las regiones, para con ellos poder gestionar proyectos, de igual manera se ha conformado un equipo de "Cazadores" de proyectos de cooperación para gestionar recursos para proyectos nacionales con enfoques específicos. Al corte se han obtenido un total de \$1.305,33MM como recursos apalancados. Esto se ha logrado producto de la gestión con organizaciones del orden nacional y regional obteniendo \$643,4 MM, cooperación internacional con lo que se ha logrado \$99,10 MM y las diferentes alianzas y patrocinios que han alcanzado los \$562,8MM (valor aproximado de acuerdo a monetización de patrocinios en especie). Esto equivale a un avance del 66,5% 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				2021		
				Meta	Meta Ajustada	RESULTADO	Meta	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	\$ 729	25%	\$ 765	\$ 643,4	84,1%
MONTO DE RECURSOS OBTENIDOS POR COOPERACIÓN INTERNACIONAL	\$ 775	\$ 1.050	\$ 1.076	\$ 1.076	\$ 538	\$ 270	50%	\$ 284	\$ 99,1	34,9%
MONTO DE RECURSOS OBTENIDOS POR ALIANZAS Y PATROCINIOS	\$ 2.939	\$ 3.000	\$ 3.330	\$ 3.363	\$ 800	\$ 886	111%	\$ 913	\$ 562,8	61,6%
MONTO TOTAL	\$ 9.478	\$ 9.760	\$ 10.205	\$ 10.243	\$ 4.240	\$ 1.884	44%	\$ 1.962	\$ 1.305,3	66,5%

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	Resultado	Meta	AVANCE	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%	88%*	92%	55,43%	92%	92%



Como se mencionó en los avances del plan estratégico sectorial al corte se comprometieron \$22.063,7 MM que corresponden al 73,06% de los \$30.201,3MM de apropiación definitiva de la vigencia 2021 y se obligaron \$16.740,69 MM que corresponden al 55,43% del total de la apropiación de la vigencia. La meta de obligaciones para el mes de septiembre era de 57%, es decir un cumplimiento del 97,24%.

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 aprovechar los activos fijos de la entidad que contribuyan a la generación de ingresos de los artesanos y/o 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	AVANCE	Meta	
Implementar estrategias para aprovechar los activos fijos de la entidad que contribuyan a la generación de ingresos de los artesanos y/o a la sostenibilidad de la operación de Artesanías de Colombia	Iniciativas en beneficio del sector y/o de la sostenibilidad de la operación de la entidad, implementadas (% cumplimiento frente a lo proyectado)	80%	0%	0%	0%	NA	100%	100%

La meta equivale 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. Para 2021 la línea estratégica se ajusta desde el objetivo en adelante, ampliando el alcance que se busca lograr. La meta del indicador asociado corresponde el cumplimiento de las iniciativas proyectadas en la vigencia. Para 2021 se está ejecutando plan de acción para focalizar iniciativas orientadas al aprovechamiento del Claustro de las Aguas, en 2022. Indicador de medición anual.



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	Resultado	Meta	AVANCE	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 (% cumplimiento del plan)	95%	97,3%	95%	100%	95%	91,75%	95%	95%

En cuanto a los programas de ecoeficiencia (PIGA), se han obtenido porcentajes de avances en 31 de las 32 actividades formuladas. El avance obtenido a septiembre es del 83,5%. Frente al programa misional se han obtenido porcentaje de avance en 5 de las 5 actividades formuladas, con avance del 100%. El avance promedio del plan de gestión ambiental es de 91,75%.

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



Plan de acción Institucional 2021

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 2021, 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 y 2021 el objetivo ha sido 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.

Como se narró en el capítulo anterior y dando alcance al Plan Estratégico Sectorial, se han logrado acciones concretas encaminadas a gestionar acuerdos y aunque se espera contar con todos los resultados al final de la vigencia, fue realizado un corte semestral de avance en algunas barreras, los cuales se describen a continuación (Primer reporte del



año corte junio)

Barrera: Precio /Competitividad

Tarea/compromiso: Se requieren campañas de sensibilización al comprador nacional e internacional que destaquen la historia detrás del producto, mejorar las tarifas de transporte nacional, impuestos y servicios que contribuyan a la disminución de costos finales.

Avance: El SIART (Sistema de Información para la actividad Artesanal) ha realizado publicaciones en redes sociales, logrando un alto alcance en personas impactadas. Se han realizado notas publicadas en el portal web de la entidad, especiales de #ColombiaArtesanal, campañas de email marketing, ediciones del boletín artesanía 360°, Se han atendido solicitudes de información en las redes sociales y demás canales, se dio respuesta a solicitudes de servicios en línea.

Tarea/compromiso: Continuar trabajando de la mano con las comunidades para capacitar y estandarizar de la mejor manera sus costos de producción.

Avance: A través del equipo del componente de comercialización se han realizado 11 talleres de capacitación en Cálculo de costos y precios beneficiando a 298 artesanos.

Barrera: Herramientas Financieras

Tarea/compromiso: Programas de financiación por parte de entidades financieras y gubernamentales para el sector artesanal: compra materia prima, mano de obra, herramientas de trabajo

Avance: En el periodo comprendido entre el 11 de abril y el 28 de junio del presente año, las capacitaciones en Educación Financiera tuvieron 1.500 asistencias de artesanos, se realizaron 35 capacitaciones, las cuales contaron con 533 asistentes al módulo 1 de Educación Financiera denominado: Planificación de la vida Financiera, 394 artesanos que participaron en el módulo 2: Ingresos, Gastos y Presupuesto, 226 artesanos al módulo 3: Ahorro y Crédito, 156 artesanos al módulo 4: Inversión y Crecimiento de la Unidad Productiva, 122 artesanos al módulo de Determinación de Costos de las Artesanías y 69 artesanos que participaron en capacitaciones de Entidades Financieras



Barrera: Acceso a TICS y Comunicaciones

Tarea/compromiso: El Gobierno debe seguir apostándole a estas alternativas impulsando y brindando herramientas que puedan facilitar la creación de portales web y plataformas de facilitación al comercio. El comercio B2B, B2C es una gran oportunidad igualmente para conectar al sector con la demanda nacional e internacional por lo cual se deben crear jornadas de capacitación en las regiones para que esta herramienta pueda potencializar el comercio nacional e internacional del sector.

Avance: Artesanías de Colombia ha implementado un Marketplace especializado en artesanía nacional, sus resultados específicos se evidenciarán en la descripción de los avances del objetivo estratégico correspondiente.

Las marcas artesanales presentes en la plataforma han accedido a la misma a través de un proceso de selección y han sido beneficiados con su participación gratuita en la misma, cubriendo económicamente aspectos como:

- Presencia en la plataforma digital www.artesantiasdecolombiatienda.com.co
- Realización de hasta 10 fotografías tipo e.commerce, correspondientes a 10 referencias de producto distintas, cada fotografía contempla tres vistas del producto
- Envío de productos desde la ciudad principal del artesano a Artesanías de Colombia S.A. y regreso, de acuerdo al plan de producción aprobado para la marca.
- Recepción, gestión, administración del inventario y servicio de bodegaje, durante 6 meses
- Alistamiento y despacho a cliente final, incluyendo empaques.
- Elaboración de historia de vida escrita del líder del grupo artesanal.
- Elaboración de narración tipo podcast en audio.
- Gestión y elaboración de carga de información en la plataforma, así como acompañamiento en edición, en caso de requerirse
- Recepción del inventario en calidad de consignación.
- Gestión de las ventas y consignaciones mensuales sobre las ventas obtenidas por la marca en la plataforma (previo envío de factura o cuenta de cobro por parte de la marca)



Barrera: Habilidades de Comercialización

Tarea/compromiso: La buena atención al cliente es uno de los requisitos más importantes a la hora de cerrar una venta. Se debe seguir capacitando al sector en ello para mejorar la experiencia del comprador y garantizar una fidelización con el objetivo de generar buenas relaciones a largo plazo que impacte de manera positiva la generación de ingresos para los artesanos. Se debe fortalecer el acompañamiento a las comunidades en temas de creación de catálogos, tarjetas de presentación y apertura de canales de comunicación, los cuales son herramientas claves para la venta.

Avance: Para mejorar la atención al cliente final o intermediario se han identificado las herramientas más eficaces para realizar ventas optimas en las nuevas dinámicas virtuales, se han desarrollado diferentes piezas graficas que incluye catálogos básicos, membretes para comunicaciones, esquemas gráficos y plantillas para subir contenido o para vender por medio de las diferentes redes sociales, tarjetas de presentación digitales, catálogos especializados según canal de comercialización ejemplo tiendas online, tiendas físicas o ruedas de negocios, banners para encabezado de las tiendas online o canales de promoción virtuales especializados, piezas digitales para invitar a eventos virtuales o presenciales.

Barrera: Financiera

Tarea/compromiso: Mejora en la socialización y accesibilidad al sistema bancario en todas las regiones del país.

Avance: DAVIVIENDA/DAVIPLATA: Alianza que beneficia la comunidad de Sibundoy y Guacamayas. Capacitación en Educación Financiera (para análisis e implementación se desarrolla un piloto con más de 70 artesanos del departamento de Nariño)

Barrera: Legalidad Materias Primas

Tarea/compromiso:

1. Acompañamiento y seguimiento en la solicitud de tramites de legalidad de materias primas a artesanos y autoridades ambientales.
2. Mesas de trabajo con entes de control del orden departamental (CARs) para identificar e implementar acciones que faciliten y den cumplimiento a los procesos de legalidad



aplicables a algunas materias primas priorizadas.

3. Iniciativas para el manejo adecuado de las materias primas empleadas en la actividad artesanal: identificación y caracterización de especies, diagnósticos de oferta y demanda de especies utilizadas en el sector artesanal, implementación de prácticas de repoblamiento.

Avance: Los relacionados en los avances de los entregables del PES, correspondientes a legalidad de Materia Prima y que se ampliarán en el capítulo respectivo.

Barrera: Registro de Exportaciones DANE

Tarea/compromiso: Realizar trabajo conjunto con DANE para identificar la salida real de productos artesanales del país con partidas arancelarias y con apoyo de transportadoras y empresas privadas de Courier.

Avance: Por medio del Decreto 654 del 16 de junio de 2021, el Ministerio de Trabajo ha reconocido 3.000 oficios del patrimonio cultural, las industrias creativas y las artes. Este avance, logrado a partir del trabajo liderado por el Ministerio de Cultura, junto al Ministerio de Trabajo, el DANE, el SENA y diferentes representantes del sector, constituye un hito en el campo cultural y sus ocupaciones asociadas.

Barrera: Canales de Comercialización

Tarea/compromiso: Se debe desarrollar una estrategia de comercialización y generación de vitrinas de venta permanentes con grandes superficies, plazas de mercado, tiendas especializadas y almacenes de cadena a nivel nacional para que la comercialización de los productos artesanales sea permanente y no dependa exclusivamente de su participación en las ferias y eventos que se realizan.

Avance: A través del equipo de asesores regionales para el componente de comercialización se han establecido 4 estrategias de comercialización y generación de vitrinas de venta permanentes las cuales están siendo socializadas con empresas, grandes superficies, entidades territoriales y aliados estratégicos regionales y nacionales.

Barrera: Alianzas Productivas

Tarea/compromiso: Se debe trabajar de forma articulada en un programa de estímulos y alianzas productivas que incentive al sector empresarial de pequeñas, medianas y



grandes empresas a invertir y trabajar con diferentes grupos artesanales del país, en el aprovechamiento y apertura de nuevos nichos de mercado a nivel nacional e internacional bajo principios de comercio justo.

Se debe realizar un trabajo conjunto igualmente con el sector privado para crear proyectos de responsabilidad social que permitan apadrinar, patrocinar estrategias comerciales para el sector artesanal tales como la participación en ferias, manutención de vitrinas comerciales, financiación de compra de materias primas para futuras producciones, entre otros.

Avance: Durante la vigencia se han logrado importantes alianzas con empresas de diferentes sectores de la economía como DIAGEO, Davivienda y CLARO. Los resultados se mostrarán en el capítulo correspondiente a los resultados de cofinanciación, alianzas y patrocinios.

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:

Estrategia Mejoramiento Productivo

Oficio de trabajo en madera

Mejoramiento de procesos productivos

- ✓ Procesos productivos mejorados en los departamentos de Bogotá, Cundinamarca, Boyacá, Santanderes, Huila, Atlántico, Magdalena, Tolima, Bolivar y Orinoquia:
 - Preservación, secado de madera
 - Acabados naturales e industriales con la implementación de insumos de bajo impacto ambiental
 - Ensamblajes y pegues
 - Empaque y Embalado

Mejoramiento de técnicas

- ✓ Técnica de talla en madera mejorada en los departamentos de Atlántico, Magdalena, Bogotá, Cundinamarca, Boyacá, Santanderes, Huila, Atlántico, Magdalena y Orinoquia



Técnicas implementadas

- ✓ Técnica en talla en madera desarrollada bajo el modelo metodológico de curso – taller de cualificación técnica dirigida a los artesanos de Bogotá, con intensidad de 32 horas.

Herramientas implementadas

- ✓ Desarrollo de Kit de herramientas con especificaciones técnicas para la técnica de talla en madera para los departamentos de Chocó, Atlántico, Córdoba, Magdalena, Sucre y Cesar.

Mejoramiento de producto artesanal

- ✓ Líneas de producto mejoradas a través de la asistencia técnica en los procesos de secado, talla y acabado de producto en madera en Ciénaga de Oro (Córdoba), Santa Marta (Magdalena), Galapa (Atlántico) , Sampués (Sucre) y Gigante (Huila).

Oficio trabajo en totumo, coco y cacho

- ✓ Procesos productivos mejorados en Cartagena, Ciénaga (Magdalena), Galeras (Sucre), Suan y Tubará (Atlántico) e Ibagué, Guamo, Armero y Guayabal (Tolima).
 - Preparación y secado de materias primas
 - Acabados industriales base agua amigables con el medio ambiente y para productos en contacto con alimentos
 - Acabados industriales base agua, amigables con el medio ambiente en instrumentos musicales, en el municipio de San Jacinto (Bolívar).

Herramientas implementadas

- ✓ Desarrollo de Kit de herramientas con especificaciones técnicas para el proceso de burilado en el oficio de trabajo en totumo para los departamentos de Atlántico, Bolívar Tolima y Casanare.

Oficio trabajo en cuero

Mejoramiento de procesos productivos

- ✓ Mejoramiento de procesos productivos en los departamentos de Bogotá, Cundinamarca, Boyacá, Santanderes y Orinoquia:



- Alistamiento de materia prima
 - Modelismo
 - Corte, costura y pegue
 - Acabados
- ✓ Tallaje para calzado tradicional, a través del diseño, digitalización y elaboración de plantillas en diferentes tallas, con numeración nacional y americana para niño, mujer y hombre, en el departamento de La Guajira.
 - ✓ Corte y costura, a partir del uso adecuado de herramientas, proceso de afilado, corte y pegue, costura y acabados, aplicados a la elaboración de la waireña, sandalia tradicional de la etnia Wayúu.
 - ✓ Proceso de modelado con ejes de simetría, desarrollado bajo el modelo metodológico de curso – taller de cualificación técnica dirigida a los artesanos de Bogotá, con intensidad de 20 horas.

Mejoramiento de producto artesanal

- ✓ Líneas de producto mejoradas a través del diseño y acompañamiento en la fabricación de asas y manijas para la elaboración de contenedores y bolsos en la comunidad de Cascajal (Bolívar).

Técnicas implementadas

- ✓ Técnica en cincelado desarrollado bajo el modelo metodológico de curso – taller de cualificación técnica dirigida a los artesanos del municipio de Belén (Nariño).

Oficio cestería en iraca

Mejoramiento de procesos productivos y criterios de calidad

- ✓ Mejoramiento de procesos técnicos y productivos en los municipios de Coloso (Sucre), San Juan de Nepomuceno (Bolívar), en el marco del proyecto con Riqueza Natural:
 - Alistamiento de materia prima
 - Tinturado
 - Tejeduría
 - Costura



Estrategia Negocios Verdes

El plan de Negocios Verdes tiene como objetivo principal definir los lineamientos y proporcionar herramientas para la planificación y toma de decisiones que permitan el desarrollo, fomento y promoción tanto de la oferta como de la demanda de los negocios verdes y sostenibles en el país, mediante el desarrollo de una plataforma adecuada de instrumentos, incentivos, coordinación y articulación institucional orientada al crecimiento económico, la generación de empleo y la conservación del capital natural de Colombia.

En el marco de estos lineamientos, Artesanías de Colombia dinamiza la estrategia fortaleciendo aquellos grupos y talleres que han consolidado su cadena de valor.

Negocios verdes fortalecidos

- ✓ 73 unidades productivas y/o grupos artesanales priorizados para negocios verdes a nivel nacional
- ✓ 31 unidades productivas y/o grupos artesanales inscritos al programa de negocios verdes ante 9 Corporaciones Autónomas Regionales del País: Cardique, CVS, CRA, CVC, Corpoboyacá, CAM, CAR, Corpocaldas, Cortolima
- ✓ 16 negocios verdes fortalecidos en sus planes de mejora emitidos por 7 Corporaciones Autónomas Regionales del País: CARSUCRE, CVC, Corpoboyacá, CAM, CAR, Corpocaldas y Cortolima.

Mejoramiento técnico

Se fortalece técnicamente a 7 comunidades Wayúu del Departamento de la Guajira en el oficio de tejeduría con hilo acrílico, técnica crochet: Comunidad De Mujeres Artesanas Shiipia E>Inaatnuu y Asociacion de Pescadores Artesanales y Mujeres Artesanas Onulee Jeket, Artesanas de Tokoko, ubicadas en el municipio de Riohacha y Ainalii en el municipio de Barrancas.

En el municipio de Uribia, se fortalece técnicamente a la comunidad de Sijolo (Alta Guajira) en el oficio de tejeduría en paja mawisa.

Esta información resume con precisión los avances del corte del informe y que fueron informados a grandes rasgos frente al indicador del PES.



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 2.281 talleres de comercialización y 327 talleres de emprendimiento a aproximadamente a 5.938 artesanos beneficiados, lo que corresponde a una atención del 47% de beneficiarios en temas de comercialización y un 26% en temas de emprendimiento.

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



través de la cual se ofrece asistencia técnica y acompañamiento a las comunidades con mayor vocación artesanal del país para fortalecer sus capacidades y competencias humanas, socio-organizativas, productivas, técnicas, empresariales y comerciales, con un énfasis en la identidad cultural, la innovación, el diseño y la calidad 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.

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. Esta convocatoria pública, que se lanzó durante todo el mes de febrero, fue realizada de manera virtual, y buscó la inscripción de grupos, comunidades y asociaciones artesanales a los Laboratorios de Innovación y Diseño.

Los grupos, comunidades o asociaciones artesanales, se debieron inscribir a través del líder o lidereza, quién diligenció el formulario de inscripción de forma virtual. Esta convocatoria fue dirigida a grupos, comunidades y asociaciones artesanales de los siguientes departamentos: Arauca, Atlántico, Antioquia, Amazonas, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauca, Casanare, Caquetá Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Chocó, La Guajira, Guanía, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Putumayo, Quindío, Risaralda, Santander, Sucre, Tolima, Valle del Cauca y la ciudad de Bogotá.

Para los artesanos que trabajan de forma individual, la entidad cuenta con el Programa Nacional de Asesoría Puntuales, por lo que esta convocatoria se dirige de manera prioritaria a grupos de artesanos. Sin embargo, y reconociendo que en algunos departamentos la dinámica productiva no es grupal sino individual, se permitió la inscripción de artesanos y artesanas que ejercen un oficio artesanal tradicional de manera individual. En estos casos, Artesanías de Colombia definió el esquema de atención más adecuado.

Los grupos de artesanos interesados en participar en el Programa Nacional de Moda y Joyería (productores de prendas, accesorios, complementos o joyería), se inscribieron a esta convocatoria.



Entre los resultados cuantitativos de este ejercicio se destacan: 2.207 unidades productivas aplicaron a la convocatoria. Quienes aplican son líderes de grupos artesanales de unidades productivas representando a 10.540 artesanos de 369 municipios, en 31 departamentos, mayoritariamente en Boyacá, Cundinamarca y Magdalena. Se seleccionaron 1.756 unidades productivas que representan 9.039 artesanos, de los oficios de: Tejeduría, bisutería, joyería, carpintería, trabajo en tela, cestería, marroquinería, entre otros.

Se resalta que el 74% de las personas que aplicaron son mujeres, el 12% tienen menos de 31 años, 48% tienen entre 31 y 50 años, el 40% tienen más de 50 años, el 18% proceden de una comunidad indígena, 5% NARP y 0.4% gitano Rrom.

El 50% se reconoce como población vulnerable, por ser madres cabeza de hogar, indígenas, víctimas de la violencia y de desplazamiento forzoso. Adicionalmente Resultado de las convocatorias se cuenta con 193 unidades productivas inscritas en 52 municipios PDET. 47% de las unidades productivas están conformadas por más de una persona. Estas unidades colectivas son: 50% talleres artesanales; 29% organizaciones o asociaciones y 23% unidades productivas familiares.

La mayor parte de las unidades colectivas están conformadas por 2 miembros. Así mismo, el 33% de las personas inscritas han participado en proyectos de la Entidad y el 61% lo hicieron dentro del 2020.

Dentro de los resultados cualitativos se encuentran los obtenidos del análisis de contexto bajo la metodología DOFA, realizado en el marco de la convocatoria a través de una serie de preguntas abiertas a los artesanos para brindarles la posibilidad de expresar y extraer su voz, encontrando:



DEBILIDADES. Las principales debilidades que los artesanos identificaron en su actividad, entendidas como factores que los ponen en desventaja sobre la competencia, los recursos o las habilidades que les hacen falta, están en su mayoría relacionadas con la consecución de capital para invertir en la producción de sus



piezas y la publicidad, mercadeo y comercialización de las mismas. Resaltan también, categorías asociadas a la generación de espacios comerciales feriales, y el acceso y uso de TICS para comercializar.

OPORTUNIDADES. En el mapa de palabras que se presenta, se encuentran destacadas las palabras más coincidentes en las respuestas de los artesanos. Se les preguntó por las oportunidades que identificaron en su actividad, definidas como los factores positivos y favorables que podrían explotar de su entorno y que podrían ayudarles a mejorar. La



mayoría de las personas manifestaron como oportunidad, factores asociados a la producción de sus piezas, desde la innovación y el diseño, y creación de piezas, con alta calidad e identidad. Además, expresaron una oportunidad relevante en el acceso a las TICs para generar procesos de fortalecimiento de sus unidades productivas.



FORTALEZAS. En cuanto a las fortalezas, entendidas como las capacidades, conocimientos, recursos o habilidades con las que cuentan y que hacen que desarrollen su actividad de manera favorable, la mayoría de las personas manifestaron como fortaleza, la calidad de las piezas que producen,



asociado a la experticia y manejo de técnicas de transformación de las materias primas. Otras fortalezas relevantes están asociadas a las habilidades de los participantes en cuanto a creatividad e identidad, y recursos disponibles como su taller y materias primas.

AMENAZAS. Estas fueron definidas como los factores o situaciones del entorno que pueden llegar a poner en riesgo el buen desarrollo de su labor. La mayoría señaló como amenaza, la disponibilidad o acceso a materias primas ligado a la falta de capital de inversión. Otro aspecto de alta relevancia, es la situación sanitaria actual y las dinámicas de



incertidumbre que conlleva la pandemia, incluido el acceso y uso de TICs, la competencia desleal, y la comercialización por canales no convencionales.



NECESIDADES: Sobre el principal problema o necesidad que quisieran resolver al participar en la convocatoria, la mayoría de inscritos mencionó el diseño, asociado a la innovación y producción de piezas con alta calidad, como la principal necesidad. Existen otros focos de atención respecto a las



problemáticas a atender, ligadas a la comercialización y posicionamiento de marca de sus talleres, y a la realización de ferias, eventos comerciales o de divulgación, que permitan el reconocimiento de la labor artesanal, mediante la promoción y divulgación de los oficios.

MOTIVACIONES. Las principales motivaciones para participar en los proyectos de fortalecimiento están divididas en dos temáticas principales: la necesidad de reconocimiento de la importancia de la labor artesanal y de los saberes del artesanado, así como el fortalecimiento técnico de estos saberes, y por otro lado, las



motivaciones asociadas a la comercialización de sus piezas, la reactivación económica y el posicionamiento de sus talleres en espacios comerciales, como ferias, eventos y vitrinas. Otras motivaciones están asociadas al relevo generacional, a la asociatividad, preservación y rescate de los oficios.



EXPECTATIVAS. En cuanto a las expectativas, las personas que se inscribieron esperan adquirir conocimientos técnicos en sus oficios y técnicas, la comercialización de sus piezas mediante la organización de ferias y espacios comerciales, así como aprender y fortalecer



sus habilidades en el uso de redes sociales, plataformas y tecnologías de la información, factores imperantes dadas las condiciones sanitarias actuales. Otras categorías están asociadas a la generación de comunidades artesanas, con la creación de redes de contactos, y promoción de alianzas estratégicas entre las comunidades y la institucionalidad, o empresariado.

Es de resaltar la importancia de este ejercicio, pues por primera vez que se hace esta extracción de voz a los artesanos y esta información ha dejado unas categorías de las necesidades que ellos manifiestan en este primer estudio cualitativo, y lo que se pretendió hacer fue convertirlo en un estudio cuantitativo y estadístico de las necesidades del sector, que ha permitido a la entidad estar muy sintonizados con dichas necesidades y dar respuesta a través de los distintos programas de Artesanías.

Es así que fue realizada la cuantificación de categorías DOFA significativas, como parte de las actividades que ejecuta el componente de desarrollo Humano y Socio Organizativo. A continuación, se describe la ficha técnica de este estudi.:

Objetivo: Geolocalizar y cuantificar 25 variables asociadas al portafolio de servicios de la entidad, mediante metodología DOFA

Población objetivo y alcance: Artesanos y artesanas en el territorio nacional, con un alcance total de 1.087 registros de artesanos individuales y representantes de unidades



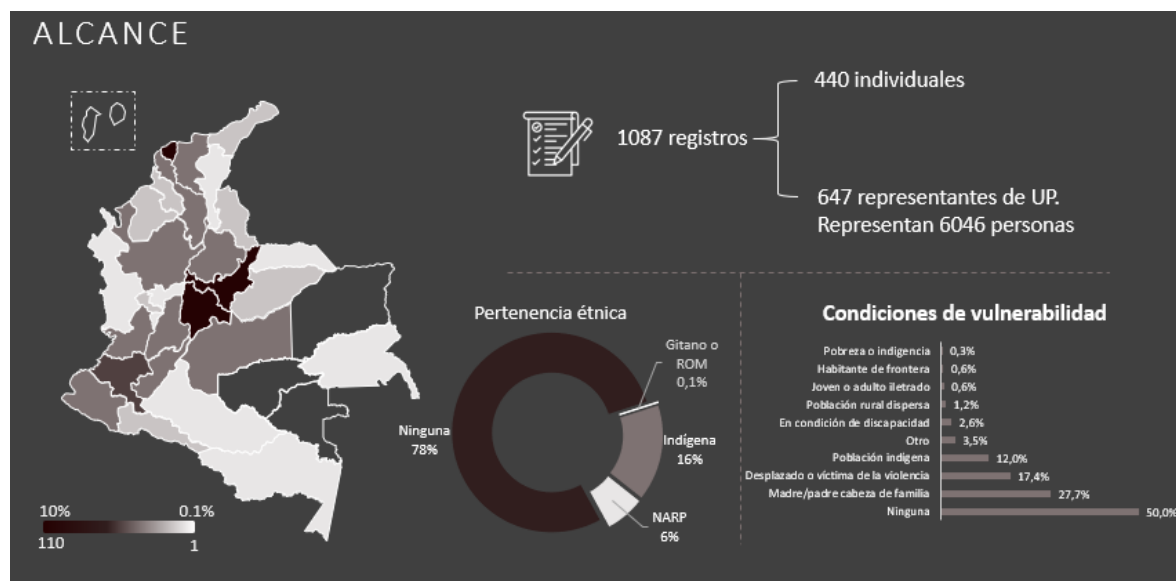
productivas, comunidades o asociaciones, para una representatividad de 6.486 artesanos.

Preguntas de medición cuantitativa: Se dispuso de una tabla con 25 variables que resultaron del primer estudio cualitativo (Convocatoria), en la que los participantes debían clasificar cada una dentro de una categoría DOFA, exclusiva: Debilidad, Oportunidad, Fortaleza o Amenaza, como se mostró anteriormente.

Diseño, aplicación y sistematización.

- **Desarrollo Humano:** diseño, recolección de entrevistas, seguimiento y sistematización de la información
- **Estadística e información:** diseño técnico y montaje.
- **SIART:** Comunicaciones y envío masivo del formulario

El alcance del ejercicio se muestra a continuación:



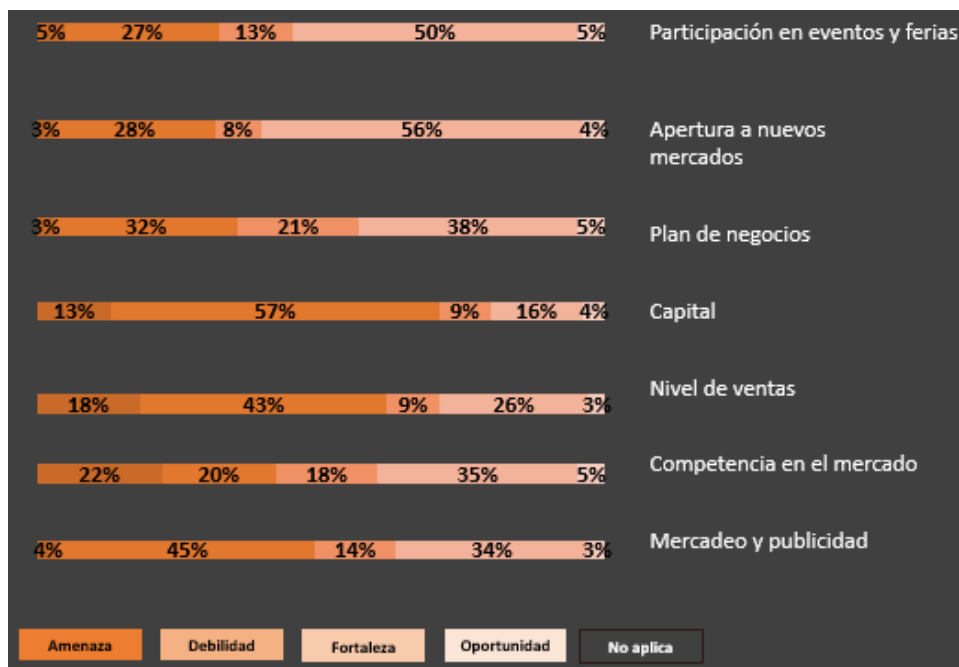
VARIABLES DE MEDICIÓN POR ÁREA: Las 25 variables que se muestran a continuación, surgen como categorías emergentes del estudio cualitativo adelantado en el proceso de Convocatoria 2021. En el formulario de inscripción, a los líderes de las Unidades Productivas, se les pidió señalar de forma abierta los factores asociados a DOFA. A partir de la sistematización, se recogieron y clasificaron por áreas de análisis, las categorías más significativas, y se procedió a cuantificar y geolocalizar esta percepción.



DISEÑO	PRODUCCIÓN	COMERCIALIZACIÓN
1. Diseño de piezas 2. Innovación 3. Conocimiento de técnicas 4. Presentación comercial de las piezas 5. Calidad de las piezas	6. Procesos tecnológicos en la producción 7. Uso sostenible de los recursos naturales 8. Acceso a materias primas 9. Espacio de trabajo adecuado: taller y herramientas	10. Capital 11. Nivel de ventas 12. Participación en eventos y ferias 13. Competencia en el mercado 14. Mercadeo y publicidad 15. Apertura a nuevos mercados 16. Plan de negocios
PROPIEDAD INTELECTUAL Y FORMALIZACIÓN	DESARROLLO HUMANO	TIC
17. Registros de marca, certificaciones y sellos distintivos	18. Actividad artesanal como proyecto de vida 19. Trabajo en equipo y asociatividad 20. Alianzas y contactos 21. Liderazgo 22. Conocimientos culturales del oficio y el territorio 23. Identidad 24. Transmisión de saberes	25. Acceso y uso de internet y equipos. (Celulares, computadores, Tablet, conocimiento en plataformas, software, uso de redes sociales, etc.)

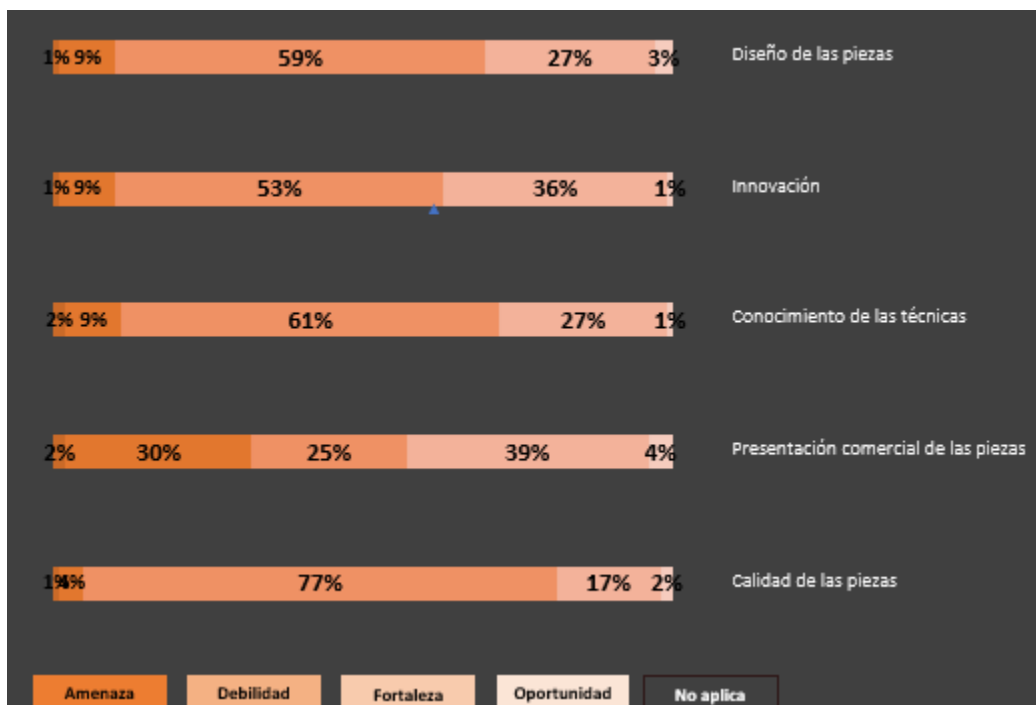
Es así que los resultados por área se muestran a continuación:

COMERCIALIZACIÓN: Los factores medidos en comercialización se pueden dividir en dos espectros distintos: aquellos en los que se ve oportunidad de mejora, como la participación en eventos y ferias, apertura a nuevos mercados y generación de planes de negocio, factores en los que el interés es notorio, pero no se perciben desarrollados. Los demás factores son aquellos que amenazan la continuidad de los procesos artesanales, o que debilitan su feliz término, como el mercadeo y la publicidad, la competencia en el mercado, nivel de ventas y capital.



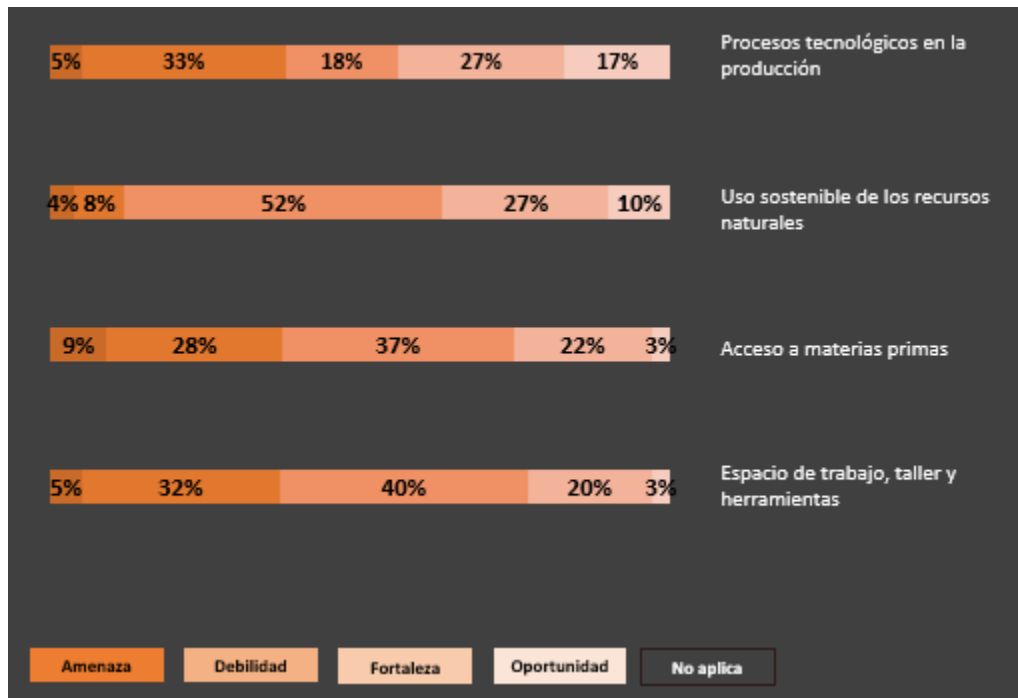
En cuanto a los factores comerciales evaluados, la percepción está equilibrada. El 13% de la percepción es percibida como fortaleza y el 37% como oportunidad, lo que muestra una sensación de optimismo en la mejora de los factores asociados. Solo escapa a esta percepción el 10% que eleva la percepción de amenaza a la continuidad de su actividad.

DISEÑO: El factor con mayor percepción positiva en cuanto a Diseño, es el de Calidad de las piezas artesanales, con una percepción de fortaleza del 77% de los participantes, y oportunidad de mejora para el 17%. El factor de mayor percepción negativa es el de Presentación comercial de las piezas, que se relaciona con la elaboración de catálogos, curaduría, y montaje de espacios comerciales.



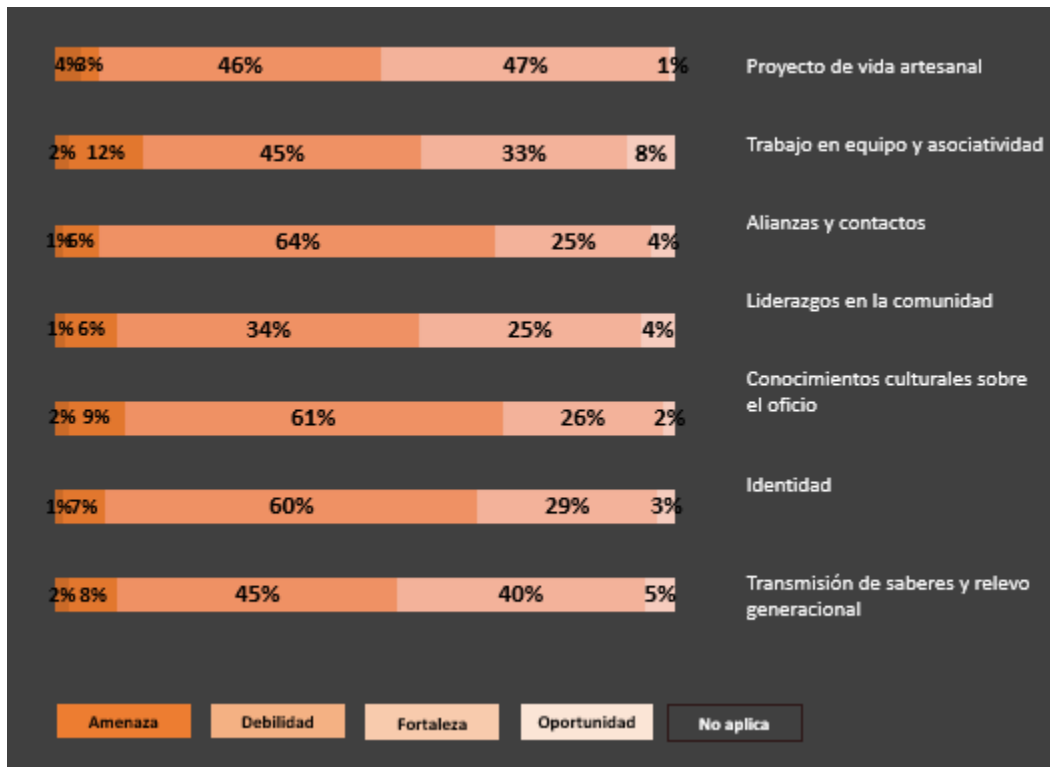
El promedio de las características medidas en cuanto a Diseño, muestra una positividad del 84%. Los factores negativos se alzan al 13%, junto a un 2% de artesanos que no evalúan estas características en su producción.

PRODUCCIÓN: En cuanto a la producción de las unidades productivas, el factor mejor percibido por los participantes es el del Uso sostenible de los recursos naturales. El uso de tecnologías es percibido como una debilidad y oportunidad en valores cercanos, es decir, no se están percibiendo innovaciones tecnológicas en el 60% de las UP. El taller, espacio de trabajo y herramientas es también un factor débil, con percepción negativa del 37%.



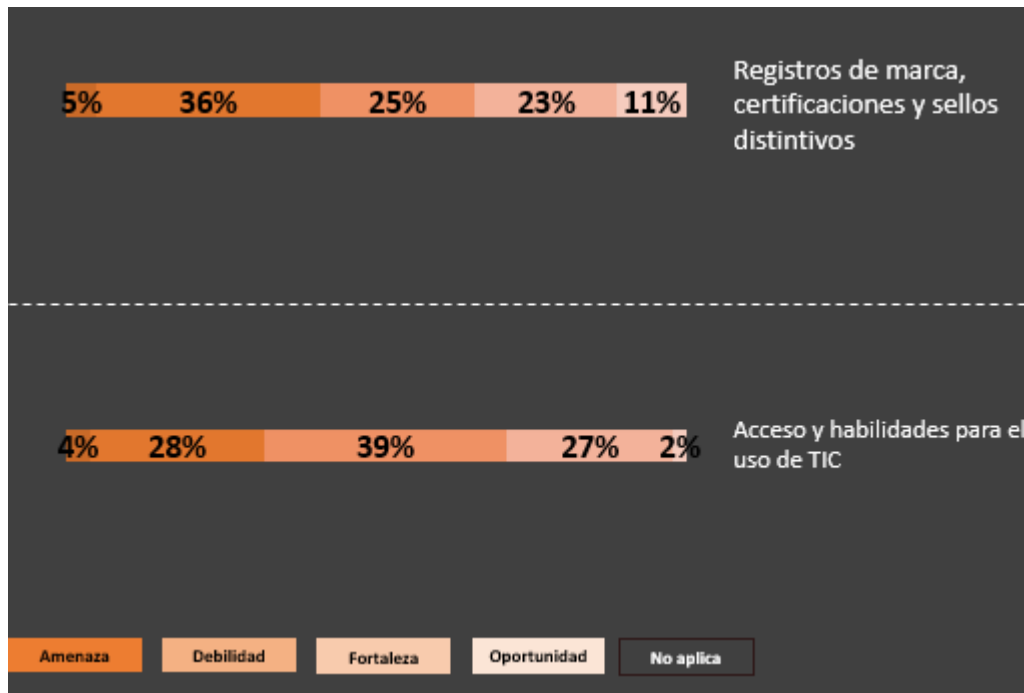
El promedio de las características medidas en cuanto a producción muestran un singular espacio de potencialidad, pues en proporciones iguales, las UP consideran los factores productivos como una debilidad y oportunidad de mejora. Se puede intuir apertura al cambio.

DESARROLLO HUMANO: Los factores asociados al Desarrollo Humano y Social son los de mejor percepción global como fortaleza y oportunidad. El factor de mejor percepción es el de proyecto de vida artesanal, que revela la alta vocación artesanal de las comunidades objetivo. El factor con mayor percepción negativa es el de alianzas y contactos, mostrando la necesidad de articulación glocal de instituciones y actores para generar redes en las comunidades artesanales. De igual forma, la transmisión de saberes es un campo percibido como oportunidad de mejora, y de gran interés para los artesanos.



En cuanto a los factores sociales y humanos, en general la percepción positiva es del 85%. Resalta una creciente fuerza de artesanos que no se interesan por los procesos colectivos, que llega casi al 10%, y elevan las condiciones de alianzas y temas comunitarios a un 15% de percepción negativa o de desinterés.

REGISTROS DE MARCA Y TICS: En cuanto a los registros de marca, certificaciones y sellos distintivos resalta un 11% de artesanos y unidades productivas que no evalúan esto como una posibilidad para sus procesos. En cuanto a la percepción positiva, los factores están equilibrados: la mitad de los artesanos interesados en este factor los ve como oportunidad o fortaleza, y la otra mitad como una debilidad, mayormente.



El acceso y habilidades necesarias para el uso de las TIC es un factor viciado, dada la naturaleza electrónica de difusión y respuesta del formulario, sin embargo, y dadas estas condiciones intrínsecas al estudio, persiste un 32% de los artesanos que ven en este factor una debilidad para sus procesos artesanales. Resalta el 39% de los participantes que consideran los nuevos medios 4.0 como fortaleza para sus iniciativas. Factor creciente.

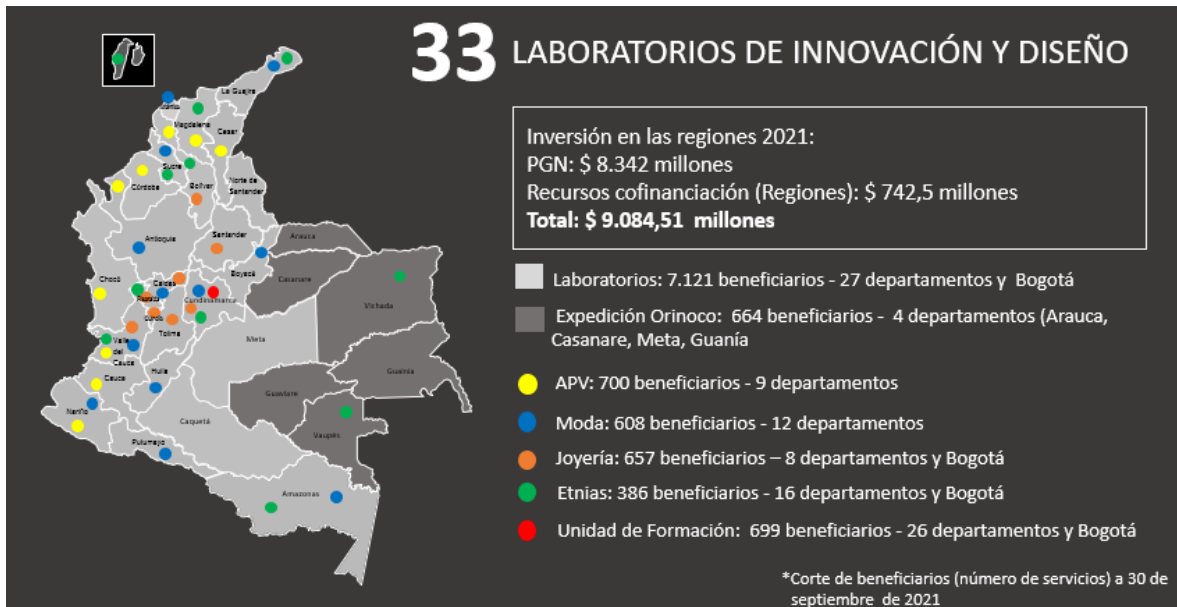
Todo lo anterior ha sido insumo importante para contemplar mejoras en la oferta institucional basado en las necesidades y expectativas puntuales de los beneficiarios, identificado a partir de sus propios análisis. En el mes de abril se inició el proceso de atención de los líderes y grupos de artesanos seleccionados por convocatoria 2021.

Resultado de las acciones emprendidas a la fecha, como se evidenció en el capítulo anterior, se encuentran: 7.121 beneficiarios en 441 municipios. De acuerdo con los indicadores de atención, por parte de Laboratorios a septiembre el 79% de los beneficiarios atendidos son mujeres, 28% de los beneficiarios son indígenas, el 3,3% son de la comunidad NARP y el 68,6% son artesanos campesinos, contemporáneos u otros.



El 47,97% de los beneficiarios fueron atendidos en el módulo de comercialización, el 41,4% en el de Desarrollo Humano, el 14% en el de producción, el 71% en el de diseño e innovación. El 25,6% en temas de emprendimiento.

Se atendieron 4.590 nuevos artesanos. Se han facilitado al mes de septiembre negocios por \$ 287.360.603



Al mes de septiembre se impartieron 131 videos conferencias y Talleres, 1416 asesorías virtuales y de seguimiento, 35 capsulas y 35 catálogos correspondientes al módulo de diseño. 19 talleres y 11 asesorías puntuales del módulo de Desarrollo humano y 122 talleres del módulo de comercialización.

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 son los siguientes:

Componente Desarrollo Humano

Al 39,3% de los beneficiarios atendidos 2021, se les impartieron talleres y capacitaciones en el módulo de Desarrollo humano en temas de 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

Al 15,3% de los beneficiarios atendidos, se les impartieron talleres y capacitaciones en el módulo de Producción y calidad en temas relacionados con: 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

Al 71,74% de los beneficiarios atendidos, se les impartieron talleres y capacitaciones en el módulo de diseño, en temas de 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, reencuétrate 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

Al 48,48 % de los beneficiarios, se les impartieron talleres y capacitaciones en el módulo de Comercialización en temas de: 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

Al 25,1% de los beneficiarios atendidos, se les impartieron talleres y capacitaciones en el tema de emprendimiento: Socialización crédito avanza Colombia, Educación financiera; Tips de inversión, La inversión y el crecimiento de la unidad productiva, Finanzas personales)

Respecto al Portafolio de servicios, se ha impartido asesorías y asistencias técnicas al 76,9% de los beneficiarios acumulados, se ha prestado servicios de diseño e innovación del producto al 44,3% de los beneficiarios, formación técnico laboral al 1,9% , generación de oportunidades comerciales 23,5%, información al 19,5% de los beneficiarios y promoción al 8,7%.

Educación financiera

El objetivo general del módulo es dotar a los artesanos con las herramientas que les permitan desarrollar una planeación financiera personal y empresarial; entender la necesidad de salvaguardar su patrimonio y recursos financieros para tomar buenas decisiones frente a la sostenibilidad de la unidad productiva.

Se han impartido 102 capacitaciones y se han realizado 4.026 asistencias técnicas en temas de educación financiera, 1.602 artesanos han recibido las capacitaciones ubicados en 30 departamentos.

EXPEDICION ORINOCO

El objetivo de este proyecto es identificar y fortalecer capacidades que aporten a la visibilización y preservación del oficio de las comunidades artesanales indígenas y campesinas a través de acciones de desarrollo humano, diseño y comercialización en los departamentos Arauca, Casanare, Meta y Guaviare.

Objetivos Específicos:

- Reconocer, identificar y caracterizar a las comunidades artesanales en Arauca, Casanare, Guainía, y Meta.



- Iniciar procesos para fortalecer la cadena de valor de la actividad artesanal, a partir del rescate de sus tradiciones.
- Promover el posicionamiento de ADC
- Generar alianzas con actores locales, regionales y nacionales para fortalecer la actividad artesanal de la región.

Al mes de octubre se han atendido 734 beneficiarios en los componentes de Desarrollo Humano, diseño, producción y comercialización.

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 5 convenios y 5 alianzas a nivel nacional y 5 alianzas de cooperación internacional.

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 2021, identificar y caracterizar 32.111 artesanos en 31 departamentos. Esto no es solo una caracterización sino un ejercicio dinámico y que es de utilidad para otros propósitos institucionales de manera permanente. Esta caracterización es tan importante que de hecho el DANE lo ha presentado como gran aporte en el marco de la política de Economía Naranja.

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:

- Desarrollo de convocatoria nacional de Laboratorios y Unidad de formación 2021 y análisis de DOFA (presentado anteriormente).
- Inclusión en el Censo Económico Nacional de variables de identificación y caracterización de artesanos, el cual será ejecutado en el 2022.
- La inclusión de la actividad artesanal en la nueva Clasificación Única de Ocupaciones



para Colombia-CUOC. Para entender un poco este logro es importante recordar que, hasta 2020 se contaba con dos clasificaciones de oficios, una del SENA y otra del DANE. A partir de 2021 se genera la clasificación única para Colombia y gracias a las gestiones realizadas a través del SIEAA, el trabajo de la entidad y a partir del ejercicio liderado por el Ministerio de Cultura, junto al Ministerio de Trabajo, el DANE, el SENA y diferentes representantes del sector, se ha logrado que por medio del Decreto 654 del 16 de junio de 2021, el reconocimiento, por parte de Min Trabajo de 3.000 oficios del patrimonio cultural, las industrias creativas y las artes.

Por otro lado, y como parte del componente comercial, se llevó a cabo la segunda versión de la Copa “Contando un cuento”.

Esta versión contó con dos (2) categorías: Étnica y Tradicional – Contemporánea, 30 grupos o marcas en cada categoría

Las cuatro fases desarrolladas fueron:

- Preclasificación: video de presentación
- Cuartos de final: Podcast
- Semifinal: Llamada de cliente incognito
- Gran final: “Un día en”

Los ganadores por categoría:

- Ganador categoría Tradicional: Florentino
- Ganador categoría Étnica: Hajsú

**Contando
el cuento**
COPA ARTESANAL DISCURSO DE VENTAS



Hajsú



Florentino



AVANCE SEPTIEMBRE 2021	
RECURSOS PGN - AdC (MM) Comprometidos: \$5.594	\$ 7.330
RECURSOS GESTIONADOS DE COFINANCIACIÓN (MM) Meta: \$ 765 (Cofinanciación Nacional)	\$ 643
BENEFICIARIOS TOTALES 32 departamentos y Bogotá 411 municipios	7.121
TALLERES / CAPACITACIONES / MATERIALES REALIZADOS <ul style="list-style-type: none"> • 131 videos conferencias y Talleres en diseño • 1416 asesorías virtuales y de seguimiento en diseño • 35 capsulas y 35 catálogos correspondientes al módulo de diseño. • 19 talleres en Desarrollo Humano y 11 asesorías puntuales • 122 talleres del módulo de comercialización. 	1.769
NEGOCIOS FACILITADOS EN LAS REGIONES (MM)	\$ 287
VENTAS TOTALES EXPOARTESANO 2021	\$ 2.293
RESULTADOS COMPONENTE COMERCIAL – INGRESOS ARTESANOS (MM) <ul style="list-style-type: none"> • 33 ferias a nivel nacional • 2.281 talleres comercialización y 327 talleres de emprendimiento • 5.938 artesanos impactados • 60 UP en la Copa Artesanal "Contando el Cuento" 	\$ 453

Resultados globales de los Laboratorios de Innovación y Diseño

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.

Para 2021, la meta es que las acciones que se venían desarrollando en el marco de estas 5 articulaciones, se materializarán en apuestas concretas y consolidaciones importantes, como efectivamente se ha logrado en la vigencia.

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 6 diseñadores líderes, uno por cada región geográfica y 30 diseñadores local para los laboratorios de Innovación y Diseño.

En lo corrido del año el equipo nacional y regional de diseño ha desarrollado las actividades de asistencia técnica virtual en diseño en los municipios priorizados, realizando talleres virtuales, contenido especializado en diseño, catálogos, asesorías puntuales y material de divulgación de actividades desarrolladas. Adicionalmente, se han concentrado en la preparación de los comités nacionales de diseño, presentando 797 nuevas propuestas de diseño para aprobación por parte de la Gerencia General. Se



realizó la selección de la propuesta de productos de los laboratorios de Innovación y Diseño para EXPOARTESANO y EXPARTESANIAS. Se realizan viajes a las comunidades para hacer seguimiento y asistencia técnica a la producción de esta colección.

AVANCE SEPTIEMBRE 2021	
DISEÑOS APROBADOS Y PRODUCIDOS COLECCIÓN NACIONAL AÑO 2020	691
VIDEOCONFERENCIAS ESPECIALIZADAS Y TALLERES CON CONTENIDO PEDAGÓGICO DE DISEÑO 2021: Referentes, Tendencias, Inspiración Artesanal, Souvenirs, Línea y Colección de Productos, Teoría del Color, Fotografía, Exhibición, Diversificación, entre otras.	727
ASESORÍAS VIRTUALES EN CODISEÑO 2021	7.126
CATÁLOGOS DIGITALES PARA ARTESANOS 2021	243
PIEZAS GRÁFICAS PROMOCIONALES Para apoyar la visibilización, promoción y comercialización de comunidades de artesanos 2021	883
CONTENIDO PEDAGÓGICO 2021 (cápsulas, presentaciones y cartillas)	494
DISEÑADORES LÍDERES POR REGIÓN 2021	6
DISEÑADORES REGIONALES 2021	30
MATRIZ NACIONAL COMPONENTE DE DISEÑO 2021 - 2022	1

Principales resultados Diseño

Arte Vivo – Artesanos y artistas

El objetivo del programa “Arte vivo: cofradía de artesanos y artistas” de Artesanías de Colombia es generar un acercamiento entre arte contemporáneo, artesanía y arte popular, para legitimar en el contexto local la necesidad de desdibujar fronteras rígidas y jerarquías innecesarias, en un momento en el que se evidencia un interés creciente del arte por retornar al craft, a lo manual, y por abordar en la reflexión artística, conocimientos ancestrales, populares y vernáculos.

Los procesos creativos del proyecto Arte Vivo se realizan en colaboraciones y diálogos entre creadores con el fin de realzar e impulsar técnicas artesanales en un marco artístico que permita, además, enaltecer y dignificar a sus creadores.

El programa y esta articulación en si busca:

- Generar un acercamiento entre arte contemporáneo y artesanía.
- Empoderar y valorar el oficio y conocimiento de los artesanos.



- Transmitir conocimientos ancestrales.
- Generar un aporte social y económico para el desarrollo de los artesanos.
- Co-crear obras entre artistas y artesanos.
- Vincular y legitimar sus obras en otros segmentos culturales.
- Divulgar la muestra en espacios y contextos diferentes a la feria para dar a conocer su valor cultural e identidad.

Durante el año 2021, se ha venido trabajando en colaboraciones con 10 artistas y comunidades en todo el país.



Se destacan importantes participaciones como:

Se presentaron cuatro aplicaciones de las colaboraciones del Programa Arte Vivo a la convocatoria de la Beca Encuentros entre Artistas y Artesanos del Ministerio de Cultura con el acompañamiento del programa Arte Vivo.

1. “Encuentro” Fredy Clavijo -artista y María Pushaina -artesana, Oficio Alfarería, Comunidad Wayúu.
2. “Cornucopia, de la novela visual Mestiza dos veces” Nancy Friedemann- artista y Mari Ortega -artesana, Oficio Enchape Mopa Mopa, Pasto.
3. “La Rueda del Tiempo” Cesar González- artista y Eisen Jacanamejoy- artesano, Talla en madera, Comunidad Camentsa, Sibundoy, Putumayo.
4. “La Manta” María Alejandra Torres -artista, Luz Marina Rodríguez -artesana. Desde



las mantas Muiscas que se tejían en algodón hasta los tejidos en lana de oveja que se tejen hoy en día en Sutatausa, Cundinamarca.

EXPOSICION ARTE VIVO

Se presentó la colección de Arte Vivo, 104 obras co-creadas entre 17 artesanos y comunidades y 14 artistas contemporáneos, 10 técnicas y oficios de 11 regiones del país.

La muestra fue visitada por público en general y principalmente por artistas, galeristas y curadores. Como los artistas del programa María Roldán, Mateo López, Felipe Arturo, Juliana Góngora, Linda Pongutá, Luz Lizarazo, la artesana Yeside Zarwawinsama, el artesano Laureano Melo y Juven Piranga, además de los artistas Bernardo Ortiz, Giovanni Vargas, Jorge Julián Aristizabal, Luis Luna, Ana González, Nicolás Bonilla, Juna Carlos Delgado.

Por los curadores Erika Martínez, Paula Bossa, Liliana Andrade, el curador del Mambo Germán Escobar, el curador Luis Fernando Ramírez y la directora de la Unidad de Artes del Banco de la República María Wills; la curadora del MoMa Anna Burckhardt, Luisa Naranjo subdirectora del Museo de Arte Moderno de Bogotá; Como también las galeristas Katy Hernández, Manuela Velásquez, Andrea Walker, Ana Durán y el jefe de relaciones de Artbo Felipe Villada.

La exposición despertó gran interés comercial y sobre todo valorar el profundo conocimiento y saberes ancestrales que transmiten las obras cocreadas entre artistas y artesanos, se les dio el reconocimiento a los artesanos, a las comunidades, al oficio artesanal y se consolida como un evento inédito e histórico para Artesanías de Colombia, posicionando y fortaleciendo esta cofradía de artistas contemporáneos y artesanos.

La exposición fue registrada por diferentes medios como Caracol Arte, Semana, El Tiempo, Red Mas, el público y los artistas publicaron la exposición en redes como Instagram y Facebook.

SEMANA ARTBO:

Se vinculó la exposición de la colección de Arte Vivo: Una cofradía de Artesanos y Artistas



en el circuito artístico de la semana de ArtBo del Centro Histórico, participando por primera vez Artesanías de Colombia como una institución que promueve y divulga el arte en el ámbito artístico y contemporáneo con las colaboraciones de reconocidos artesanos y artistas del programa Arte Vivo. Se destacan entre los principales resultados:

EXPOSICIÓN TEMPORAL

ARTE VIVO

Una cofradía de artesanos y artistas

Sala de Exposición
Claustro Las Aguas
Calle 18 A No. 1 - 06
10:00 a.m. - 5:00 p.m.

Lengüitas sagradas. El amanecer de la palabra. Juliana Góngora y el Taller: Kó revaju Masi Pai

ARTBO ARTE VIVO

EXPOSICION ARTE VIVO

"Una cofradía de Artesanos y Artistas"

Salón de Exposiciones Claustro Las Aguas
Circuito Artístico Centro Histórico
SEMANA ARTBO

- 17 Artesanos y Comunidades
- 14 Artistas contemporáneos
- 10 Técnicas y oficios
- 11 Regiones del país
- 104 obras
- Aforo controlado
- Invitados Especiales Artbo

La exhibición fue visitada por los invitados VIP de ArtBO, público en general, artistas, coleccionistas, curadores, directores de museos. También se despertó un gran interés por los saberes, oficios y conocimientos de los artesanos y sus territorios plasmados en las colaboraciones.

Se resaltó el valor e importancia de dar este reconocimiento a los artesanos y comunidades de nuestro país propiciando estos encuentros con los artistas.

Se generaron acercamientos institucionales, con María Mercedes González directora del Museo de Arte Moderno de Medellín MAMM y su curador Emiliano Valdés, para una organizar una exposición con la colección de Arte Vivo en el Museo en Medellín en el 2022.

ARRULLOS

Se realizó una charla con la asistencia de la artista Juliana Góngora y los artesanos de la



Comunidad Coreguaje Yinela Piranga y Juven Piranga, en la galería Espacio Continuo, sobre el tema de los Arrullos y los diálogos que crearon la propuesta.

Se presentó la exposición "Arrullos" una colaboración de Juliana Góngora y el Taller Ko'revaju Masipai de la Comunidad Coreguaje de Florencia Caquetá en la galería Espacio Continuo en el Circuito Norte de ArtBo.



AVANCE SEPTIEMBRE 2021	
COMUNIDADES DE ARTESANOS	24
OFICIOS Y TÉCNICAS ARTESANALES	17
NÚMERO DE PIEZAS ELABORADAS	50
EXPOSICIÓN ARRULLOS Juliana Góngora / taller <u>Ko'revaju</u> Comunidad <u>Coreguaje</u> , Nidos Mochileros	50
GALERÍA ESPACIO CONTINUO	
EXPOSICIÓN MUTUALISMOS Cosecha Creciente Linda <u>Pongutá</u> / Comunidad <u>Yaré - Okaina</u> Plural Nodo Cultural	4
ARTISTAS VINCULADOS 2021 Fredy Clavijo, Cesar González, Juliana Góngora, Linda <u>Pongutá</u> , Delcy Morelos, María Alejandra Torres, Matías Quintero, Nancy <u>Friedemann</u> , Paola Tafur, <u>Siu</u> <u>Vásquez</u>	10
TRADUCCIÓN AL INGLÉS TEXTO CURATORIAL UNA COFRADÍA DE ARTESANOS Y ARTISTAS	1

Principales resultados



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 2021 el programa de arquitectura se siguió fortaleciendo y potencializando su oferta comercial.

Se hace el diseño y montaje de 8 paneles de 1.20 x 2.40m de tejidos en fibras naturales para el nuevo Almacén Norte en Bogotá. Se seleccionan 2 paneles de Palma Iraca, 2 paneles de Caña Flecha, 1 panel de de Paja Tetera, 1 panel de Palma Real, 1 panel de Palma Seje, y 1 panel de Palma Estera. Se instalan como divisores de espacio y recubrimiento de paredes, para así poder mostrar algunos de los usos que se le pueden dar. Esta vitrina ha sido un gran espacio para visibilizar el programa y ya ha recibido mucho interés de diferentes clientes.

Se da inicio a la estrategia comercial del programa con el equipo comercial, en donde se revisa estrategia de clientes y modelo de servicio. Se da inicio al diseño y diagramación de logo y catálogo del programa con el equipo de diseño para poder ofrecer los productos de manera virtual.



Se lleva a cabo el desarrollo de producto de 27 paneles de cielo raso (9 paneles de 60 x 60cm de Bejuco de Finlandia, 9 paneles de 60 x 60cm de Iraca de Usiacurí, 9 paneles de 60 x 60cm de Palma Seje de Ayapel) para el cliente de Hunter Douglas.

Se inicia producción de paneles y tejidos para dos compañías en el área de hotelería, turismo y restaurantes. Para Crepes y Waffles se inicia producción de 34 paneles tipo estera en palma seje de diferentes dimensiones para hacer una pérgola en uno de sus restaurantes de Bogotá. Para el Hostal Masaya, se inicia producción de 2 paneles tejido en Fique y 4 paneles tejidos en guadua biche para para las diferentes habitaciones del hostel. Se ha hecho seguimiento con los artesanos y la entrega está planeada para el mes de octubre.

Adicionalmente, se hace el diseño preliminar para el stand del programa que hará su lanzamiento oficial en Expoartesanías 2021, con un espacio para ser recorrido. Se tiene en cuenta incluir la mayor variedad de tejidos y aplicaciones arquitectónica posibles para poder mostrar la amplitud del proyecto.

Se avanza el convenio en el programa de Arquitectura con la Universidad del Bosque, por medio del cual se han unido esfuerzos para



fomentar el intercambio de experiencias en los campos de la docencia, investigación y extensión que manejan, los cuales permitan procesos formativos para el sector artesanal.

En 2021 se han desarrollado actividades como:

- Realización del documental sobre el maestro Ernesto Rodríguez Jara, maestro de maestros de la tejeduría en Pindo, de Palermo-Huila. Se planea realizar el lanzamiento del mismo en noviembre de 2021.
- Promoción de los saberes artesanales tradicionales y empoderamiento de las comunidades artesanales:
 - Cátedras de saberes artesanales: docentes artesanos
 - Podcast con UR radio
 - Proyecto Enciclopedia de saberes artesanales
 - Investigación y publicación



Se hace apoyo al programa de Arte – Vivo en el diseño museográfico para la muestra de la colección del programa a instituciones culturales y curadores con el fin de poder exhibir la colección, así como en el diseño de la exposición para la subasta que se llevará a cabo en noviembre y diciembre de este año.

AVANCE SEPTIEMBRE 2021	
EXHIBICIÓN <ul style="list-style-type: none"> Exhibición permanente Almacén Calle de los Anticuarios de 8 paneles de 1.2 x 2.4 m. 	1
EXPOARTESANO 2021 – Medellín <ul style="list-style-type: none"> Exhibición temporal del programa: fibras naturales, maderas y apliques 	
PROYECTOS – ALIANZAS <ul style="list-style-type: none"> HUNTER DOUGLAS: 27 paneles para cielo rasos entregados 	1
PROYECTOS COMERCIALES <ul style="list-style-type: none"> CREPES Y WAFFLES – pérgola en palma seje de Ayapel para restaurante Calle 82, Bogotá HOSTAL MASAYÁ – paneles y puertas en fique de Curití y guadua biche de Quimbaya para nuevo hostel en Bogotá 	6
CATÁLOGO COLECCIÓN (en proceso) <ul style="list-style-type: none"> Definición logotipo 	1
VISIBILIZACIÓN PROGRAMA <ul style="list-style-type: none"> Visita Departamento de Arquitectura – Universidad de los Andes para conocer el programa y la Biblioteca de Materias Primas y Técnicas. 	1

Principales resultados

Moda, Joyería y Artesanía

Artesanías de Colombia con el objetivo de preservar las tradiciones artesanales de decenas de comunidades étnicas, rurales y urbanas en el país así como de impulsar proyectos productivos en relación con el mercado a través de las dinámicas propias del ecosistema moda y la creciente demanda de productos que responden al interés de un público que piensa más en el origen del objeto que compra, abre camino a la inclusión social dentro del sector moda, donde las comunidades artesanas marcan la diferencia no solo en la identidad de un producto, sino en el proceso, involucrando diferentes sectores de la economía y dando un valor agregado de sostenibilidad.

Siendo este, el de la moda, un sector de relevante impacto en la economía nacional y dada la riqueza de oficios, técnicas y materias primas asociadas a la actividad artesana se elabora una estrategia que permita relacionar de manera eficiente a uno con los otros.



Dicha estrategia contempla planes y acciones desde el estímulo del conocimiento compartido; desarrollo humano; comunicación y visibilidad; comercialización y marketing. Teniendo en cuenta que los artesanos se encuentran históricamente situados en el “corazón” de la industria de la moda, el principal reto consiste en desarrollar relaciones virtuosas entre las comunidades artesanas y el resto de quienes participan en este formidable negocio que aúna comercio y creatividad. Para ello, resulta fundamental identificar a estos actores del ecosistema de moda local y global, tanto a nivel público como privado.

De esta manera nace la plataforma de exhibición comercial física y virtual MODA VIVA que permite evidenciar la sinergia entre la tradición artesanal y el diseño contemporáneo. Un espacio que reúne a reconocidos creativos y sus marcas de moda con líderes artesanas presentes en toda la geografía nacional. Una oportunidad única para demostrar el enorme potencial del quehacer colectivo alrededor del concepto de trabajo co - creativo.

Artesanos y artistas unidos en colecciones especiales de vestuario, joyería, marroquinería, accesorios y bisutería que evidencian su relación orgánica; su capacidad comercial y su vocación por proteger el patrimonio cultural de los pueblos artesanos al tiempo que se construye identidad para el diseño nacional.

Es así también como surge LA TROJA, un formato físico y virtual que permite la realización de foros donde se estimula la comprensión de la diversidad cultural y étnica, de oficios y tradiciones artesanas en Colombia al tiempo que se tienden puentes con empresarios, artistas, pensadores, investigadores, docentes, estudiantes, periodistas y público en general. Se trata de tejer conciencia sobre la riqueza patrimonial y humana del país y en simultánea perfilar negocios exitosos en el mercado contemporáneo.

En 2021, cuando se cumplen seis años de trabajo continuo del Programa de Moda y Joyería, es preciso más que nunca ahondar en el virtuosismo de estas relaciones. Conviene insistir en articular de manera ambiciosa y consecuente acciones conjuntas con instituciones académicas; consultores especializados; foros de conversación; espacios comerciales físicos y digitales; estrategias de gobierno; organizaciones y líderes de la



industria, así como con profesionales capaces de integrar la participación activa de mujeres y hombres artesanos.

PALABRAS Y RAÍCES QUE ANCLAN EL TIEMPO, la línea conceptual genuinamente planteada como directriz para diseño, comunicación, marketing, conocimiento compartido y acciones comerciales de MODA VIVA 2021



Es enfocada la línea conceptual desde la:

- Palabra oral
- Palabra escrita
- Palabra tejida
- Palabra de paz

Se plantea los encuentros con comunidad bajo estas premisas y se inicia un dialogo abierto con las comunidades:

Palabra de paz, es trabajado en conjunto con el componente de desarrollo humano asiendo postulados sobre:

La artesanía es una meditación. En cada pieza se plasma el pensamiento de un pueblo, las creencias de una comunidad. Es una actividad pacífica por medio de la cual se



construye la memoria y se incentivan nuevas narrativas que abren paso a la reconciliación. La artesanía es una conversación con el tiempo, es una meditación con la raíz y la posibilidad del fruto.

El paisaje sonoro, encuentro entre la paz y la posibilidad de la transformación, entre el silencio y la palabra

En el paisaje sonoro descubrimos la musicalidad de la artesanía. Construir la pieza es un encuentro con la materia, con el cuerpo, con la herramienta. Allí, el sonido del oficio y a la vez el silencio se convierte en fuente de creatividad. La artesanía, en sus silencios, habla. Dialoga con el espíritu y la cultura, permite la palabra y el encuentro, genera la raíz de la paz resiliente. Escuchar los silencios, es entender palabras de paz.

La artesanía es un universo de paisajes que surgen del silencio y de la voz no hablada. El paisaje cotidiano es lo que está afuera, la raíz que sostiene la vida. El paisaje artesano es la conversación con el tiempo, es el tronco que transforma la tierra. El paisaje onírico es el mundo de los pensamientos, de los sueños que se convierte en fruto desde la palabra oral, la palabra tejida, la palabra construida. La artesanía es un paisaje sonoro de paz.

A continuación, los principales avances de la vigencia, en cada categoría.

✓ **Categoría moda: prendas – accesorios o complementos – marroquinería-calzado**

Con el propósito de reanudar actividades en zona en primera instancia, se hace el desarrollo de un video de identidad y referentes, el cual tiene como objeto llegar a los sitios de mayor dificultad por medio del uso de whatsapp.

Así mismo, se hace la actualización de tendencias, por medio de la investigación de plataformas de tendencias internacionales y puestas en contexto para los diversos grupos artesanales. Dicha compilación y video se estará montando para que pueda ser visto por quien le requiera. Fue compilada e interpretada por la Directora Creativa Natalia Pérez.



En el mes de febrero el programa de moda y joyería, participa en la convocatoria nacional de donde nos proveen una base de datos de 766 de los diferentes departamentos del país. De los cuales son seleccionadas 12 comunidades teniendo en cuenta, la vocación por la elaboración de piezas de moda y complementos, oficio artesanal vigente, grupo artesanal representado por un líder y grupo que no esté siendo atendido por otros programas. Para ello se entra en consenso con los Laboratorios de Innovación y Diseño.

Comunidades Moda y Joyería	
Categoría Moda	
Aguadas – Caldas	Somos Artesanos
Riohacha – Guajira	Asociación de Artesanas Puerto Chentico
Leticia - Amazonas	Artesanías Kasia
Jericó – Antioquia	Asocarriel
Nobsa – Boyacá	Nopza
Sutatausa – Cundinamarca	Tejilarte
San Agustín - Huila	Libertejidos
San Juan del Cesar	Curazao - Semillero Wiwa
la cruz – Nariño	Muysquo
Santiago – Putumayo	Inga Awasca
Palmito – Sucre	Asojaspal
Usiacuri – Atlántico	Artesanías Lelimar

Transmisión de saberes:

El área de diseño creativo en moda contempla la realización de una serie de talleres alrededor de la transmisión de saberes relacionados con tintes naturales para aquellas comunidades atendidas por el programa que trabajan con fibras naturales tales como Iraca o lana. Esta atención busca reforzar la visión sostenible del trabajo artesanal en el que es fundamental reducir el impacto ambiental que tienen, por ejemplo, el uso de tintes artificiales. Por el contrario, estas actividades estarían enfocadas al aprovechamiento limpio de recursos naturales para el oficio. Las comunidades que recibirán atención son:

1. Grupo Nobza del municipio de Nobsa en el departamento de Boyacá, conformado por 19 artesanas. Taller dirigido por Luz María Rodríguez con cédula de



- ciudadanía 20.979.754, artesana del grupo Tejilarte del municipio de Sutatausa en Cundinamarca.
2. Grupo Artesanías Lelimar de Usiacurí Atlántico que cuenta con 13 artesanos y recibe la transmisión por parte de artesana representante del taller de Juanita Castillo de Sandoná en el departamento de Nariño.
 3. Grupo Artes Muysco del municipio de La Cruz en el departamento de Nariño. Recibe el proceso de transmisión también será por parte de una artesana del grupo de Juanita Castillo, Sandoná en Nariño. Esta comunidad cuenta con 46 miembros.

Participación en proyectos especiales

Convenio Éxito – Artesanías de Colombia

En esta vigencia se adelanta el convenio con el grupo Éxito para la colección Arkitect by MAZ, desde la sugerencia de las comunidades y diseñadora, el programa ha hecho parte de este proyecto.

Distribución presupuestal:

PARTES	APORTE
Aportes Grupo Éxito	\$ 83.234.445
Aportes ADC	\$ 82.396.000
Total convenio	\$165.630.455

El convenio se pone en vigencia desde el mes de junio al mes de septiembre. En el marco de Colombiamoda 2021, se lanza la colección que beneficia alrededor de 75 artesanas del municipio de Duitama – Boyacá con el oficio de la tejeduría técnica de macramé y a los municipios del Valle del Cauca con el oficio de trabajo en tela técnica bordado.

Las comunidades participan en el desfile Arkitect, con el acompañamiento de una líder por comunidad arroja un total de \$ 60MM de ingreso para las comunidades. Así mismo son puestas las piezas en los almacenes Éxito Wow.

Campaña de “Bolívar a tu casa”

El Programa de Moda y Joyería, atendiendo a la campaña gestionada por el Laboratorio



de Bolívar, actualiza el catálogo con la comunidad de San Jacinto Bolívar para ser incluidos en la campaña. Alianza entre la Gobernación de Bolívar y Artesanías de Colombia. Su lanzamiento se realizó en el mes de mayo.

Vístete de Colombia

En el marco de Expo artesanías 2021, se está haciendo acompañamiento a la estrategia financiada por Fontur – MINCIT, en donde harán presencia 20 marcas invitadas en la campaña que pretende visibilizar las marcas de diseño que vinculan con buenas prácticas a las comunidades artesanas, dicho proyecto rinde homenaje a cuatro marcas que participaron como invitados en Expo Dubái y que han llevado como bandera el trabajo sostenido con comunidades.

Colección capsula:

El programa de Moda y Joyería, cada año invita a marcas con vocación hacia el trabajo con comunidades a exponer en expo artesanías en la plataforma Moda Viva los derivados en producción del trabajo colaborativo. Para este año se cuenta con la participación de las siguientes propuestas:

- WARMI (Sylvia Sánchez)
- LAURA APARICIO (Laura Aparicio)
- DIEGO GUARNIZO MODA (Diego Guarnizo)
- PRIAH (Juanita García)
- MATAMBA ARTESANAL (Juanita Gil y Jennybeth Iguarán)
- EL DORADO ART (Juan Esteban Rivera y Juan Pablo Gómez)
- WONDER FOR PEOPLE (Makis Medina, Manuela Sánchez)
- LOBO ROSA (Catalina Zuluaga)
- MARÍA LUISA ORTIZ (María Luisa Ortiz)
- ADRIANA SANTACRUZ (Adriana Santacruz)
- CARLOTA (Sara Carlota Jaramillo)
- ISIDORA MALVA (Mónica Millán)
- JUAN PABLO SOCARRAS



AVANCE SEPTIEMBRE 2021	
BENEFICIARIOS	608
DEPARTAMENTOS Municipios: Aguadas – Caldas, Riohacha – Guajira, Leticia - Amazonas, Jericó – Antioquia, Nobsa – Boyacá, Sutatausa – Cundinamarca, San Agustín – Huila, San Juan del Cesar, La Cruz – Nariño, Santiago – Putumayo, Palmito – Sucre, Upiacuri - Atlántico	11
ACTIVIDADES VIRTUALES REALIZADAS • Componente de diseño y producción: 142 • Componente comercial: e- marketing, emprendimiento: 34 • Componente de desarrollo humano: 32	208
PROYECTOS ESPECIALES • Colección <u>Arkitekt by MAZ</u> – Grupo Éxito. Pasarela Colombia Moda y lanzamiento de colección "Vincula" - comunidades tradicionales de Duitama y Valle del Cauca (75 artesanías) \$ 60.000.000 • Laboratorio de Bolívar "Bolívar a tu casa" comunidad de San Jacinto.	2
NEGOCIOS FACILITADOS (MM)	\$64
DISEÑADORES CONVOCADOS Matamba; Isidora Malva; Warmi; Adriana Santacruz; Laura Aparicio; Diego Guarnizo Moda; Priah; El Dorado Art; Wonder For People; Mrs Lovegood; Carlota; Isidora Malva; Juan Pablo Socarras; Lobo Rosa.	14

Principales resultados

✓ **Categoría Joyería – Joyería y Bisutería**

Actualización de material para trabajo de campo para lo cual se realiza presentación de tendencias: cada año en cabeza del director creativo de la categoría de joyería, se lleva a cabo un análisis de tendencias, el cual es insumo para elaborar las matrices de diseño de las comunidades focalizadas, así mismo es socializado con los demás creativos de la entidad.

Posterior a pandemia, las comunidades se han visto en la necesidad de realizar ventas por los canales digitales, siendo así, el equipo crea un tutorial para guiarles en la toma de fotografías, para dicho fin.

Presentación sobre identidad y Adn de marca: Esta presentación busca conectar a las comunidades con sus referentes identitarios con el fin de ser aplicado en sus colecciones y generar así una identificación y diferenciación en el mercado.

De la convocatoria general son recibidas 2.207 inscripciones, de las cuales 612 corresponden a artesanos interesados en recibir asesoría desde los diseñadores de joyería, son analizados con base en la tradición artesanal de cada uno de ellos, de los cuales son seleccionados, los siguientes grupos:



Categoría Joyería	
Bolívar - Mompox	Varios talleres
Antioquia - Santafé de Antioquia	Asociación de Joyeros Santafé de Antioquia
Quindío - Quimbaya	Argentum Asociación de Orfebres, Asodisquim
Caldas - Marmato	Asojomar
Santander - Vetás	Varios Joyeros
Tolima - Ataco	Ajata
Risaralda - Quinchía	Arte y Joyas de Quinchía
Bogotá D.C.	Fundación La Esperanza
Valle del Cauca	Cali (Charlas)

Transmisión de saberes:

El área de diseño creativo en Joyería ha identificado dos saberes que requieren de un fortalecimiento en su transmisión a nuevas personas y generaciones. Por un lado, la talla de piedra no es solo un valor agregado al producto, sino que además se ha convertido en una técnica representativa de comunidades joyeras como la de Ataco en el departamento del Tolima en donde se encuentran piedras y metales de diverso origen, pero que no cuentan con personas que las trabajen.

Por otro lado, en la comunidad de artesanas de Bogotá se realizará recuperación de la técnica de tejido frivolité que ha sido una tradición en Colombia desde la colonia y que se ha transmitido en la creación no solo de accesorio y vestuario, sino también de elementos cotidianos como muebles y en espacios del hogar. Esta ha sido una técnica que paulatinamente se ha ido perdiendo y desde el programa Moda y Joyería se han identificado pocas artesanas con este saber.

Por último, en la comunidad de joyeros El Morro en Tumaco, Nariño, se fortalecerán diseños tradicionales en joyería, específicamente aquellos tejidos en cadenas y rellenos. En este espacio es fundamental apoyar a los nuevos aprendices jóvenes que se han



venido vinculando el grupo y de esta manera, fortalecer las técnicas en joyería tradicional de la comunidad.

Participación en Proyectos Especiales:

Formulación del Proyecto con la Gobernación de Nariño

El proyecto se enfatiza en la formación del oficio de la joyería básica en 3 municipios del departamento de Nariño: La Llanada, El Charco, Los Andes. Poblaciones de tradición minera, metalúrgica y orfebre, en los cuales se focalizan grupos de mujeres y jóvenes para complementar la cadena de valor de la actividad minera aurífera en zona.

Se cuenta de 45 beneficiarios entre mujeres y hombres jóvenes quienes obtendrían aprendizajes que garantizan a corto y mediano plazo la transmisión generacional del oficio.

Además, el proyecto pretende reforzar las competencias de 15 joyeros más que se encuentran en el municipio de La Llanada.

Presupuesto del Proyecto:

PARTES	APORTE
Aportes Gobernación de Nariño	\$160.534.708
Aportes ADC	\$74.865.816
Valor total convenio	\$235.400.524

El proyecto es llevado hasta la tercera formulación, teniendo en cuenta que se ampliaría la vigencia hasta julio del 2022, lamentablemente en el mes de noviembre ante la imposibilidad de llevar a cabo las actividades planteadas para la vigencia 2021, es suspendida su gestión del proyecto.

Campaña de “Bolívar a tu casa”

El Programa de Moda y Joyería, atendiendo a la campaña gestionada por el Laboratorio de Bolívar, actualiza el catálogo de los talleres de Mompox para ser incluidos en la campaña. Alianza entre la Gobernación de Bolívar y Artesanías de Colombia. Su lanzamiento se realiza en mayo.



Alianza Save The Children – Artesanías de Colombia

Este proceso que busca contribuir al mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de los adolescentes y jóvenes, hombres y mujeres de la ciudad de Cali que se encuentran en situación de pobreza para tener condiciones de vida dignas para lo cual contempla tres líneas de intervención: i) fortalecer sus capacidades en habilidades para la vida para el éxito; ii) formarlos en joyería y iii) poner en marcha un emprendimiento de joyería formado por hombres y mujeres en condiciones de igualdad de género.

Los adolescentes y jóvenes que se vincularán al proceso provienen de entornos de alto riesgo, viven en condiciones de pobreza y además algunos están vinculados al programa desarrollado por la Agencia de Reincorporación y Normalización – ARN. A partir de la misionalidad de las dos organizaciones y la convergencia de intereses de las dos entidades, como resultado de reuniones entre las partes, nace la intención de llevar a cabo este proceso y beneficiar a 120 jóvenes de la ciudad de Cali.

Save the Children realizará una inversión de 140.000 € durante dos años de intervención, dicha alianza se encuentra en proceso de focalización de la comunidad objeto.

AVANCE SEPTIEMBRE 2021	
BENEFICIARIOS	657
DEPARTAMENTOS Municipios: Bolívar – <u>Mompox</u> , Antioquia - Santafé de Antioquia, Quindío – Quimbaya, Caldas – <u>Marmato</u> , Santander – Vetas, Tolima – Ataco, Risaralda – <u>Quinchía</u> , Bogotá D.C, Valle del Cauca	9
ACTIVIDADES VIRTUALES REALIZADAS • Componente de diseño y producción: 95 Componente comercial: e-marketing, emprendimiento: 17, Componente de desarrollo humano: 15	127
PROYECTOS ESPECIALES • Gobernación de Nariño (en proceso). Municipios de la Llanada, El Charco, Los Andes convenio por \$235.400.524 • Laboratorio de Bolívar “Bolívar a tu casa” Municipio de Mompox: 17 talleres • <u>Save the Children</u> (140.000 Euros) • <u>Semana de la Joyería</u>	4
NEGOCIOS FACILITADOS (MM)	\$ 24
DISEÑADORES CONVOCADOS Liza Echeverri; Claudia Vallejo; Ana <u>Buendía</u> ; Catalina Echeverri (<u>pijú joyería</u>); Ceci Arando; <u>Shawna Abadi</u>	6

Principales resultados



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**

La Unidad de Formación de Artesanías de Colombia, fue concebida en el 2010 como respuesta a la necesidad de los artesanos de contar con programas que les otorgara un tipo de certificación por el Ministerio de Educación que los cualificara ya fuera en un oficio, o en competencias que fueran indispensables para mejorar su productividad sin importar el oficio al cual se dedicaran.

Así, la UF tiene como misión contribuir al proceso de formación integral y permanente del recurso humano vinculado a la cadena de valor del sector artesano complementando, actualizando y formando en aspectos académicos o laborales, mediante la realización y oferta de programas de formación, flexibles y coherentes con las necesidades y expectativas de la persona, la sociedad, las demandas del mercado laboral, del sector productivo y las características de la cultura y el entorno con el fin de elevar su competitividad.

La UF tiene como visión ser reconocidos como la entidad de mayor contribución a la formación del recurso humano vinculado a la cadena de valor del sector artesanal del país, mediante la oferta de programas de formación para el trabajo y el desarrollo humano de calidad, que responden a las necesidades de los artesanos tanto en las competencias propias de su oficio como en aquellas necesarias para el fortalecimiento del sector.

A partir del 30 de abril de 2012 la Secretaría de Educación del Distrito otorgó la Licencia de funcionamiento y el registro a 4 programas técnico laborales; y en el 2017, de acuerdo con los plazos definidos por la Ley conseguimos la renovación del programa de joyería por 7 años más, término que nos cataloga como institución de calidad. Este año nuestro objetivo es brindarle a Bogotá la sexta promoción de joyeros y mantener los estándares de calidad que nos han caracterizado.



Los 16 alumnos del Técnico Laboral por Competencias en Joyería de la vigencia 2020, por temas relacionados con las prácticas de joyería, tienen pendientes por culminar 480 horas prácticas suspendidas el 9 de marzo de 2020; debido a las disposiciones de la Organización Mundial de la Salud, quienes denominaron como una emergencia en salud pública de importancia internacional (ESPII). Y adoptadas por gobierno nacional para hacer frente al virus de pandemia.

Se llevan a cabo dos reuniones con los alumnos de las cuales se concluye, iniciar alternancia previa autorización de la secretaria Distrital de educación en el segundo semestre de la vigencia 2021.

Para llevar a cabo tal fin es solicitada la autorización requerida ante los entes competentes y se inicia proceso de aplicación de protocolos de bioseguridad en la Unidad de Formación.

La presencialidad es iniciada con 9 alumnos el día 6 de Julio

Cursos Cortos:

Se inicia la oferta de cursos cortos virtuales, teniendo en cuenta las condiciones de pandemia COVID 19, por las que aun esta vigencia se viene presentando.

Metalurgia:

Número de estudiantes certificados: 67

Número de horas: 40

El curso corto de Metalurgia, tiene por objeto compartir conocimientos respecto a la obtención y tratamiento de los metales a partir de minerales metálicos, la producción de aleaciones y el control de calidad de los procesos.

Almacenamiento y preparación de las mercancías

Número de estudiantes: 28

Número de horas: 30

El curso corto de Almacenar y preparar la mercancía busca crear competencias en los alumnos para cumplir con los compromisos pactados con los clientes, reconociendo que esto requiere de una planeación y de una buena utilización de los recursos humanos,



técnicos y tecnológicos, aplicando todas las herramientas administrativas existentes, para que la mercancía esté dispuesta antes de su despacho

Serie de Cursos Cortos

Direccionado hacia artesanos que tengan unidad productiva, encaminado a otorgar herramientas de mercadeo para la potencialización de la cadena de valor hasta la venta con un énfasis de unos de los cursos a la venta digital.

Primer Curso:

Como ser más competitivo en el mercado artesanal

Número de estudiantes: 155

Número de horas: 40

Segundo Curso

Historia del Arte de la Joyería

Número de estudiantes: 89

Número de horas: 40

Programas Especiales:

Convenio SENA – Artesanías de Colombia

Este convenio busca aunar esfuerzos institucionales con el objetivo de apoyar la competitividad del sector artesanal del país, promoviendo la transferencia de conocimiento técnico y tecnológico, que permitan el mejoramiento de la calidad, fortalecimiento de programas de formación, proyectos de evaluación y certificación de competencias laborales, desarrollo y fortalecimiento de emprendimientos e innovación para su comercialización.

Proyecto Marco de Referencia Global

La Unidad de Formación, de Artesanías de Colombia, en alianza con el SENA, fortalece la evaluación y certificación formal de la *la calidad del desempeño* de las *Competencias Laborales*; con normas basadas en estándares de calidad establecidos por el sector productivo. Aplicadas a los oficios de la comunidad del entorno.



Evaluación de competencias en joyería

Joyería:

250702025 Aplicar acabados a la joya de acuerdo con procedimientos y ficha técnica.

250702022 Conformar metales según procedimientos técnicos y normativa.

250702024 Ensamblar joyas según procedimientos técnicos y normativa.

Evaluación de competencias de cestería

- Norma 250701131 Entrecruzar fibras según técnica de tejido trenzado
- Norma 250701150 Terminar sombrero según métodos de acabado y normativa técnica
- Norma 250701129 Obtener fibras vegetales según técnica y características del material.

Nombre Regional	Nombre Centro	Personas Inscritas	Personas Evaluadas	Total Evaluaciones	Personas Certificadas	Total Certificaciones
RISARALDA	CENTRO ATENCIÓN AL SECTOR AGROPECUARIO	195	170	330	133	293
ANTIOQUIA	CENTRO DE FORMACIÓN EN DISEÑO, CONFECCIÓN Y MODA	45	34	102	34	102
ATLÁNTICO	CENTRO PARA EL DESARROLLO AGROECOLÓGICO Y AGROINDUSTRIAL	0	0	0	0	0
CÓRDOBA	CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGÍA - EL PORVENIR	24	22	22	22	22
VALLE	CENTRO DE TECNOLOGÍAS AGROINDUSTRIALES	0	0	0	0	0
	TOTAL	264	226	454	189	417

Como logro de la vigencia se ha adelantado la construcción del marco nacional de cualificaciones, que busca lograr un reconocimiento del sector a través de marcos normativos y alianzas interinstitucionales. Esto se viene trabajando bajo el liderazgo desde ADC en conjunto con los Ministerios de Educación, Cultura y Trabajo.



AVANCE SEPTIEMBRE 2021	
BENEFICIARIOS (Técnico laboral por Competencias en Joyería 8 presencial)	699
CURSOS CORTOS Metalurgia, Almacenamiento y Preparación de Mercancías, Cómo ser más competitivo en el mercado Artesanal, Marketing Digital, Mercadeo y Ventas, Atención al cliente, ¿Cómo ser más competitivo en el mercado artesanal?, Historia y técnica de la joyería, Acabados, Proceso creativo para colecciones de joyería, Acabados, E-commerce, Diseño para Joyería , Presupuesto la clave de la sostenibilidad en la gestión y producción del oficio artesanal	15
CONFERENCIAS <ul style="list-style-type: none"> • De la Plaza a Harvard: 65 asistentes • Derecho de Autor y registro de marca para el sector artesanal de joyería: 56 asistentes • Sensibilización Certificación Entretejer hilos con agujas: 26 asistentes • Conferencias a Marruecos en técnica de joyería 	5
CERTIFICACIÓN Por competencias laborales integrales en alianza con el SENA:	176
HORAS ACADÉMICAS DICTADAS	270
DEPARTAMENTOS ATENDIDOS	21

Principales resultados

✓ **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.

Parte del trabajo realizado durante la vigencia en el marco de este programa se encuentra la actualización de los documentos referenciales de los procesos productivos artesanales, cuya meta para 2021 son 6 referenciales.

Al corte de este informe se dio por finalizada la revisión y actualización de los siguientes documentos referenciales:

- * Capitulo Instrumentos musicales Arpa Cuatro Bandola Guitarra Maracas - Meta 2021.
- * Capitulo Alfarería de La Cruz – Nariño 2021
- * Capitulo cestería en mimbre y yare Ibagué Tolima 2021

El link para acceder a los documentos referenciales es el siguiente:

https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/documentos-referenciales-de-la-artesania_14907

Nota: La actualización del Capítulo Instrumentos musicales Arpa Cuatro Bandola Guitarra Maracas - Meta 2021 se actualizó ya que surgió la solicitud por parte de una unidad productiva para certificarse y era necesaria la revisión del documento.

Con el apoyo de la diseñadora Paola Martínez, quien se encontraba en el municipio de La Cruz – Nariño, se revisó el documento referencial: Capitulo Tejeduría de La Cruz – Nariño con todas las artesanas involucradas en el proceso, con el objetivo de finalizar la actualización del mismo.

El 3 de septiembre se llevó a cabo la primera sesión de revisión y actualización del documento referencial: Capítulo Cerámica y alfarería Huila con artesanos de diferentes municipios del departamento.



AVANCE A SEPTIEMBRE 2021	
ARTESANOS ATENDIDOS	357
CHARLAS DE INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN DEL PROGRAMA	5
CHARLAS, CAPACITACIONES Y ASESORÍAS A ARTESANOS CON EL SELLO DE CALIDAD ACTIVO 1 charla sobre garantía general, 4 charlas de determinantes de calidad y garantía por oficio	5
ARTESANOS ATENDIDOS POR MEDIOS ALTERNATIVOS Correo electrónico, Teléfono, Whatsapp	40
ARTESANOS ATENDIDOS APOYO GRÁFICO SELLO DE CALIDAD	7
SOLICITUDES Y DOCUMENTACIÓN RECIBIDA DE ARTESANOS INTERESADOS EN CERTIFICARSE	14
EVALUACIONES DE PRODUCTO Y DE UNIDAD PRODUCTIVA Realizadas de manera digital o presencial	8
DOCUMENTOS REFERENCIALES ACTUALIZADO O EN PROCESO DE ACTUALIZACIÓN	6
FUNCIONARIOS DE ARTESANÍAS DE COLOMBIA CAPACITADOS POR ICONTEC PARA SER AUDITORES DEL PROGRAMA "SELLO DE CALIDAD"	5
SELLOS PROYECTADOS A OTORGAR EN 2021	11

Principales resultados

Por otro lado, en 2021 se ha llevado a cabo la actualización de oficios y técnicas artesanales, avanzado al corte, así:

AVANCE A SEPTIEMBRE 2021	
OFICIOS ARTESANALES IDENTIFICADOS Trabajos en madera; Carpintería y Ebanistería; Trabajo en no maderables, Frutos secos y semillas; Cestería; Tejeduría; Tejidos no tejidos; Trabajos en tela; Alfarería y cerámica; Marroquinería; Talabartería; Guarnielería ; Volúmenes estructurados; Trabajo en vidrio; Trabajo en piedra; Trabajo en sal; Trabajo en Carbón; Orfebrería; Joyería /Bisutería; Forja; Trabajo en Cobre, bronce, aluminio, Cold Rolled , latón; Trabajo en papel; Cerería; Enchapado en Tamo; Barniz de Pasto; Enchapados y recubrimientos; Trabajo en cacho y hueso; Luthería - Elaboración de Instrumentos musicales	27
TÉCNICAS ARTESANALES IDENTIFICADAS	74
REUNIONES REALIZADAS DE SOCIALIZACIÓN Y AJUSTES DEL DOCUMENTO Funcionarios de Artesanías de Colombia	6

Es importante resaltar que los resultados que se han presentado para el desarrollo de las actividades propias de los Laboratorio y los programas que se ejecutan en el marco de los mismo se logran a partir del proyecto de inversión: "FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL, UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y REGIONAL 2019-2023 NACIONAL". Este contó con una apropiación inicial de \$6.367MM la cual fue incrementada a \$7.330MM apropiación definitiva al corte de este informe.



✓ **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 2021 cuenta con una apropiación de \$1.162 millones del Presupuesto General de la Nación (PGN), comprometiendo a la fecha un 79,21%, que equivale a \$920 millones.

La alternativa incluye un módulo orientado a trabajar el manejo de conflicto y proyecto de vida y otro dirigido a estimular el Fortalecimiento en emprendimiento, con los cuales se busca contribuir a la restauración del tejido social,



del sentido de solidaridad y promover la consolidación y reactivación de las unidades productivas de artesanos. Se ofrece Capacitación y Asistencia Técnica orientada a mejorar los procesos productivos, la calidad y diseño de los productos que elaboran, con el fin de mejorar su competitividad en el mercado. Así mismo, se trabaja en el logro de una mejor gestión administrativa básica de su unidad productiva y una comercialización más eficiente de sus productos.

Se hace especial énfasis en la divulgación y espacios de comercialización preparando a las unidades productivas para la participar en Ferias, manejo y contacto con actores comerciales junto al montaje de centros de acopio artesanales en las regiones en acompañamiento. 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 2021 esta iniciativa acompaña beneficiarios artesanos ubicados en los departamentos de Antioquia –zona del Urabá Antioqueño-, departamento de Bolívar 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 CESAR.

Las actividades básicas del proyecto son las siguientes: -Asistencias técnicas: Las asistencias técnicas se desarrollarán 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.

Dentro de los principales logros de la vigencia se encuentra el inicio a Expoartesano Medellín, con producción de 19 unidades productivas, así mismo se continua la ejecución del contrato para fortalecimiento capacidades en ecommerce, se cuenta con la estrategia de capsulas para la comercialización y se adelantan gestiones en espacios comerciales en Bogotá

En cuanto al montaje y afianzamiento de los centros de acopio, para la vigencia 2021 se proyectó el acompañamiento a las comunidades Arhuacas para la estrategia de Centro de acopio en la ciudad de Santa Marta en alianza con ASOARHUACOS. Así mismo se proyectó el fortalecimiento a los otros centros de acopio en caribe y litoral pacífico.

Se cuenta con versión final de diseños y elementos para iniciar procesos de estudio de mercado para contrato de montaje de Centro de Acopio ASOARHUACOS en la ciudad de Santa Marta. Al mes de septiembre inicia realización estudio de mercado de la necesidad a contratar.

En cuanto a brindar asistencia técnica para el mejoramiento de productos y gestión de unidades productivas debido a la emergencia sanitaria relacionada con el COVID 19 para el mes de marzo solo se adelantan jornadas de asistencia técnica a distancia en los departamentos de Magdalena, Bolívar, Córdoba, Antioquia, Valle del Cauca, Cauca y Nariño. Se adelantan procesos administrativos para continuación de contratación de profesionales para la realización de actividades del componente de desarrollo humano. Teniendo en cuenta los confinamientos por conflicto armado y emergencia sanitaria para el mes de abril se continua con la estrategia de asistencia técnica por medio de WhatsApp y telefonía. Por otra parte, se inicia proyección de estrategia con material de estrategia de asistencia técnica a distancia con monitores artesanos en Magdalena, Cesar y para el municipio de La Tola



Durante el mes de mayo se adelantaron talleres a distancia en los componentes de diseño, desarrollo humano y comercialización en los municipios de Apartado, Turbo, Magangué, San Jacinto, Cartagena, El Carmen de Bolívar, Guapi, Ricaurte, Bojayá, Puerto Libertador, Montería, Montelíbano, Aracataca y Buenaventura. Se inicia trabajo con monitores artesanales locales con estrategia de transferencia metodológica APV.

Se adelantaron talleres a distancia en los componentes de diseño, desarrollo humano y comercialización en los departamentos de Bolívar, Cauca, Chocó, Córdoba, Nariño y Valle del Cauca. Se encuentra en definición estrategia de implementación de acompañamientos en el departamento del Cesar. Se adelanta estrategia de transferencia metodológica APV Magdalena y municipio de La Tola.

Se adelantaron talleres a distancia en los componentes de diseño, desarrollo humano y comercialización en los departamentos de Bolívar, Cauca, Chocó, Córdoba, Nariño y Valle del Cauca. Continúa en revisión viabilidad atención y trabajo departamento del Cesar.

En el mes de agosto se adelantaron jornadas de asistencia técnica en: Necoclí, Turbo, Chigorodó, Carmen de Bolívar, San Jacinto, Cartagena, Guapi, Timbiquí, Quibdó, Bojayá, Litoral del San Juan, Puerto Libertador, Montelíbano, Puerto Libertador, Montería, Aracataca, Santa Marta, Ricaurte y Buenaventura.

Durante el mes de septiembre se continúan adelantando talleres en los diversos componentes en los departamentos y municipios haciendo énfasis en capacidades y habilidades para la participación en espacios feriales.

En cuanto a la entrega de kits de utensilios, herramientas básicas y materias primas en las unidades artesanales para el desarrollo de sus productos se ha formalizado proceso suministro de chaquiras, se adelanta definición de necesidades de compra de herramientas y se realizan los envíos de materia prima chaquira a comunidades, se cuenta con contrato de insumos y telas registrado también se realiza la entrega de telas y continua proceso administrativo para contratos compra de materias prima.

Frente a la actividad de diseñar y desarrollar la estrategia de promoción de los productos artesanales de las unidades productivas acompañadas: Se formuló estrategia de divulgación general de proyecto incluyendo la necesidad de actualización de recursos virtual para divulgación de los productos artesanales y material soporte para la



participación en espacios comerciales, se definieron los componentes y contenidos para actualización de herramienta webapp para divulgación de los productos de las comunidades (fotografías de ambiente, categorías de productos, oficios). Se adelantan las sesiones fotográficas de ambientes con los productos de las comunidades en acompañamiento como material para actualización de herramienta webapp.

Otra actividad es realizar espacios de sensibilización y fortalecimiento institucional para la artesanía: Se identificaron las ciudades para la realización de jornadas de sensibilización a adelantarse durante el segundo semestre del año: Santa Marta, Buenaventura y Valledupar.

Dentro de las actividades se encuentra la de prestar servicios de aplicación de instrumento de caracterización. A septiembre se encuentra en desarrollo proceso de caracterización de los grupos Magdalena y Córdoba. Se revisa versión documento técnico caracterización Bolívar

En cuanto a prestar servicios de aplicación y sistematización de instrumento de evaluación: Se identifica la necesidad de la aplicación del instrumento de evaluación para la vigencia en curso en los departamentos de Bolívar. Se adelanta la proyección inicial de cronograma para aplicación de instrumento de medición de efectos no económicos y se revisa con el equipo APV la información disponible del colectivo en Santa Marta y Montelíbano para aplicación del instrumento.

Al mes de septiembre de 2021, teniendo como punto de partida la regionalización de recursos y las coberturas anteriores para este tipo de población se adelanta atención de la siguiente manera: CESAR: programación visitas iniciales pueblo Kancuamo, Valledupar y Pueblo Bello. MAGDALENA: Santa Marta, Fundación, Ciénaga, Aracataca CORDOBA: Montería, Tierra Alta, Puerto Libertador y Montelíbano. BOLIVAR: Cartagena, Carmen de Bolívar, San Jacinto, Magangué. ATIOQUIA (ZONA URABA ANTIOQUEÑO): Apartado, Chigo rodo, Turbo. CHOCO: Municipios de Litoral del San Juan, Bagado, Bojaya, y ciudad de Quibdó. VALLE DEL CAUCA: Municipio de Buenaventura CAUCA: Acompañamiento artesanos municipios de Timbiqui y Guapi. NARIÑO: Municipios de Tumaco, Ricaurte y La Tola.



Los datos más relevantes del programa se muestran continuación:

AVANCE SEPTIEMBRE 2021	
RECURSOS PGN - AdC (MM) Comprometido: \$ 920 / 79,2%	\$ 1.162
BENEFICIARIOS FOCALIZADOS 9 departamentos 26 Municipios	Meta 900
NUEVOS BENEFICIARIOS 234	Avance 700
ACTIVIDADES VIRTUALES / ASISTENCIA TECNICA <ul style="list-style-type: none"> Jornadas de asistencia en los departamentos de Bolívar, Córdoba, Zona del Urabá Antioqueño, Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño. 25 cartillas y 25 videos con desarrollo diferencial (material para implementación de asistencia técnica a distancia). 	350
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN 16 catálogos de comunidad actualizados. Articulación de Laboratorio Bolívar estrategia de Bolívar a tu Casa.	17
NEGOCIOS FACILITADOS CON CLIENTES (MM)	\$ 60,8
VENTAS EXPOARTESANO (MM)	\$ 65,5
GESTIONES CON EL APOYO DE ALIANZAS DE LA ENTIDAD <ul style="list-style-type: none"> Articulación alcaldía del municipio de La Tola para estrategia de asistencia técnica a distancia, gestiones Unidad de Víctimas articulación zona Chocó. Convenio Intercambio de información Unidad de Víctimas Alianza OIM para activación estrategia capsulas de comercialización. 	3

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 2021 se cuenta con una apropiación definitiva de \$1.144 millones por parte del Presupuesto General de la Nación. Con corte septiembre se han comprometido un total de \$703 millones, es decir el 61,5% de los recursos asignados.

A través de la Línea Étnica de AdC, se promueve el reconocimiento y fortalecimiento de las tradiciones culturales vinculadas a la actividad artesanal de las comunidades, grupos o artesanos indígenas, (NARP) negros, afrocolombianos, raizales, Palenqueros y RROM, que asumen la artesanía como una de sus economías propias.



Para esta vigencia se proyectó atender a 12 grupos artesanales nuevos de forma integral y a otros grupos de manera puntual que requieren un acompañamiento dados los compromisos que quedaron pendientes en vigencias pasadas.

Cobertura geográfica 2021 y grupo étnicos atendidos

Quince (15) grupo artesanales con atención integral

#	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	GRUPO ARTESANAL
1	BOGOTÁ	BOGOTÁ	1-MITÉS
2	BOLÍVAR	MAHATES	2- PALENQUE – MAKANIA
3	VALLE DEL CAUCA	CALI	3- TAIK'A (QUIRRYMÁ)
4	GUAVIARE	SAN JOSÉ DEL GUAVIARE	4-JIW
5	GUAVIARE	EL RETORNO	5- SUASÉ- (LA ASUNCIÓN)
6	VAUPÉS	MITÚ	6- ASOARTVAUPÉS
7	VICHADA	CUMARIBO – INÍRIDA	7-CUMARAL
8	RISARALDA	PUEBLO RICO	8-KIMPARAWERA
9	CÓRDOBA	TUCHÍN	9-ASOMUPART
10	LA GUAJIRA	MAICAO	10-SANTA ROSA
11	SUCRE	SAN ONOFRE	11-ARTESANÍAS BLAS
12	AMAZONAS	LA CHORRERA	12-OKAINA
13	MAGDALENA	FUNDACIÓN	13-SEYNURWA
14	VALLE DEL CAUCA	BUENAVENTURA	14-MUJERES AFRO - BUENAVENTURA
15	VICHADA	PUERTO CARREÑO	25-IDA BARRIO MATEO

Beneficiarios

A corte del presente informe se reporta un total acumulado de 386 beneficiarios, de los cuales 367 se encuentran ubicados en los Departamentos focalizados para la actual vigencia: Amazonas, Putumayo, Guaviare, Vaupés, Vichada, Risaralda, Valle Del Cauca, Bolívar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre, San Andrés y Bogotá D.C, y 19 en Caquetá, Cauca y Nariño, departamentos que no se encuentran priorizados en el presente año, pero se están desarrollando actividades puntuales con grupos que venían de vigencias pasadas y requerían un acompañamiento para participaciones comerciales y otras estrategias de seguimiento.



De los 386 beneficiarios acumulados, 277 artesanos han recibido acciones de asistencia técnica integral, en relación a las estrategias de acompañamiento virtual y la planeación metodológica de los cuatro componentes de atención: Diseño, comercial, social y comunicaciones. Así mismo, se han desarrollado actividades puntuales con 109 artesanos de 21 grupos, que han recibido acciones iniciales de caracterización, participación en charlas y/o conversatorios y fortalecimiento comercial para participación en eventos.

La metodología tiene un enfoque diferencial y participativo para la construcción colectiva de procesos según las necesidades locales, respeto de tiempos y ritmos locales, promueve el ejercicio de la autonomía de los pueblos, cimentando las acciones en un ejercicio participativo basado en los conocimientos locales y tradicionales, a través de las siguientes estrategias:

- Fortalecimiento de la transmisión de saberes y los procesos organizativos de las comunidades, al igual que el fortalecimiento de las tradiciones culturales asociadas a la actividad artesanal.
- Rescate, mejoramiento, desarrollo y diversificación de productos que exalten las técnicas tradicionales con identidad cultural propia.
- Mejoramiento de las técnicas, aprovechamiento y sostenibilidad de materias primas y determinación conjunta de determinantes de calidad, a través del fortalecimiento técnico de los oficios.
- Activación de la economía local, promoviendo la actividad comercial artesanal a través de la identificación de oportunidades de mercado y acompañamiento en su ejecución.

Para esta vigencia 2021, en el Programa de Etnias se empezó atendiendo 14 grupos artesanales de forma integral, de los cuales el 57% son grupos nuevos (nivel 1), el 29% son grupos que han recibido atención en vigencias anteriores y hace falta fortalecer varias de sus capacidades artesanales (nivel 2), y el 14% son grupos con un alto nivel artesanal, productivo y organizativo (nivel 3). Sin embargo, en julio tuvo que concluirse la atención de 2 de estos grupos por condiciones territoriales y organizativas que dificultan la comunicación e implementación de actividades para su fortalecimiento artesanal. Se



integraron otros 2 grupos, en nivel 1 para atención desde todos los componentes. Adicionalmente, desde el componente social se están atendiendo 2 grupos de forma puntual y 1 con atención especial que es San Andrés.

Teniendo en cuenta la caracterización general expuesta, de cómo comenzaron la vigencia los grupos artesanales, los retos desde el componente socio-organizativo han sido: para nivel 1, la creación de acuerdos y compromisos en el grupo, identificando liderazgos y roles que puedan asumir de forma colectiva la gestión artesanal, con una adecuada comunicación interna. Adicionalmente, organizar las dinámicas de asesorías virtuales, tareas, acompañamientos y la apropiación del fortalecimiento artesanal. También, empezar a reconocer y valorar la identidad cultural y poder plasmarla en las piezas artesanales. En el caso de nivel 2, el reto se encuentra en conformar la estructura organizativa del grupo, construir metas y objetivos comunes que les permitan delimitar su misión y visión, y así proyectar el grupo y la actividad artesanal a futuro. Con respecto a la identidad cultural, acompañar en ellos las indagaciones sobre sus comunidades para la creación de simbología y productos en la vigencia. Y el nivel 3, el reto se encuentra en poder brindar toda la información y herramientas sobre asociatividad para que sus acciones al respecto sean informadas y mantengan sólida la estructura organizativa que han logrado.

A lo largo del 2021, se han realizado las actividades de socialización del programa, concertación, creación de decálogo de compromisos, autodiagnóstico social, cronograma artesanal, fortalecimiento organizativo, liderazgo, identidades culturales, talleres de historias y significados de color, comunicación asertiva, levantamiento de documentación para la entrega de rubros de Transmisión de Saberes junto con su proyección de talleres, roles, metas y objetivos comunes.

También se crearon e implementaron 2 encadenamientos organizativos, en los que 2 líderes con gran trayectoria comunitaria, asociativa y artesanal están acompañando y transmitiendo sus experiencias organizativas con grupos de nivel básico, de forma presencial. Se ha apoyado a grupos artesanales en la postulación de convocatorias, acompañando la construcción de propuestas y proyectos comunitarios.



Adicionalmente, se han realizado actividades de resolución de conflictos.

El componente de diseño y producción tiene como objetivos promover el rescate de elementos de identidad cultural que permitan la construcción y definición de líneas de producto diferenciadas que les permitan a los grupos beneficiarios del programa, el posicionamiento competitivo en el mercado. De igual manera se busca establecer los criterios de calidad de los procesos productivos de cada grupo, por medio del fortalecimiento técnico de los grupos artesanales étnicos con los cuales se trabaja.

Para la vigencia 2021, desde el componente de diseño y producción se han establecido acciones y planes de trabajo que permitan acompañar y fortalecer a los grupos beneficiarios de manera virtual con el fin de garantizar la atención de los grupos en medio de la situación generada por la contingencia sanitaria del Coronavirus.

El actual informe da cuenta de los avances y las acciones desarrolladas por el componente de diseño y producción en el marco de la estrategia de atención virtual de la entidad.

El equipo de trabajo del componente de diseño y producción para la vigencia 2021 es el siguiente:

ASESOR	CARGO
IVÁN CAMILO RODRÍGUEZ	DISEÑADOR LÍDER
ANNY ZAMBRANO	ASESORA EN DISEÑO Y ENCARGADA DE LA PARTE DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO

Los grupos artesanales con los cuales se han podido tener acciones y adelantos a la fecha por parte del componente de diseño y producción son los siguientes:



GRUPO ARTESANAL	ETNIA	DEPARTAMENTO	TIPO DE ATENCIÓN DISEÑO Y PRODUCCIÓN
QUIRRYMÁ	Eperara Siapidara	Valle del Cauca	INTEGRAL
Mujeres Afro de Buenaventura	Afro	Valle del Cauca	INTEGRAL
La Asunción	Pluriétnico	Guaviare	INTEGRAL
KIMPARAWERA	Embera Chami	Risaralda	INTEGRAL
Yaré Okaina	Okaina	Amazonas	INTEGRAL
Asomupart	Zenú	Córdoba	INTEGRAL
Sta. Rosa	Wayúu	Guajira	INTEGRAL
Mites	Eperara Siapidara	Bogotá	INTEGRAL
MAKANIA	Palenquero	Bolívar	INTEGRAL
ASOARTVAUPÉS	Pluriétnico	Vaupés	INTEGRAL
Artesanías Blas	Afro	Sucre	INTEGRAL
Seynurwa	Arhuaco	Magdalena	INTEGRAL
RROM	RROM	Bogotá	PUNTUAL
LA ESTRELLA	Wayuu	La Guajira	PUNTUAL
CURARTE	CAMENTSÁ	PUTUMAYO	PUNTUAL
BARRIO MATEO	Sikuani	Vichada	PUNTUAL
Warkhi	Wounaan	Bogotá	PUNTUAL
Villa María	Cubeo	Vaupés	PUNTUAL
Grupo Artesanal Cofan	Cofan	Putumayo	PUNTUAL
Pairepa	Koreguaje	Caquetá	PUNTUAL
JAIR GUAISIRUMA	Embera	Risaralda	PUNTUAL
Cumaral	Piaroa	Vichada	PROCESO CERRADO
Kio	JIW	Guaviare	PROCESO CERRADO

Durante la vigencia 2021, el componente comercial del **“Programa de apoyo y fomento a la actividad artesanal de las comunidades o grupos étnicos, como expresión de sus economías propias a nivel nacional”** ha desarrollado una estrategia metodológica y comercial como respuesta a los escenarios de reactivación económica y generación de ingresos para los grupos artesanales étnicos, dada la coyuntura y la agudización de brechas sociales y económicas generadas por la pandemia COVID 19.



Dando alcance a la asistencia técnica, las asesorías virtuales y el acompañamiento del componente comercial se desarrollaron presentaciones, infografías y material pedagógico audiovisual, para facilitar el aprendizaje y consulta de contenidos para los artesanos principalmente por el desarrollo de asesorías virtuales.

Dentro de los contenidos desarrollados, se encuentra el **“Autodiagnóstico del emprendimiento”** que permite orientar las actividades base del componente comercial teniendo en cuenta los desafíos de la comercialización, retos del mercado digital planteando un plan de trabajo según el nivel de caracterización previamente identificado con el grupo artesanal.

El taller **“Mentalidad emprendedora”**, guiando las capacidades de un emprendimiento, las habilidades de un emprendedor exitoso, principales razones por la que fracasan los emprendimientos y Tips para cazar oportunidades.

Igualmente, el taller **“Agenda y negocios de clientes”**, describiendo Tips de comercialización y mercadeo, Tips de atención al cliente en redes sociales, y la importancia de un protocolo de atención al cliente en la presencialidad y la virtualidad, con el fin de tener cierre de negocios exitosos.

En conjunto con las actividades de fortalecimiento del componente se construyó contenido para charlas de temas transversales como **“Dinámicas y espacios comerciales”** y **“Ferias virtuales”**, el cual se socializa con los artesanos en apoyo con el componente de diseño.

Se aclara que además del material pedagógico creado y/o actualizado (correspondiente a 10 soportes para la vigencia 2021) el componente comercial cuenta con un banco de guías, podcast, infografías, presentaciones, herramientas en Excel, y material pedagógico audiovisual que ha sido creado y actualizado en diferentes vigencias, el cual contiene 25 soportes orientados al fortalecimiento de las capacidades empresariales y comerciales de los grupos beneficiarios.



Al corte del presente informe, desde el componente comercial se han realizado 104 asesorías virtuales en los ejes de formalización empresarial, comercialización y mercadeo, y emprendimiento; este acompañamiento se ha dado 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 según el perfil y capacidad de los grupos en términos comunicativos.

Se resalta que durante el trimestre abril a junio se realizó el conversatorio de “**Registro de marca y propiedad intelectual**” acompañado por el equipo de Propiedad intelectual de la entidad y asesores de la Superintendencia de Industria y Comercio, se abordaron temas como definición de marca, tipos de marca por su forma, función y uso y derechos de autor.

Para el trimestre de Julio a Septiembre, se realizaron 3 conversatorios, el primero “**Dinámicas y espacios comerciales**” que abordó las dinámicas de mercados al aire libre, ferias (regionales, nacionales e internacionales), tiendas y almacenes, tiendas especializadas, galerías y nichos de mercado virtuales categorizados en redes sociales, tiendas virtuales, plataformas de difusión, Marketplace; identificando las características, los tipos de producto de interés, perfil del cliente, beneficios, dificultades y recomendaciones para abordar cada segmento de mercado.

También se acompañó el conversatorio de “**ferias virtuales**” explicando a los artesanos el funcionamiento de un Marketplace, el ciclo de venta electrónica, el contenido de un stand virtual, logística, selección de producto y planes de producción y procesos de pago virtuales. Igualmente, se gestionó un espacio para la charla liderada por el equipo de Educación financiera de ADC sobre “**Presupuesto y ahorro**” en la que se abarcaron temas como ¿Cuáles son los tipos de presupuesto?, ¿Cuáles son las diferencias entre presupuesto familiar y el presupuesto de los talleres artesanales?, Cual es la importancia del ahorro?, entre otros.

Durante la presente vigencia, el componente comercial ha emprendido una serie de estrategias cuyo fin es lograr el cierre de alianzas comerciales, facilitar negociaciones,



fortalecer relaciones comerciales de largo plazo y la potencialización de oportunidades comerciales para los grupos beneficiarios del programa.

Bajo esta perspectiva, y teniendo en cuenta que el principal canal de comercialización del sector son las ferias y eventos regionales y nacionales, se realizó la identificación de los espacios de comercialización más efectivos con relación a resultados en ventas y posicionamiento para el sector a desarrollarse durante este año, entre los cuales está Expoartesano que se lleva a cabo en la ciudad de Medellín y Expoartesanías en Bogotá.

Es necesario resaltar que dicho proceso de identificación contempla algunos elementos esenciales como el proceso de postulación, fechas de realización del evento, formato, planimetría, estrategia y costos de participación, proceso de envío y logística, protocolos de bioseguridad, curaduría de producto, requisitos del participante y estrategia de promoción y divulgación; Tal información se convierte en insumo clave para la toma de decisiones sobre la participación del programa dentro de tales escenarios comerciales, el número de grupos beneficiarios a participar, la estrategia de acompañamiento y el plan de producción para el evento.

Expoartesano 2021 “La Memoria”:

El formato es presencial con limitaciones de aforo y participantes, además cuenta con una plataforma digital (no transaccional) que tiene un perfil empresarial por grupo artesanal, así como un link de comunicación por WhatsApp directamente entre el artesano y comprador para generar negocios.

En el marco del evento, se está realizando la rueda de negocios con compradores potenciales, además se cuenta con una agenda cultural a través de demostraciones de oficio, entrevistas y espacios de intercambio entre los artesanos y el público asistente, que permita atraer mayores visitantes y compradores potenciales.

Para participar en el evento, se realizó la postulación el 30 de junio y adjuntar los documentos del grupo como: formulario de inscripción categoría étnica, fotocopia de la cédula del participante, Rut actualizado 2021, catálogo de productos, lista de precios,



fotos y videos del proceso productivo, imagen corporativa y fotografías de la participación en un evento anterior.

Con base en los criterios del equipo técnico, se proyectó que desde el programa se apoyen 8 grupos bajo la siguiente estrategia: 4 grupos están participando de forma presencial en la feria y los restantes realizarán la producción y enviarán el producto para comercializarlo en el evento. Además, es necesario mencionar que los 8 grupos tendrán su participación en la plataforma digital (no transaccional) del evento para conectar compradores y clientes directamente con la oferta de los artesanos.

Así mismo, conjuntamente entre el equipo de diseño y comercial del programa, se definió que los 8 grupos participantes y la distribución de los stands financiados por el programa se realizaría bajo los criterios de capacidad de producción, evolución de producto y oportunidad comercial de los grupos participantes.

Subasta:

Actualmente, el equipo técnico del programa se encuentra en la planeación de un evento de subasta que permita promocionar, visibilizar y posicionar la oferta de productos de los grupos beneficiarios más destacados del programa.

Para la realización de este espacio, se han adelantado varias mesas técnicas de trabajo con el fin de establecer las dinámicas comerciales del evento, las etapas para su realización, el cronograma de trabajo y las distintas variables y posibilidades que surgen en este tipo de iniciativas.

Al corte del presente informe, se cuenta con la estructura operativa para la realización de la subasta, dentro de las actividades definidas está el desarrollo de las piezas artísticas, la vinculación de otros programas de la entidad para diversificar la oferta, la selección de un espacio adecuado, atractivo y especializado en el sector de galerías, el proceso museográfico acorde con las piezas, las condiciones comerciales del evento, la convocatoria de clientes especializados, alianzas con socios comerciales y temas operativos y logísticos para su realización.



Sumado a esto, la exhibición iniciará desde la 3ra semana de noviembre y finalizará la 2da semana de diciembre con apoyo de la galería de arte “Espacio continuo”; durante este periodo el equipo técnico seleccionará un día para realización de la subasta. Además, es necesario resaltar que se adelantaron diferentes gestiones y articulaciones con distintos actores que puedan apoyar la iniciativa.

Dentro de estos resultados, se destaca el apoyo gestionado con el holding financiero CREDICORP, dedicado a la prestación de servicios financieros y con cobertura en América latina. Esta alianza permite que tal entidad financie con recursos económicos parte de las actividades logísticas de la subasta y realice una convocatoria y difusión mediática a toda su cartera de clientes en el país con alto poder adquisitivo para que participen durante el evento.

Así mismo, se destaca la participación de la galería “espacio continuo” quien habilitará el espacio durante esas fechas para que pueda adelantarse la exhibición, promoción, venta y subasta de las respectivas piezas.

Al corte del presente informe, a través de la página del SECOP II se publicó el instructivo y los anexos técnicos requeridos para la contratación de un aliado que permita asegurar la parte comercial y transaccional requerida para la realización efectiva del evento.

Folk Art Market 2022:

Es un evento de talla internacional, que tiene epicentro en nuevo México, Estados Unidos en el mes de Julio de cada año, donde se tiene espacio para todas las culturales del mundo, donde se eleva la expresión de miles de artistas, aglutina más de 60 países y es internacionalmente conocida como la *“meca de los maestros artistas populares y catalizador del cambio social en todos los continentes”*.

Es una feria especializada en arte popular, entendida como las tradiciones hechas producto que provienen de la cultura y las comunidades; el proceso de postulación, los criterios de selección y curaduría es altamente estricto y exigente.



Para realizar la aplicación al evento, los grupos artesanales deben presentar el formato de aplicación que contempla los datos básicos del artesano representante, información del entorno, artes, técnicas y materiales empleados para elaborar las piezas, fotos en alta calidad de los productos elaborados, historia del artista y de su comunidad y el apoyo financiero para su participación en el evento.

Es importante señalar que las postulaciones se realizan un año antes del evento, es decir, para que los grupos puedan asistir a la feria en su versión 2022, las aplicaciones deben llevarse a cabo con plazo máximo hasta septiembre de 2021.

Se destaca que, durante el mes de julio y agosto, el equipo técnico del programa realizó el levantamiento, recopilación, preparación y presentación de la documentación requerida exigida por la organización, durante este periodo se logró la postulación de 5 grupos artesanales entre los cuales está mites artesanías, Koreguaje pairepa, hajsú, Kansuy y Wajapü.

Cabe resaltar que los resultados de dichas postulaciones se tendrán durante la 2da semana del mes de diciembre. La participación de los grupos que hayan pasado el filtro será en el año 2022.

Seguimiento ventas Marketplace (artesaniaslatienda.com):

Desde el 24 de diciembre de 2020, se lanzó al aire la plataforma del Marketplace liderada como una estrategia de comercialización virtual de Artesanías de Colombia, la plataforma cuenta con una oferta de producto a nivel nacional, pasarela de pagos y logística de envío, además de una descripción de producto, de los grupos y/o talleres artesanales. Para el programa de Etnias se postularon 13 grupos.

Además, actualmente se está adelantando una estrategia llamada “**Artisanos en casa**” que consiste en promover un encuentro virtual desde la casa de cada artesano con compradores y clientes potenciales de diferentes regiones del país. El objetivo principal de la estrategia se orienta a generar y promocionar la compra directa en la plataforma. Se espera que en este espacio el artesano dé a conocer el proceso productivo, la historia de



producto, la historia de la marca, y dé a conocer el espacio y/o taller donde trabajan. En esta estrategia se cuenta con la participación de los grupos mutecypa y Mites.

No obstante, dado el cruce con el cronograma de actividades propuestas desde las diferentes iniciativas y espacios comerciales generados desde la entidad, aún no se ha puesto en marcha.

Negocios facilitados

Se ha acompañado la facilitación de negocios de 6 grupos, con oferta de talla en madera, cestería y decoración de hogar con clientes como Go Slow, AmanoLab, Magda Tamayo, Monica Urquijo, Otavi SAS.

Es necesario resaltar que, durante este año, la mayoría de grupos beneficiarios focalizados por el programa son grupos artesanales nuevos; que tienen una estructura organizativa incipiente, con mínimas dinámicas y participación comercial, baja calidad de producto, limitado portafolio de productos y canales de comercialización que inciden directamente en los resultados comerciales obtenidos.

AVANCE- SEPTIEMBRE 2021	
RECURSOS PGN - AdC (MM)	
Comprometido: \$703	\$ 813
Obligado: 431,7	
BENEFICIARIOS	
Meta: 360	386
NUEVOS BENEFICIARIOS	
265	
GRUPOS ARTESANALES ATENDIDOS DE MANERA INTEGRAL	
Bolívar, Guaviare, Vichada, Sucre, La Guajira, Vaupés, Córdoba, Risaralda, Amazonas, Magdalena, Valle Del Cauca y Bogotá.	15
GRUPOS ARTESANALES ATENDIDOS DE MANERA PUNTUAL	
Caquetá, Cauca, La Guajira, Magdalena, Nariño, Putumayo, Risaralda, San Andrés, Sucre, Valle Del Cauca, Vaupés y Bogotá	11
ACCIONES DE ACOMPAÑAMIENTO A DISTANCIA (Componentes Socio Organizativo, Diseño, Comercial y Comunicaciones)	
TALLERES DE ASISTENCIA TÉCNICA	428
CHARLAS Y/O CONVERSATORIOS VIRTUALES	13
MATERIAL PEDAGÓGICO DESARROLLADO (Videos, podcast, infografías, cartillas digitales, Presentaciones)	21
GESTIONES Y CONVENIOS En proceso de formalización de Convenio 2021 con Colombia Productiva-Fiducoldex	1
RESULTADOS COMERCIALES	
NEGOCIOS FACILITADOS (MM)	\$12,8
VENTAS EXPOARTESANO (MM) 8 Grupos participantes	\$58,8
TOTAL VENTAS PROGRAMA	\$71,6

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 a la generación 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 cuenta con una apropiación de \$4.600 millones. Al corte se han comprometido \$3.265,7 millones que equivalen al 70,99%.

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 590 artesanos, lo que significa un avance del 64,20% sobre la meta correspondiente a 919 beneficiados, esto distribuido en los siguientes temas: sensibilización sobre la importancia de transmitir al turista el valor de la artesanía, capacitación en mercadeo y ventas, en desarrollo de catálogo y marca y en capacidades comerciales digitales.

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 276 artesanos.

Se realizan capacitaciones en mercadeo y ventas a 20 comunidades de Antioquia, Córdoba, Quindío, Risaralda, Santander, Cundinamarca, Bogotá, Boyacá, Huila, Tolima y Cauca.



Se han realizado 13 capacitaciones en exhibición y participación en ferias a comunidades de los departamentos de Cundinamarca, Antioquia, Bogotá, Bolívar, Boyacá, Cauca, Huila, La Guajira, Nariño, Sucre, Atlántico, Cesar, Chocó, Cauca y Caquetá. A la fecha se beneficia a 401 artesanos.

Se interviene con el desarrollo de marca y catálogo para la participación en ferias y eventos a comunidades de Bolívar, Cundinamarca, Sucre, Atlántico, Boyacá y Cesar, La Guajira y Chocó. Se benefician 168 artesanos y se han impartido 11 asesorías.

Se atienden 20 comunidades de 16 departamentos del país. Se actualiza la línea base de las comunidades beneficiarias del proyecto. Se registran los avances generados por la intervención del proyecto, para establecer el impacto del mismo.

Se realiza diagnóstico y caracterización de los artesanos que recibirán asistencia técnica en eCommerce en 2021. Se aplicó una herramienta en línea que evidencia el nivel de conocimiento, el uso y manejo de herramientas informáticas, el manejo de los dispositivos electrónicos y la actualización y mantenimiento de las redes sociales de los artesanos.

Por otro lado, en el marco de esta iniciativa, se cuenta con el desarrollo del **“Mapa Turístico Colombia Artesanal”**. Este es un viaje por rutas turísticas artesanales, en la que se podrá explorar, a través de una aplicación móvil, la maestría de los oficios artesanales de la mano de sus mejores exponentes, elegidos cuidadosamente por el equipo de la entidad.

Esta aplicación busca reactivar el turismo cultural, traer visitantes internacionales y contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales, fortaleciendo así el sector artesanal como atractivo turístico cultural.

Este mapa ofrece

- Rutas Turísticas Artesanales asociadas a Corredores Turísticos, Pueblos Patrimonio, Denominación de Origen, vocación artesanal y manifestaciones del Patrimonio



Cultural Inmaterial.

- Maestros Artesanos destacados a nivel nacional que hacen parte de las Rutas Turísticas con datos de contacto, redes sociales, ubicación y talleres de oficios.
- Artesanías y Oficios Artesanales: Artesanías organizadas por tipologías, con reseña y ficha técnica. Información completa sobre los Oficios artesanales y materia prima de cada ruta turística.
- Eventos: Calendario de carnavales, festivales, ferias artesanales y demostraciones de oficios.
- Noticias y Actualidad: Noticias relevantes sobre el sector artesanal, oficios y técnicas, así como datos turísticos de interés relacionados con las rutas.

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.”



Durante 2021 se ha avanzado en entrevistas de las rutas turísticas, así como en las fotografías. Se ha trabajado en la aprobación de diseño, fotos, textos y todo el





funcionamiento de la PWA.

En esta recta final de la implementación de las rutas, se ha socializado Colombia Artesanal con diferentes entidades para lograr esfuerzos conjuntos. Se han logrado apoyos de Procolombia, se está trabajando en la presentación de un proyecto a Fontur que permita hacer difusión del mapa Turístico.

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 espacios de promoción así:

ESPACIOS DE PROMOCIÓN	2021
FERIAS REGIONALES	32
EVENTOS NACIONALES	10
RUEDAS DE NEGOCIOS	4
TALLERES DE OFICIO	13
TOTAL	59
META	66
AVANCE	89%

- Ferias Regionales:

1. Mercartesano realizada en la ciudad de Pasto.
2. Feria origen de mi Tolima, realizada en Ibagué.
3. Feria Heroica Open, realizada en la ciudad de Cartagena.
4. Feria Mercartesano mujer, realizada en la ciudad de Pasto.



5. Feria Chagarte, realizada en Leticia.
6. Feria Anato, realizada en Bogotá.
7. Feria World Coffe fair, realizada en el Cauca.
8. Feria La Plata Huila.
9. Feria a Ibagué la reactivamos todos.
10. Día del sombrero Tolimense.
11. Feria artesanal conmemoración cumpleaños de Córdoba
12. Feria Tapiz Artesanal Cauca (Del 1 al 5 de julio)
13. Feria Tapiz Artesanal Cauca (Del 22 al 25 de julio)
14. XXXIII Festival Confraternidad Amazónica
15. Feria Plaza Emprende Mall Plaza Cartagena
16. II Feria de Moda y Artesanías El Caraño Quibdó Choco
17. Feria Nativo, Siempre Santander
18. Ibagué Festival
19. Festival Nacional Autóctono de Gaitas de San Jacinto
20. Feria Tapiz Artesanal Ipiales
21. Feria Mall Plaza Manizales
22. Feria Mall Plaza Bogotá
23. Feria Mall Plaza Barranquilla
24. Feria Mall Plaza Cartagena
25. Feria Pereira Artesanal
26. Mercado Artesanal Claustro de las Aguas
27. Feria Tapiz Artesanal Ipiales
28. Feria del Hogar
29. Feria Memorias
30. Feria Ganadera
31. Feria Tapiz Artesanal Tuluá
32. Marketplace Artesanal.

Se avanza en el 123% de la meta del año 2021, la cual era de 26 ferias.



De estos espacios mencionados, vale la pena destacar el desarrollo del Mercado Artesanal Claustro de las Aguas, como un logro para la vigencia, y con el cual se dio re apertura a la presencialidad en la entidad.

Dentro de los temas a resaltar se encuentran:

- Experiencia híbrida
- Exposición Colección Arte Vivo
- Aforo controlado, bajo protocolos de bioseguridad
- 83 marcas y/o talleres artesanales
- 1.509 artesanos beneficiados
- 747 referencias de producto disponibles
- 26 Departamentos representados
- Convocatoria de compradores profesionales
- 4 artesanos representantes presenciales:
 - ✓ Macramé, Boyacá
 - ✓ Luthería, Valle del Cauca
 - ✓ Tejeduría, Nariño
 - ✓ Alfarería, Boyacá

Así mismo se continua el proceso de mantenimiento y mejora permanente del Marketplace, que más que tienda en línea, es un espacio para que los talleres vinculados a lo largo del año establezcan contacto permanente con el cliente y va más allá de las ferias y encuentros presenciales.

El Marketplace es una estrategia para consolidar canales en línea para llegar de manera ágil y directa al cliente.

Al corte se cuenta con 1.164 artesanías en línea de 184 talleres artesanales y 26 departamentos.

Las secciones de la plataforma son:

- Catálogo de artesanía: 8 categorías de producto
- Mesa y Cocina, Decoración Hogar, Instrumentos Musicales, Juguetería e Infantiles, Moda y Accesorios, Joyería, Souvenirs, Oficina



- Colecciones: 5 colecciones de proyectos institucionales de Artesanías de Colombia.
- Artesanos: 94 marcas de talleres artesanales vinculadas a la plataforma, producto e historia de vida

Adicionalmente cuenta con:

- Novedades
- Relatos y Saberes
- Directorio de Artesanos

Todo lo anterior hace parte de la estrategia para consolidar las ventas en canales online: Rappi, Mercado Libre, Instagram y Amazon (en desarrollo).

Los ingresos generados por cada uno de estos canales, desde el momento en que entraron en funcionamiento, se muestran a continuación:

2020 - 2021		
Marketplace	\$ 82.072.000	24 /12/ 2020 a 30/09/2021
Rappi	\$ 7.323.000	28/10/2020 al 30/09/2021
Mercado Libre	\$ 2.367.000	28/07/2020 al 30/09/2021
Instagram	\$ 27.414.229	06/05/2020 al 30/09/2021
Página Web	\$ 13.047.000	02/09/2020 al 30/09/2021
Total	\$ 132.223.229	

- Eventos:

Adicionalmente se ha participado en 10 eventos:

1. Subasta Jhonnie Walker Blue Label Aguas de Vida realizada con el fin de promover la artesanía y recaudar fondos para los artesanos que elaboran las botella Blue Label.
2. Exhibición de una muestra artesanal en la Casa de Nariño con ocasión de la visita del presidente electo del Ecuador
3. Exhibición de una muestra artesanal en la cancillería con motivo del evento "Compliance, Anticorrupción y Cooperación Internacional"
4. Exhibición en el Salón Bolívar de la Cancillería con ocasión de la reunión del Sistema Andino de Integración



5. Exhibición en el Centro de Formación de La Cooperación Española en Cartagena, con ocasión del cuarto encuentro de las primeras damas y caballeros gestores sociales 2021
6. Exhibición Casa Abierta, realizada en el almacén de la Calle 86 con el fin de resaltar las comunidades involucradas en los diferentes programas y proyectos desarrollados con Artesanías de Colombia
7. Seminario web: "Las denominaciones de origen como herramienta de competitividad del Tolima"
8. Participación a la CAF 2021,
9. Inauguración tienda calle de los Anticuarios
10. Evento en Presidencia de la República

- Talleres de demostración de oficio

Con el fin de resaltar el trabajo de los artesanos y realizar promoción y divulgación del sector artesanal, durante 2021, se han realizado 13 talleres virtuales de demostración de oficio, beneficiando a 13 artesanos:

Los diferentes talleres tuvieron lugar en las redes y pagina Web www.artesantiasdecolombia.com.co en las fechas correspondientes a:

1. Carlos Alberto Díaz: mi gran pasión por el arte del Tallado en cuero se inició hace 7 años. Decidí tomar un curso de marroquinería artesanal en una fundación. Después empecé a ver tallados en diferentes ferias, ahí me incliné por el arte del tallado, repujado y pirograbado en cuero Curtido al Vegetal es un tipo de cuero amigable con el medio ambiente ya que no se procesa con químicos
2. Mary Ortega: llevo 28 años en esta técnica he participado en ferias como Expoartesano (Medellín), ferias locales. A lo largo de mi trayectoria como artesana he tenido la fortuna de enseñar esta técnica y así preservar y hacer que no se pierda el oficio, ya que somos muy pocas las personas que la elaboramos y el único lugar en el mundo donde se hace. La forma como yo aprendí la técnica fue en el año 1989, cuando conocí a mi esposo Mario Fernando Narváez Zambrano quién fue la persona que me enseñó. Fecha: 21 de agosto de 2021 Hora: 10 a.m. a 11:15 a.m. Logística Implementada para la ejecución Se recibieron 114 inscripciones y durante la actividad



los participantes tuvieron la posibilidad de intercambiar experiencias con la artesana y conocer virtualmente el proceso de cortado, aplicación y uso del Barniz, la representación simbólica que impregnan a sus piezas, entre otros temas. Para compartir sus experiencias y los secretos que se esconden detrás de este oficio, tuvimos como invitada a la artesana Mary Ortega, proveniente de La florida, Pasto; quien ha demostrado con su impecable trabajo, el valor que tiene lo hecho a mano.

3. William de Jesús Contreras: artesano de profesión con 40 años de experiencia en la elaboración de prendas en telar horizontal y vertical, mis conocimientos los adquirí de manera empírica mediante las generaciones de mis abuelos y padres quienes durante el transcurso de su vida se dedicaron a la tejeduría. Del mismo modo de generación en generación los conocimientos han transcurrido y hemos hecho innovación en las técnicas y tejidos para ejercer este arte. Cuento con la capacidad de trabajar diferentes materias primas y diseños, dentro de estos están: lana de oveja, media lana, alpaca, lana uruguaya, hilos, algodón, entre otros. En cuanto a los tejidos cuento con conocimientos en, tafetán, sarga, espina de pescado, ojo de perdiz, rombos, entre otros.
4. Jaime Ledesma: soy un artesano que implementa la talla en piedra de alta precisión, me caracterizo por ser una persona con gran destreza para realizar diferentes tipos de productos como cuencos, morteros, maceradores, fruteros, fuentes, estatuas, ollas, platos, etc. Utilizo métodos tradicionales y modernos de tallado en piedras de diferentes colores y durezas. A lo largo de mi carrera como tallador por más de 15 años, junto a mi esposa hemos logrado perfeccionar nuestros métodos de tallado y agilizar procesos de producción sin dejar de lado la tradición y el respeto hacia lo ancestral de este bello arte, lo que nos llevó a crear nuestro Proyecto TALLER HUELLAS ANCENTRALES, pequeña empresa familiar que busca transmitir a nuevas generaciones la riqueza de nuestras antiguas culturas.

Los siguientes talleres fueron realizados de manera presencial en el marco del Mercado Artesanal del Claustro

5. Laureano Melo: La alfarería en Ráquira es de origen Muisca, la transformación se puede observar en la colonia, con artesanía indígena paso a ser campesina y con 5 la



evolución de las técnicas e instrumentos para la elaboración de la misma, se convirtió en artesanía preindustrial e industrial. Como artesano uso la imaginación para crear nuevas piezas no necesitamos grandes herramientas sólo toda nuestra creatividad para usar cualquier elemento que veamos útil para la elaboración de algo nuevo, normalmente uso una malla donde venían unas frutas y una ficha de dominó para el pulido de la pieza.

6. Claudia Ramírez: artesana de la Asociación Mujeres tejedoras de Cultura y pensamiento Andino MUTECYPA de Males Córdoba, dedicada a la tejeduría en guanga y crochet, donde se elaboran ruanas, mochilas, bufandas y otros accesorios, con simbología propia del pueblo de los Pastos.
7. Addo Possu: acostumbra a quedarme junto al portón de madera, al lado de los músicos y ahí descubrí mi habilidad, mi verdadero amor al susurro del guasa y la cabalgadura rítmica del cununo, el golpe seco del tambor y el seseo de las maracas. Al mudarme logré convencer a un grupo de compañeros para realizar una investigación acerca de la costa pacífica iniciando con Timbiquí y Guapi en el departamento de Cauca, durante este viaje compartí con diferentes maestros que me enseñaron acerca de los diferentes instrumentos. Soy Lutero de deye este oficio lo enseñó en la fundación Katanga donde las primeras generaciones pueden enseñar este gran oficio e involucrarse en la música.
8. Nelly Flechas: Trabajo día a día con dedicación manteniendo una tradición familiar y artesanal. Todo lo que elaboro es hecho con amor y 100% colombiano, soy artesana de pueblito Boyacense a mucho orgullo, donde muchas más personas me acompañan en este gran oficio. He participado en diferentes ferias y diferentes eventos con los cuales logramos una colaboración exitosa y de gran nivel. También tengo prendas en colaboración con Manuela Álvarez y muchos más diseñadores que me han dado grandes oportunidades.
9. María Diva Santiago: Como mujer yanacona, radicada en la ciudad de Cali desde joven, no he olvidado la costumbre del tejido ancestral en la lana de oveja, que aprendí con mi madre y mi abuela en el macizo colombiano, en el allá de Las papas. Después de muchos años del ir y venir del campo al cuidado, superando la lucha por la mera sobrevivencia en la ciudad, anhelando el territorio, nos reencontramos entre mujeres de otros pueblos del Cauca. Tejiendo cada semana, compartimos nuestros tejidos, y no



dejar reventar el hilo conductor de nuestros tejidos, fortalecer nuestro sentir y nuestra economía como artesanas

10. Luisa María Astaiza López: Artesana de segunda generación en trabajo de bisutería artesanal y objetos utilitarios siendo el cuerno de res la materia prima utilizada. En el 2017 incursione en tejidos con fibras sintéticas inicialmente para la elaboración de bolsos en diversos estilos y posteriormente aplico las técnicas de tejidos en mobiliario combinando técnicas y materiales, proceso que continua en la actualidad.
11. Hander Alberto Esquivel Flórez: Soy artesano dedicado a la elaboración de productos artesanales en la fibra natural de la caña flecha, en este oficio llevo más de 15 años, mi destreza ha sido la confección de productos como: sombreros, bolsos, tapetes, individuales, centros de mesa, forros de PC, entre otros.
12. Flor Nelly Rodríguez Guevara: Artesana del Resguardo Indígena Caño Mochuelo, maneja la materia prima adquirida de la palma de moriche, frutos de la recolección de semillas, lianas, fibras y barro, que las familias recolectan en los ríos y sabanas del llano colombiano que luego son procesados de manera natural a fin de obtener el color que será aplicado a los productos de manera manual. Utiliza además diferentes tipos de tejidos como punto a punto o trenzado, para la elaboración de las artesanías, de igual manera este conocimiento como artesana es transmitido de generación a generación a través de prácticas artesanales que se realizan al interior de cada familia.
13. - Jerson Rossemberg Infante Velásquez: Soy artesano orfebre, creador de la marca de joyería contemporánea Lampe Orfebrería, diseñamos y desarrollamos joyería para dama hecha a año en bronce con baños de oro de 24 quilates, nuestras colecciones están inspiradas en referentes históricos, culturales, geográficos y naturales de nuestra región. Desde el año 2015 hago parte del laboratorio de innovación y diseño de artesanías de Colombia en Cúcuta Norte de Santander.

- Ruedas de negocios:

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 al corte se ha participado en 4 ruedas de negocios así:



Macrorrueda 85 – Procolombia

Procolombia realizó la Macrorrueda 85 del 12 al 23 de Abril del 2021 con la participación de compradores internacionales. Este evento logra conectar la oferta y la demanda en un mismo lugar; en esta oportunidad este evento se realizó de manera virtual por la situación actual de pandemia. El principal objetivo de este evento se basó en el relacionamiento entre compradores y Artesanías de Colombia en representación de los artesanos del país a través de los catálogos institucionales y representación de cinco comunidades específicas artesanales del programa APV de la entidad.

Artesanías de Colombia tuvo una participación activa en la Macrorrueda 85 organizada por Procolombia, realizando 6 citas con comercializadores de boutiques, galerías artesanales, tiendas de decoración, tiendas de joyería y comercializadores de artesanías en el mundo.

Se efectuaron encuentros comerciales con las siguientes empresas:

NOMBRE EMPRESA	NOMBRE	PAÍS
T VENTAS	JENNY PEREZ	ECUADOR
HERITAGE ATD DESIGN	CHRISTINE PEDERSON	NORUEGA
TIENDAT INVEST CO	NGUYEN VAN TUYEN	VIETNAM
APOUS	XIAO MAG CHINA	CHINA
NATYVOS	LUZ ADRIANA GAMBOA	CANADÁ
THINGS FROM AROUND THE WORLD	JUAN DAVID HENAO	USA

Con los catálogos digitales enviados por los artesanos, se logró despertar interés de los compradores internacionales al exponer diferentes técnicas usadas en gran variedad de productos artesanales. Así mismo, se contó con la representación en el evento de los siguientes grupos artesanales que hacen parte del programa APV (Apoyo a Población Vulnerable) de Artesanías de Colombia y sus catálogos de igual manera fueron enviados a los potenciales compradores



Rueda de negocios Colombia Travel Mart 2021

La entidad, a través del proceso misional de Articulación de Oferta y Demanda, ha creado espacios para que los artesanos puedan ofrecer y promocionar su portafolio de productos en el mercado nacional e internacional; en este marco se participó en la Rueda de Negocios COLOMBIA TRAVEL MART, organizada por ProColombia y desarrollada virtualmente del 28 al 30 de abril y del 3 al 4 de mayo de 2021.

COLOMBIA TRAVEL MART 2021 es el encuentro de negocios más importante de la industria turística en Colombia, al cual asistieron alrededor de 200 compradores internacionales de turismo vacacional y de reuniones de los principales mercados emisores de viajeros a Colombia.

Este evento fue organizado por el Gobierno de Colombia en cabeza del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y ProColombia, Artesanías de Colombia tuvo una participación activa en la rueda de negocios del evento, asistiendo a cuatro citas con hoteles de diferentes regiones del país, las cuales se detallan a continuación:

EMPRESA	CONTACTO	DEPARTAMENTO
Hotel Campestre Las Camelias	Andrés Henao	Quindío
Casa San Carlos Lodge	Ana María García	Risaralda
Hotel Regatta Cartagena	Carlos Alberto Ramírez	Bolívar
Country International Hotel	Cristina Parada	Atlántico

Se logró despertar interés de los diferentes hoteles en adquirir artesanías colombianas para obsequiar a sus huéspedes, clientes empresariales y vender en sus instalaciones. Se compartieron con todos los interesados los catálogos de Artesanías de Colombia y sentaron las bases para una posible relación comercial.

Rueda de negocios ANATO

La Feria ANATO 2021 se desarrolló de manera presencial en el recinto de Corferias y se convierte en una importante plataforma para dar a conocer los productos de nuestros artesanos y generar conexiones con empresas del sector Hotelero. La Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales para el sector Artesanal estuvo presente en el evento con un stand de Artesanías de Colombia y en la rueda de negocios



nacional e internacional, la cual se desplegó en el marco del evento. (Anato 2021 tuvo inicio el miércoles 16 de junio y terminó el viernes 18 de junio). El equipo de ventas corporativas y exportaciones en el marco del evento se reunió con 26 empresas, a cada una de ellas se le compartieron los catálogos de la entidad con el fin de generar oportunidades para el sector artesanal del país.

Citas Nacionales

INFORME RUEDA DE NEGOCIOS ANATO 2021				
EMPRESA	SECTOR	CIUDAD	CARGO	CONTACTO
GUESTPITALITY	SERVICIOS	BOGOTÁ	GERENTE	LUIS MIGUEL NIETO
HOTEL OZONO	AGENCIA	CARTAGENA	GERENTE	RODRIGO AREVALO
INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO	GOBIERNO	BOGOTÁ	DIRECTORA DE TURISMO	DIANA MARCELA CARRANZA
UNIVERSIDAD EXTERNADO	EDUCACIÓN	BOGOTÁ	DIRECTOR DE MARKETINK	MANUEL FERNANDO SIERRA GOME
PLANES Y DESTINOS COLOMBIA	AGENCIA	SANTANDER	DIRECTORA DE TURISMO	JUAN CARLOS ESPINEL CARDENAS
MASHOTELES SAS	HOTEL	VALLE DEL CAUCA	GERENTE DEL HOTEL	MARIA ALEJANDRA PEÑA AGUDELO
CÓRDOBA TURISMO REAL	AGENCIA	CORDOBA	DIRECTOR DE MARKETIN	LIZ SIERRA HERNANDEZ
TURISMO TROPICAL	AGENCIA	BOGOTÁ	DIRECTORA DE VENTAS	GLORIA STELLA SUAREZ PINTO
MAGENTA SEGURO	SEGUROS	MEDELLIN	GERENTE	LUZ MAYDE BRAN RAIGOZA
HOTELES ESTELAR SA	HOTEL	CARTAGENA, MEDELLIN CALI, BOGOTÁ	DIRECTORA DE TURISMO	ANGIE NATHALIA GIRALDO GALEANO
EM HOTELS	HOTEL	CARTAGENA, MEDELLIN CALI, BOGOTÁ	GERENTE OPERATIVA	DOREY LUCIA CARCAMO
DOT HOTELS	HOTEL	CARTAGENA, MEDELLIN CALI, BOGOTÁ	GERENTE DE DESARROLLO DE NEGOCIOS	JAIRO GUTIERREZ
MARKARIBE GROUP	AGENCIA	CORDOBA	ASESOR COMERCIAL	PEDRO GOMEZ
BLUETOURS	AGENCIA	BOGOTA	GERENTE GENERAL	LUCY ESPINOSA
PARQUE MIRACHUELO ECOAMBIENTAL	GOBIERNO	CUNDINAMARCA	CORDINADOR DE EVENTOS	ORLANDO PEDRAZA

Citas Internacionales

INFORME RUEDA DE NEGOCIOS INTERNACIONAL - ANATO 2021				
EMPRESA	SECTOR	PAÍS	CARGO	CONTACTO
VOLARIS	AEROLINEA	MÉXICO	COORDINADORA DE DESARROLLO DE MERCADOS	NANCI GALAVIZ
SECRETARA DE TURSIMO	GOBIERNO	MÉXICO	DIRECTORA DE RELACIONES PÚBLICAS	CLAUDIA GONZÁLEZ
GRUPO BRISAS	HOTEL	MÉXICO	DIRECTOR CORPORATIVO DE VENTAS	DARRICK EMAN
CREATIVIDAD Y ESPECTACULOS S.A DE C.V	EVENTOS Y ESPECTACULOS	MÉXICO	PROMOCIÓN DE MEXICO EN COLOMBIS	FERNANDO MARTI
MINISTERIO DE TURISMO	GOBIERNO	CUBA	CONSEJERA	ISAVEL SANZ
LATAM	AEROLINEA	REPÚBLICA DOMINICANA	DIRECTORA REGIONAL DE VENTAS	PATRICIA ALVAREZ
FIESTA TOURS INTERNATONAL S.A	EVENTOS Y ESPECTACULOS	INDIA	DIRECTOR EJECUTIVO	HUGO UGARTECHE
AUTORIDAD DE TURISMO DE PANAMÁ	GOBIERNO	PANAMÁ	COSNULTORA DE TURISMO	DENISE MARIELA GUILLEN
FIESTA TOURS PERÚ	EVENTOS Y ESPECTACULOS	PERÚ	DIRECTOR DE VENTAS	CESAR VITOR
SABRE COLOMBIA LTDA	TURISMO	USA	CONSULTORA RELACIONES PÚBLICAS	DENISE CANELAS
HOTELES DOT	HOTEL	COLOMBIA - ECUADOR	GERENTE DE DESARROLLO DE NEGOCIOS	JAIRO GUTIERREZ

Rueda de negocios Expoartesano 2021

Este año la FERIA EXPOARTESANO 2021 felizmente volvió a ser presencial, se realizó convocatoria para la rueda de negocios, con una inscripción total de 55 empresas, de las cuales 47 eran nacionales y 8 internacionales. Se contó con la participación de 31 empresas nacionales y 5 empresas internacionales para un total de 36 empresas de las



55 inscritas.

La feria EXPOARTESANO 2021 se realizó en la ciudad de Medellín, siempre con el objetivo de aumentar las oportunidades de negocio y los ingresos de los artesanos beneficiados de este proyecto. La feria contó con la participación de 205 artesanos que tuvieron la posibilidad de reunirse y generar oportunidades de negocios con los diferentes compradores nacionales e internacionales. Se reporta negocios totales por valor de \$189.145.000.

Compradores Internacionales

COMPRADORES CONFIRMADOS EXPOARTESANO INTERNACIONALES 2021				
No.	EMPRESA	NOMBRE	PAIS/TELEFONO	COMPRA
1	Meraki Heritage	Claudia Marcela Guevara	Monaco / 33648562018	\$ 2.000.000
2	Serjis	Daniel Bieber	Paraguay / 595981802406	\$ -
		Marko Meza		
3	Grupo Fesa	Carolina Guevara Sarria	Estados Unidos / 3203994080	\$ -
		Yebrail Jaime		
4	Archie & Maracuya	Andrea Hoyos	Francia / 33628584860	\$ -
5	Catalina Calderon	Catalina Calderon	Suiza / 41795676750	\$ -
TOTAL COMPRAS				\$ 2.000.000



Compradores Nacionales

COMPRADORES CONFIRMADOS EXPOARTESANO NACIONALES 2021				
No.	EMPRESA	CONTACTO	COMPRAS EN FERIA	CIUDAD
1	Artesanías Caballo de Troya	Nelson Marulanda Franco	\$ 50.000.000	Medellín
2	Cachivaches	Carolina Villagran Yepes	\$ 30.000.000	Bogotá
3	Artesanías Santafe	Lina Johanna Gómez Rodríguez	\$ 17.000.000	Medellín
4	Marcela Villegas	Marcela Villegas	\$ 15.000.000	Bogotá
5	Ikonos Colombia	Vanessa Reyes	\$ 10.000.000	Cartagena
6	Fibo group Australia	Fernando Murillo Hurtado	\$ 8.000.000	
7	Promotora de Comercio Social	Paula Andrea Pulgarín Arango	\$ 6.000.000	Medellín
8	Inversiones Cynsa SAS	Luz Marina Gonzalez	\$ 6.000.000	
9	Contacto Arquitectura	Luz Astrid Arango Muriel	\$ 6.000.000	
10	Nuestra Tienda Artesanal	Raul Betancur	\$ 5.000.000	Medellín
11	Aliazul	Ana Patricia Mesa Franco	\$ 5.000.000	Medellín
12	El dorado Art	Juan Sebastian Rivera	\$ 5.000.000	Bogotá
13	Decoración D'Casa	Mauricio Gutierrez V	\$ 5.000.000	
14	La Artesanería	Betty Plazas Silva	\$ 4.000.000	Bogotá
15	Casa Flormorado	Ana María Sandoval Plazas	\$ 4.000.000	
16	Nativa Colombia	Valentina Buendía Ruiz	\$ 2.500.000	Barranquilla
17	Beatriz Representaciones	Beatriz Marin Lopez	\$ 2.000.000	Medellín
18	Muta Gallery	Adriana Londoño Parra	\$ 2.000.000	
19	Taller Vivo	Adriana Gallego	\$ 2.000.000	
20	El Museo de Antioquia	Kathy Ilias	\$ 1.500.000	
21	Micha	Michel Giraldo Ospina	\$ 350.000	
22	Sagga Consulting S.A.S	Alexander Morales	\$ 320.000	
23	Zona de Estrategias	Andres Felipe Jaramillo Aristiza	\$ 275.000	Medellín
24	La casa de los promocionales	Lina Martinez	\$ 200.000	
25	Fango	Francisco Luis Jaramillo Cardona	\$ -	Medellín
26	Carina Ospina Zamudio	Carina Ospina Zamudio	\$ -	
27	Juan Carlos Ospina	Juan Carlos Ospina	\$ -	
28	Ricardo Ballen Villa	Ricardo Ballen Villa	\$ -	
29	Independiente	Liliana Echeverri Cardenas	\$ -	
30	Super impresiones	Sandra Milena Zapata	\$ -	
31	Coordinadora amoblamiento Arc	Ana Maria Muñoz Muriel	\$ -	
TOTAL COMPRAS			\$ 187.145.000	

- Ferias en asocio con terceros

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 luego de un año sin presencialidad, fue ejecutado Expoartesano y se tiene proyectada la realización de Expoartesánías, en el mes de diciembre.



Expoartesano 2021

Expoartesano 2021, es realizada entre el 24 de septiembre y el 3 de octubre, fueron 10 días en que Artesanías de Colombia en asocio con Plaza Mayor volvieron a abrir las puertas de este importante espacio para el sector artesanal.

En este espacio se lograron ventas totales por valor de \$2.202 millones en ventas, lo que correspondió a un cumplimiento del 870% sobre la meta proyectada para el año, equivalente a \$253 millones. Esta meta fue planteada teniendo en cuenta que no se conocían aun las disposiciones

en cuanto aforo y demás normativa para la presencialidad en el marco de la pandemia. Así como el panorama de incertidumbre que había en cuanto a la acogida del público en general para estos espacios, en medio de la emergencia por COVID-19. Los resultados al ser comparados con los de la vigencia 2019, año en que se llevó por última vez la feria en versión presencial, evidencian una disminución del 43% en cuanto a los ingresos.

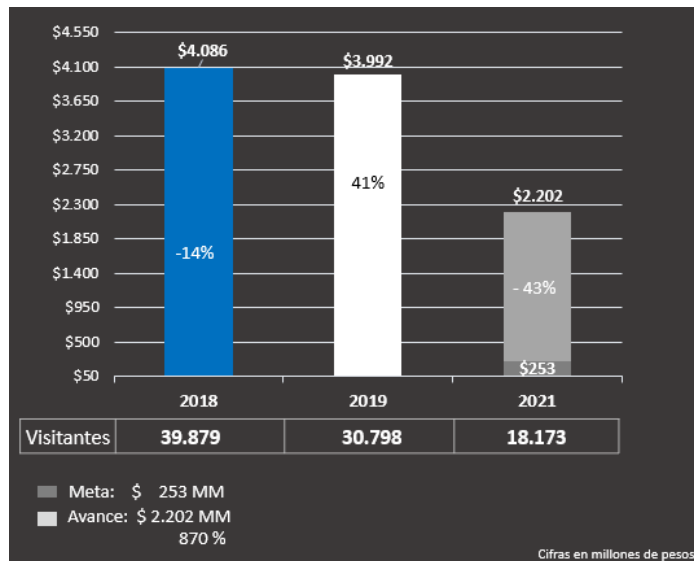
Esta feria contó con un total de 18.173 visitantes y 200 artesanos expositores. La feria fue desarrollada de manera híbrida, es decir un componente virtual y uno presencial. En el marco de la misma se contó con el directorio artesanal el cual cuenta con 211 artesanos. También se tuvo la participación de los proyectos institucionales y 15 aliados que cofinanciaron la participación de artesanos.

Como parte de la feria fue llevado a cabo el espacio de conocimiento compartido “Voces: Palabras y raíces que anclan el tiempo” en el cual se desarrollaron:

- 9 conversatorios
- 17 demostraciones de oficio
- 19 transmisiones de series audiovisuales



A continuación, puede observarse el comportamiento histórico de esta feria.



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 2021, la entidad ha realizado inversión en producto artesanal en 125 proveedores de artesanías, es decir un 17% de la meta equivalente a 737 artesanos proveedores; esto en 26 departamentos y Bogotá. El monto de la inversión ha sido de \$917,1 millones. Los departamentos con mayor concentración de inversión en producto han sido: Boyacá - 20,8%, Cauca - 8,5%, Santander - 8% y Nariño con el 3,8% de participación. Vale la pena decir que es Bogotá donde se concentra la mayor participación con un 42,9%, seguido por lo departamentos mencionados.



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 2020 cuenta con cinco tiendas de promoción en las ciudades de Bogotá (2), Cartagena (2) y Medellín (1).

Como dato importante en este punto, en 2021 se llevó a cabo la inauguración de la tienda promocional en el sector de los Anticuarios, en la ciudad de Bogotá, la cual reemplazo la que se encontraba en la Calle 86. Como es de conocimiento público, la tienda de la calle 86 era la principal y la de mayor ventas las cuales se encontraban en un promedio de \$100 millones al mes.

El tener que hacer el cambio fue un reto difícil de enfrentar esto debido a la necesidad que se tuvo de entregar el local como resultado de un nuevo proyecto que emprende la Alcaldía. Aun así, asumiendo el reto se logró encontrar un local en la Calle de Los Anticuarios, considerada una excelente ubicación comercial y con una negociación en cuanto al arriendo muy favorable. La inauguración fue realizada el 27 de julio.

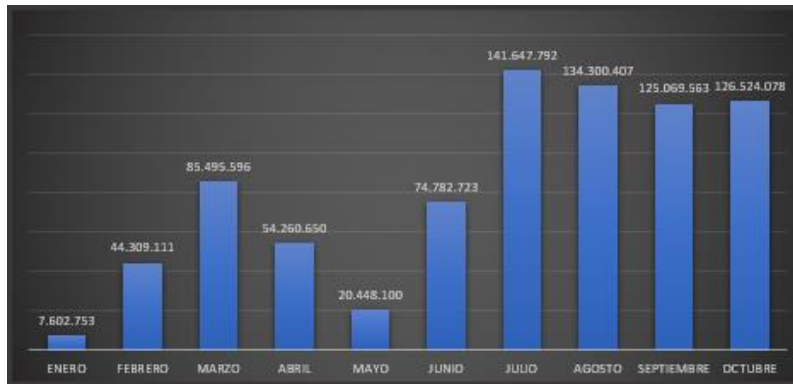
En el marco de la inauguración se destacan los siguientes aspectos:

- Compra presencial
- Exhibición de colección Moda Viva - 2020.
- Exhibición de piezas artesanales en co-diseño, con tendencias y conceptos.
- Diseñadores y artesanos.
- Joyería y Moda en un solo lugar.
- Entrevistas online en vivo por redes en diferentes momentos con:
 - Ana María Frías Martínez
 - Diseñadores
- Espacio de un mes de Exhibición para celebrar la moda y sus tendencias

Los resultados de la tienda han superado lo esperado, reflejado en incremento de ventas mensuales en aproximadamente un 30%, en promedio 120 millones desde ese mes. Esto aporta a la reactivación y genera grandes expectativas a 2022.



A continuación, el comportamiento de esta tienda promocional, destacado como logro de la vigencia.



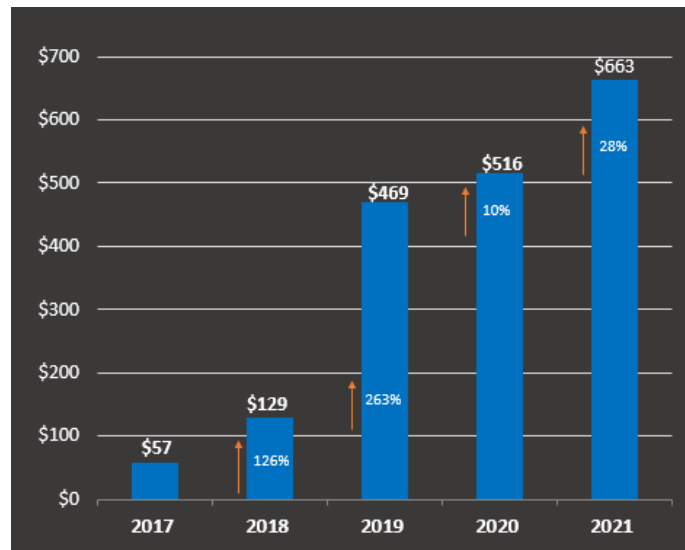
Por medio de estas tiendas y los canales de venta institucional, la entidad ha obtenido ingresos por ventas por un valor de \$1.529 millones, 58,2% de la meta esperada para el año, correspondiente a \$2.626,3 millones. Vale la pena informar que esta ha sido una de las iniciativas más impactadas por la contingencia, pues ha derivado en un cierre de las tiendas desde la vigencia anterior, y en algunos meses de 2021, debido a las restricciones originadas por los picos presentados por el COVID-19.

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 \$1.110 millones y a través de las ventas Institucionales se ha logrado ingresos por \$418,7 millones.

Otro de los logros significativos a destacar es el crecimiento de nuestras exportaciones en los mercados internacionales en un 28% (2020-2021), destacándose la participación de los siguientes países:

- ✓ EE.UU: 63%
- ✓ España: 22%
- ✓ Japón: 10,2%
- ✓ Argentina: 4,8%

Al 31 de octubre se han facturado \$448 millones y en negocios en proceso de producción \$215 millones, esto para un total de \$663 millones.



Comportamiento exportaciones

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. Se puede considerar como el primer programa en lograr articulación con otras industrias creativas.

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 2021 se logra articulación entre la WWF (del inglés World Wild Fund for Nature; en español Fondo Mundial para la Naturaleza) y el equipo de diseño para desarrollar el concepto de la colección salvaje para celebrar 10 años del programa.



Para esta colección se ha logrado reunir 59 comunidades artesanales, 50 marcas de diseño, el trabajo del equipo de diseño, 38 diferentes materias primas y 1 concepto de diseño.

Antes de concluir el desarrollo de este objetivo, es importante destacar logros significativos que durante la vigencia y a pesar del contexto en el que se encuentra el país y el mundo entero, Artesanías de Colombia ha alcanzado.

Entre estos se destacan:

- Estrategia Conectados: acercamientos y reuniones con Embajadas a nivel mundial, con el fin de dar visibilidad al sector artesanal y buscar posibles oportunidades comerciales, con las Embajadas de Colombia en Suiza, Suecia, Argentina, Corea, India, Australia

Con el apoyo de Procolombia, se han buscado reuniones con Embajadas para



establecer un plan de trabajo conjunto, con las Embajadas de Colombia en: Australia, Brasil, Canadá, Chile, Costa Rica, España, Alemania, Austria, Países Bajos

Entre las principales acciones y avances se encuentran:

1. Envío del catálogo especial para Embajadas y de los catálogos institucionales de Artesanías de Colombia.
2. Difusión cultural: Gestiones para apoyo en demostraciones de oficio de los artesanos, exposiciones museográficas, charlas etc.
3. Academia: Gestiones para organizar eventos con universidades que tengan un papel relevante, en aspectos de interés para el sector artesanal

Embajada de Colombia en Corea:

1. Compra de artesanías para un stand móvil de 4mts x 4mts para las ferias internacionales en Corea y de artesanías emblemáticas para la residencia de la embajada
2. Compra de regalos VIP para ministros y empresarios coreanos
3. Visibilización en medios de comunicación coreanos para promocionar las artesanías colombianas.

Embajada de Colombia en Irlanda:

1. Cooperación y buenas prácticas: Compartir buenas prácticas con el Design And Crafts Council Ireland (DCCI).
2. Exposición 360° y charla con artesanos
3. Apoyo para visita de empresarios a EXPOARTESANÍAS 2021 y otras ferias: Desde la Embajada van a trabajar en una base de datos de empresarios, en los sectores de mobiliario, cerámicas y vajillas, prendas de vestir, y joyería y una vez tengan las invitaciones (o Save the Dates) las distribuyen.

- The Citizenry. Alianza comercial entre Citizenry y Artesanías de Colombia en el que se vieron beneficiadas 3 comunidades artesanales del país. Se realizó la venta de canastos cuatro tetas, cojines, textiles y tapetes elaborados en fique. Actualmente, se están desarrollando nuevos productos de acuerdo a necesidad puntual del cliente para incluir en su portafolio. Valor total de la negociación 2020 y 2021: \$462 millones



- Herencia Concept. Alianza comercial entre una Galería de Barcelona llamada HERENCIA CONCEPT y Artesanías de Colombia. Desde el mes de marzo, se ha venido trabajando en diferentes propuestas para este cliente en donde se incluye principalmente, cestería, cerámica, moda y joyería, elementos para la ambientación y decoración del hogar. Se concretó en el mes de diciembre 2020 una venta por un valor total de: \$ 137 millones
- Hermés París: Se inician conversaciones con HERMÉS París para trabajar sobre una posible alianza y edición especial sobre la línea decoración hogar artesanal. Se contempla acuerdo de confidencialidad sobre el proyecto.
- MERCI Boutique: Con apoyo de PROCOLOMBIA se logra acercamiento con MERCI París. Se inicia la construcción de un catálogo enfocado hacia la línea de hogar y decoración para avanzar sobre una posible negociación de compra o contrato en consignación piloto
- Jerónimo Martins: Alianza comercial entre Jerónimo Martins y Artesanías de Colombia en el que se van a ver beneficiadas comunidades de la etnia Wayuu a través de la venta de 3.200 mochilas para ser comercializadas en las tiendas de la cadena a nivel internacional.
 - Valor proyectado de la negociación 2021: \$800 millones
 - Para enero de 2022 se tiene contemplado la venta de aproximadamente 30 referencias de productos artesanales en las mismas cantidades: 3.200 unidades.
 - Se está haciendo toda la labor de validación e investigación con el equipo de Desarrollo de la entidad para cumplir con el requerimiento del cliente.
- Alpina: Se concreta negociación para la edición limitada de las mallas para el queso holandés, que se distribuye en el mes de diciembre en diferentes cadenas de ventas. El valor total de la negociación es de \$296 millones



- ExpoDubai: Feria en la que Colombia contará con un pabellón de 2.000 mt², en 4 pisos y presencia en:
 - Recorrido expositivo: 4 boxes, transiciones
 - Comercial: tienda de artesanías colombianas donde aportamos a la riqueza cultural con cerca 187 referencias una muestra significativa de todo el territorio nacional
 - Zona de negocios: ambientando con artesanías emblemáticas los salones VIP, auditorio y sala de juntas
 - Contenido gráfico, fotográfico y videos de toda la riqueza cultural alrededor del hacer de las artesanías
 - 92 referencias de producto para ambientación de zonas sociales y privadas haciendo un recorrido con la riqueza de las fibras usadas en cestería en todo territorio nacional.

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:

Rescatar los oficios y/ o técnicas artesanales en riesgo de desaparecer

Se desarrolla e implementa el modelo metodológico de transferencia de saberes desde los enfoques técnico, cultural y del entorno para 7 comunidades específicas en la zona de frontera del municipio de Uribí, en el marco del proyecto Enel, las cuales han perdido la



vocación productiva artesanal en el oficio de tejeduría con hilo acrílico, técnicas telar y crochet

En torno al componente cultural se trabaja en la implementación del diálogo sobre la historia de piezas artesanales con un valor simbólico y ancestral del pueblo wayúu, los espacios de enseñanza para las niñas y jóvenes y cómo estos espacios se conectan con el significado de sus artesanías y la conexión entre el artesano y su creación. Adicionalmente, se fortalece el diálogo sobre el lugar y los objetos, el rediseño de un kanasu; el producto que elaboro”, “¿Por qué debemos seguir tejiendo?” y “Leer el Kanasü”.

En el componente técnico se fortalece lo referente al proceso de urdido de gasas, mejoramiento, pegue y aplicación de orillos en la gasa paleteada y en los acabados para piezas tejidas en técnica de chinchorro de cadeneta y doble cara. Se elaboran muestras de productos en los oficios de tejeduría en hilo acrílico y en las técnicas de crochet (bases de mochilas, flecos de chinchorros), telar vertical (gasas, chinchorro araña - tripa, pie de cama) y cordelería, las cuales se entregan como una ayuda de memoria para mejorar en términos de calidad y diseño los productos que desarrollan.

Promover la transmisión de conocimiento a nuevas generaciones

El Programa Transmisión de Saberes Artesanales es una estrategia diseñada para fomentar al interior de comunidades con vocación artesanal la transmisión de ideas, creencias y prácticas propias de su cultura, con el objetivo de preservar, proteger, promover y/o rescatar saberes y haceres en torno a las artesanías, promoviendo el relevo generacional, la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial y su pervivencia cultural e identitaria.

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” ejecutada en 2020 y como parte del proceso de reactivación



económica, la entidad ha adelantado acciones que aportaron al desarrollo, la sostenibilidad y recuperación del sector artesanal en el país.

Es importante informar 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, se consideró necesario, en el actual marco de reactivación de la economía rural, revitalizar los oficios artesanales indígenas y tradicionales.

Durante el primer semestre de 2021 los enlaces regionales levantaron un diagnóstico de las necesidades de Transmisión de saberes en sus respectivos departamentos. Una vez recibidas las necesidades se evaluaron y se seleccionaron los maestros artesanos responsables de llevar a cabo las actividades de Transmisión de conocimientos. Se definió realizar este proceso en 6 municipios diferentes acorde al presupuesto asignado para el programa.

Una vez culminada la etapa administrativa se iniciaron los procesos en cada departamento seleccionado: Bolívar, Atlántico, Amazonas, Putumayo, Nariño y Guajira. Con el apoyo del equipo de Desarrollo Humano de cada región, se llevaron a cabo reuniones con cada Maestros artesanos y los respectivos aprendices, para establecer los acuerdos que regirán las sesiones de Transmisión de conocimientos. Una vez se tuvieron claros los acuerdos, el Maestro Artesano con el apoyo de las personas de desarrollo humano, construyeron el plan de trabajo. Actualmente se están llevando a cabo las actividades planteadas en el plan de trabajo.

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 2021, se han realizado un total de 36 jornadas de capacitación. Logrando beneficiar 818 artesanos. Así mismo se ha asesorado, realizando el examen jurídico de viabilidad de 85 trámites (80 marcas y 5 registros de derechos de autor), 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:

- Aplicación virtual de la Guía de Impactos de las Denominaciones de Origen en doce (12) comunidades artesanales con DO. Proceso análisis de resultados. Apoya: Programa Colombo - Suizo Colipri (Fase II).
- Participación en la construcción de la nueva versión del CONPES en Propiedad Intelectual de la mano con el DNP.
- Ponencia en el Simposio Mundial de indicaciones Geográficas OMPI sobre la experiencia colombiana de los impactos de las DO Artesanales.



AVANCE SEPTIEMBRE 2021	
BENEFICIARIOS ATENDIDOS Jornadas de capacitación - sensibilización	818
JORNADAS DE CAPACITACIÓN Derechos de Autor, Consumidor, Usos signos distintivos y Marcas	36
RADICACIONES ADELANTADAS Trámites	85 80 Trámites de marcas 5 registros de derecho de autor.
DENOMINACIONES DE ORIGEN (Aplicación guía virtual)*	12

Principales resultados

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.

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 en 2021 se realizó la investigación **Relatos artesanales**. Este trabajo busca un diálogo directo entre las ciencias sociales y el conocimiento de los artesanos que permita la generación de alternativas de comunicación y comprensión de la labor artesanal para las comunidades mismas y el público en general. Lo anterior con el propósito de generar nuevos formatos para diversos públicos que recopilen y presenten la información sobre el sector artesanal en Colombia, y que sean la entrada a un proceso de fortalecimiento aún más grande de la memoria y la identidad.

Se trabajó con seis comunidades artesanales, cada una de ellas encabezada por un técnico de campo, quien será el encargado de hacer el levantamiento de la información,



así como poner en discusión diversos aspectos de las memorias de la comunidad en función del oficio artesanal. En medida de lo posible, y como ideal, la participación estuvo condicionada por ser un agente activo en la comunidad artesanal. Este trabajo se coordinó y sistematizó a través de dos profesionales en ciencias sociales con experiencia en el trabajo de investigación sobre el tema artesanal. Cada uno, acompañó la transferencia metodológica y el diálogo continuo con los técnicos de campo de 3 comunidades. En total 12 investigadores locales pertenecientes a 6 comunidades que fueron objeto de estudio. Las comunidades con las que trabajaremos este año son: Tejedoras de Charalá, cestería Eperará- Siapidara, chaquiras Embera katio, Luthería de Tumaco, Tejeduría de Mampuján y cestería de Sandoná. Para el mes de septiembre se estuvo realizando la fase de sistematización y escritura final. En octubre se finalizaron los escritos finales y se les están entregando a la fase editorial en el mes de Noviembre. Todos los productos de la investigación se divulgan a través de la biblioteca digital del centro de documentación de la actividad artesanal –CENDAR-.

Por último, para lograr esa promoción del valor del patrimonio cultural artesanal, Publicamos y promovemos el conocimiento a través de la **Revista Artífices** en su formato digital. Allí se recopiló la historia de 50 artesanos (con los que llegamos a 200) de todas las regiones de Colombia en la que el público en general podrá conocer su trabajo, se hará el lanzamiento respectivo de la misma en Expoartesanías.

Como producto de publicaciones anteriores, se logró hacer una alianza con la Universidad de los Andes en donde se creó la **exposición virtual permanente “Oficios Artesanales Afrocolombianos”** para resaltar el aporte al patrimonio vivo del país, que realizan las comunidades negra, afro, raizal y palanquera. Esta exposición quedó exposición digital permanente en la página de la Universidad de los Andes. Con el **CIDAP (El Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares)**, gracias a las gestiones del CENDAR se realizó la charla: "Resiliencia: experiencias y acciones transformadoras en poblaciones artesanales vulnerables". En Octubre terminamos de cumplir con el la meta de eventos a través del seminario virtual de cierre de la investigación **"Relatos artesanales"** en el que se compartieron experiencias con los artesanos que hicieron parte de la investigación.



De parte de otras áreas, también ocurrieron otras estrategias de divulgación: **Arte vivo**: una cofradía de artesanos y artistas, fue una exposición en el marco del mercado del claustro que acerca el arte contemporáneo, la artesanía y el arte popular. 14 artistas y 17 artesanos y comunidades, de diferentes regiones del país participaron entre el 27 y el 30 de agosto 2021. En el marco de la Feria Expoartesano se realizó la rueda de saberes presencial (Plaza mayor) y virtual (streaming) **Voces 2021**. Allí se dieron cita artesanos y conocedores del sector artesanal para compartir experiencias, conocimiento y oficios al público en general

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; además, desde hace unos años la consulta ha venido migrando de lo físico a lo digital. Sin embargo, Buscando la salvaguarda de esta memoria, hemos invertido en 2021 para hacer mantenimiento a la colección física, pues al estar guardada por al menos 2 años sin uso, es mejor tomar medidas preventivas para su conservación.

Los dos sistemas sobre los que se consulta la información del CENDAR son KOHA (catalogo digital de la colección física) y DSPACE (biblioteca digital para consulta en línea) los cuales se mantienen activos y con servicio ininterrumpido. Lo que nos ha permitido crecer en consulta remota.



Como todos los años, la catalogación de documentos digitales avanza con normalidad lo que permite mantener activo el servicio de biblioteca digital y con nuevos ejemplares. Se reforzó este proceso con el proyecto de control de autoridades. Un proceso de depuración que permitirá a los usuarios de la biblioteca acceder de forma más eficaz a los documentos.

Gracias a esas acciones la Biblioteca Digital se ha beneficiado haciendo que la consulta en la biblioteca digital aumente continuamente en alza. Allí 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 4.692 registros que contienen aproximadamente 6.000 recursos bibliográficos (documentos, vídeos, fotografías). En la actualidad, a 30 de septiembre ha recibido 43.669 y Usuarios 35.575.

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 2021, cuenta con una apropiación de \$250 millones del PGN y al corte compromisos del 76,7% de dicha apropiación, es decir \$191,8 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 2021 se ha logrado apalancar un monto de \$742,5 millones, que incluyen los \$99,1 millones de cooperación internacional. Esto comparado con los \$8.342 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 8,9% de apalancamiento; es decir un 12,57% de avance sobre la meta que busca lograr para la vigencia \$1.049 millones de cofinanciación.



Es así que durante la vigencia se ha logrado un monto total de \$9.085 millones de inversión en las regiones, en lo corrido del año.

Este monto de cofinanciación es producto de 5 convenios y 5 alianzas en el orden nacional, que se encuentran en ejecución, como se muestra a continuación, respectivamente:

CONVENIOS:

1. CONVENIO INTERINSTITUCIONES DE ASOCIACIÓN ENTRE ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. Y ALMACENES ÉXITO S.A. Aunar esfuerzos para la ejecución del proyecto colaborativo para el desarrollo de la colección “Arkitect Manuela Álvarez y Artesanías de Colombia” con las comunidades artesanales tradicionales de Duitama y Valle del Cauca.
2. CONVENIO INTERADMINISTRATIVO CELEBRADO ENTRE ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A. Y EL INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO DE CUNDINAMARCA: Aunar esfuerzos para fortalecer la actividad productiva artesanal de 250 beneficiarios del Departamento de Cundinamarca en 20 municipios mediante la ejecución de actividades de asistencia técnica integral relacionadas con la cadena productiva artesanal en diseño, producción y comercialización con el fin de fortalecer y potencializar sus competencias, capacidades técnicas y productivas.
3. CONVENIO INTERADMINISTRATIVO SUSCRITO CON LA GOBERNACIÓN DE TOLIMA: Aunar esfuerzos entre el departamento del Tolima y Artesanías de Colombia para el fortalecimiento de asociaciones de artesanos en la gestión de canales de comercialización en el desarrollo del proyecto “Apoyo, fomento y fortalecimiento a los sectores industria y comercio como estrategia para el incremento de la productividad, la competitividad y la apertura de mercados en el departamento del Tolima”, correspondiente a la Secretaría de Desarrollo Económico
4. CONVENIO INTERADMINISTRATIVO SUSCRITO CON LA ALCALDÍA DE ZIPAQUIRA: convenio interadministrativo para aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para el fortalecimiento de la actividad artesanal entre



el municipio de Zipaquirá y Artesanías de Colombia.

5. CONVENIO INTERADMINISTRATIVO SUSCRITO CON EL MUNICIPIO DE IBAGUE: Aunar esfuerzos técnicos, administrativos, operativos y logísticos, para promover el desarrollo y fortalecimiento de unidades productivas de artesanos que integran las industrias o ideas creativas pertenecientes a la economía naranja en el municipio de Ibagué.

ALIANZAS:

1. ALIANZA CON LA ESCUELA DEL AMOR: Espacio del Laboratorio de Innovación y Diseño ubicado en la Carrera 15 No 13-27 en el Barrio los Alpes de la ciudad de Pereira, el cual consta de un espacio de oficina de 12mts2 dotado de escritorios con sillas y un salón de conferencias de 43 mts2 con ayuda audiovisuales e internet del mes de febrero a diciembre de 2021
2. ALIANZA CON PALO DE AGUA AMBIENTES: Alianza para trabajar conjuntamente, en el acompañamiento y fortalecimiento comercial de los artesanos de los departamentos de Caldas Quindío, Risaralda y Antioquia
3. ALIANZA CON SAVE THE CHILDREN: Desarrollar un proceso que busca contribuir al mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de los adolescentes y jóvenes, hombres y mujeres de la ciudad de Cali que se encuentran en situación de pobreza para tener condiciones de vida dignas para lo cual contempla tres líneas de intervención: i) fortalecer sus capacidades en habilidades para la vida para el éxito; ii) formarlos en joyería y iii) poner en marcha un emprendimiento de joyería formado por hombres y mujeres en condiciones de igualdad de género.
4. ALIANZA CON FUNDACION WWB: La Fundación WWB Colombia ejecutará dos iniciativas de formación para los beneficiarios del Laboratorio del Valle del Cauca, de la siguiente manera:
 - Curso “Manejo exitoso del dinero” con grupos urbanos e indígenas, de acuerdo a lineamientos establecidos previamente.
 - Curso “Ofelia no está sola” con el grupo de beneficiarios urbanos Niveles 1, 2 y 3 y, para los grupos de Buenaventura, se realizará un ejercicio piloto con la estructura del módulo de “Replicadores”. Adicional a esto, se realizará el curso de



profundización para replicadores con algunos profesionales de Artesanías de Colombia.

Por otro lado, dentro de la propuesta se contempla:

- Capacitación en espacios sincrónicos (facilitador) y asincrónicos (curso y aula virtual).
 - Reportes de avance de las personas en formación.
 - Acompañamiento para la permanencia
5. ALIANZA CON LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE USIACURÍ: Articular acciones en pro del fortalecimiento a las comunidades artesanales del municipio de Usiacurí en los componentes de: Desarrollo humano, diseño, comercialización y emprendimiento.

Se está terminando de concretar el convenio con Colombia Productiva, el cual busca aunar esfuerzos técnicos, financieros y jurídicos entre COLOMBIA PRODUCTIVA y ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. para implementar el programa de fortalecimiento productivo y comercial de grupos productivos artesanales de población víctima del desplazamiento, perteneciente a pueblos indígenas, dirigido a 25 grupos artesanales indígenas:

- Atención integral desde 4 componentes:
- Componente de Diseño y Producción
- Componente de Comercialización
- Componente Socio-Organizativo
- Componente de Comunicación y Divulgación

En cuanto a cooperación internacional, se destacan 5 alianzas 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. Las alianzas en ejecución son:

1. Proyecto de cooperación sur-sur “Intercambio de buenas prácticas para el fortalecimiento de la cadena de valor de la actividad artesanal y los esquemas de formación técnica para el trabajo - joyería (doble vía)” entre Colombia y el Reino



- de Marruecos; 5 videoconferencias, promedio 5 horas, valor traducción simultánea
2. ALIANZA CON COLIPRI: Participación virtual en el curso sobre Denominaciones de Origen por parte del contratista de AdC Camilo Muñoz. Valor del curso: €1.000
 3. International Folk Art Market 2021: Apoyo a artesanos Gary González y Leonidas Gutiérrez (primera vez) y Crucelina Chocho
 4. Selvedge Fair – Londres: Presupuesto para cubrir gastos logísticos de los artesanos y el traductor
 5. COLIPRI II (SECO Suiza): Desarrollo del intercambio Col-Col “La Denominación de Origen como herramienta de marketing territorial” enfocado en las DO del Huila.
- Total: \$57.102.500 (COLIPRI II (\$40,000,000) y APC Colombia (\$17,102,500)).

Adicionalmente se ha logrado un total de 8 convenios (Acuerdos / MDE – Memorandos de entendimiento) de cooperación y la participación en 21 espacios de visibilización internacional, así:

Convenios de cooperación

- Convenio COLIPRI II: SECO Suiza
- Folk Art Market: Apoyos en envío productos, capacitaciones, stands, voluntarios
- Programa Iberoamericano para la Promoción de las Artesanías - Iberartesanías
- WFTO - World Fair Trade Organization: Comercio Justo
- World Crafts Council WCC Latinoamérica
- Ministerio de Economía Social y Artesanía y Casa del Artesano: Intercambio de conocimientos en Unidad de Formación, economía social, Laboratorios de I&D, comercialización, cuero y materias primas
- Secretaría General Cancillería y Academia Diplomática San Carlos: Dotaciones, regalos, muestra cultural e inducciones
- USAID – Programa Riqueza Natural

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

- Comité Iberartesanías: 2 reuniones virtuales
- METI – Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón: Participación



Expoartesanías 2022

- Seminario Innovación en la Artesanía: MINCETUR Perú
- Seminario Pueblos Originarios: Prochile
- Seminario Avances y retos legislativos en materia de autonomía y empoderamiento económico de las mujeres en Iberoamérica: ONU Mujeres y Secretaría General Iberoamericana – SEGIB
- Informe de la Cooperación Sur- Sur y Triangular en Iberoamérica 2020 - SEGIB
- Videoconferencias cooperación sur-sur Marruecos: 6 intercambios de conocimientos en Unidad de Formación, economía social, Laboratorios de I&D, comercialización, cuero , materias primas, esmeraldas en joyería
- Curso “Herramientas normativas de la cooperación internacional en Colombia”: APC Colombia
- Curso sobre Denominaciones de Origen: COLIPRI II
- Intercambio y Gestión del Conocimiento en la Cooperación Sur-Sur y la Cooperación Triangular
- Taller sobre DO como Herramienta de Desarrollo Territorial en Huila: COLIPRI II
- Seminario marketing y comercialización artesanal: CIDAP Ecuador
- World Symposium on Geographical Indications: OMPI
- Informe de análisis de las dinámicas de la Cooperación Sur-Sur: APC Colombia
- Seminario virtual Corporación Andina de Fomento CAF: Políticas para el Fortalecimiento de las Capacidades Estatales

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.

En lo corrido del año, producto de esta gestión se ha logrado un monto que asciende a los \$562,8 millones (valor aproximado de acuerdo a monetización de patrocinios en especie). Este valor equivale a un avance del 61,6% de la meta que corresponde a \$913 millones.



Para la vigencia, en medio de las alianzas logradas se destacan 4 de gran impacto para el sector:

1. CLARO: empresa destacada en sector de las telecomunicaciones. Es la primera vez que hacen una alianza en Colombia y fue para capacitar artesanos del país en el uso del celular enfocado en mejorar sus estrategias de mercadeo. También se logró concretar para los artesanos acceso a beneficios de comunicaciones como: mejores tarifad, Gigas gratis, mejores plataformas.
2. Davivienda: Empresa perteneciente al sector financiero. Han desarrollado acciones en territorio (Sibundoy – Guacamayas) orientado a concretar con artesanos modelos de negocios que permitan reactivar su oferta. También se encuentran vinculados a Expoartesano.
3. Diageo bebidas alcohólicas premium. Se fortaleció la alianza estratégica de años atrás, concentrando acciones en Nariño, con el fin de desarrollar “Hilos de Tierra” la colección que incluye 300 botellas del whisky de lujo escocés, enchapadas en el taller del Maestro Miguel de la Cruz. Adicionalmente, los artesanos no solo reciben ingresos por las ventas de esas botellas sino beneficios adicionales para mejora de sus procesos.
4. Ecopetrol. Es una entidad que siempre ha estado involucrada apoyando Expoartesánías, sin embargo derivado de la pandemia, han tenido que ajustar sus políticas de patrocinios. Sin embargo en su interés por apoyar el sector y enmarcado en sus políticas de Responsabilidad Social , se consiguió un beneficio dirigido a apoyar directamente a las comunidades étnicas, puntualmente a los artesanos que participan en la feria.

A continuación, se presentan algunas de las alianzas concretadas:



AVANCES PERIODICOS ALIANZAS Y PATROCINIOS					
ALIADO - ALIANZA - PATROCINIO	16 de marzo	6 de mayo	16 de junio	26 de julio	30 de septiembre
DIAGEO: Subasta	\$ 20.064.800				
SERVIENTREGA: Charla Capacitación Nacional	\$ 1.500.000				\$ 1.500.000
SENA CAPACITACIÓN ALMACENAMIENTO		\$ 30.000.000			
OCENSA: Proyecto				\$ 225.280.800	
DAVIVIENDA - DAVIPLATA					\$ 30.000.000
DON ELOY					\$ 11.200.000
MUSEO COLONIAL					
COLSANITAS		\$ 1.143.000			
LINALCA		\$ 1.500.000			
SERVIENTREGA: Charla Capacitación Atlantico - Cierre EXPOARTESANO			\$ 1.500.000		
DIAGEO BLUE LABEL VALLE			\$ 44.800.000		
MINCULTURA (Tienda Móvil)				\$ 600.000	
REDEBAN (EXPOARTESANO 2021)					\$ 20.000.000
AGSTUDIOS REINA DEL SUR					\$ 23.200.000
CAMARA DE CIO DE BOGOTÁ (REGALOS EMPRESARIOS)					\$ 15.100.000
CLARO (TELEFONÍA MÓVIL)					\$ 30.000.000
CREPES & WAFFLES					\$ 350.000
FUNDACIÓN SOLIDARIDAD POR COLOMBIA (ESTRATEGIA DONACIÓN EXPOARTESANO)					\$ 56.000.000
ISA EXPOARTESANO					\$ 16.080.000
JUAN VALDEZ EXPOARTESANO					\$ 3.000.000
SMURFIT KAPPA					\$ 30.000.000
MENSUAL	\$ 21.564.800	\$ 32.643.000	\$ 46.300.000	\$ 225.880.800	\$ 236.430.000
ACUMULADO	\$ 562.818.600				

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. Aún así, la reactivación y el interés por el sector artesanal hará que se pueda contar con nuevos aliados.



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 2021, frente a las metas planteadas, tanto de inversión como de funcionamiento.

Informe ejecución presupuestal septiembre 30 2021

El presupuesto de Ingresos y Gastos de Artesanías de Colombia S.A. para la vigencia fiscal del 2021 cuenta con apropiación definitiva de **\$30.201.326.742**. Es de informar que a partir de la vigencia el total del presupuesto de la entidad se maneja por transferencias desde el Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

A continuación, se refleja el presupuesto de la entidad y su ejecución con corte 30 de septiembre.



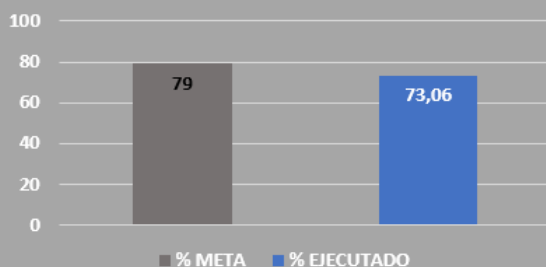
PRESUPUESTO DE GASTOS APROBADO RECURSOS TRANSFERENCIAS – PGN 2021

DESCRIPCIÓN	A PROPIACIÓN INICIAL	A PROPIACIÓN MODIFICADA	A PROPIACIÓN VIGENTE	COMPROMISOS PRESUPUESTALES ACUMULADOS	OBLIGACIONES A CUMULADAS	% COM PROMISO	% OBLIGADO
A - GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	13,476,094,853	-	13,476,094,853	9,485,715,245	8,989,562,561	70.39	66.70
A01 - GASTOS DE PERSONAL	11,392,017,454	-	11,392,017,454	7,924,658,290	7,884,882,905	69.56	69.21
A02 - ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	1,826,994,149	166,982,192	1,793,976,341	1,421,643,747	964,466,448	79.25	53.76
A03 - TRANSFERENCIAS CORRIENTES	163,372,817	-	163,372,817	102,053,763	102,053,763	62.47	62.47
A08 - GASTOS POR TRIBUTOS, MULTAS, SANCIONES E INTERESES DE MORA	293,710,433	166,982,192	126,728,241	37,359,445	37,359,445	29.48	29.48
C - GASTOS DE INVERSIÓN	15,430,850,147	1,294,381,742	16,725,231,889	12,577,970,909	7,752,130,657	75.20	46.35
C3502 - PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS COLOMBIANAS	13,192,020,481	1,294,381,742	14,486,402,223	10,788,365,054	6,719,220,180	74.47	46.38
C3502020070 - MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPCIONES ALTERNATIVAS - SEC ARTESANAL COLOMBIANO NAL	4,800,000,000	-	4,800,000,000	3,265,734,939	2,032,341,494	70.99	44.18
C3502020080 - FORTALECIMIENTO GERENCIAL ARTESANAL A NIVEL NAL	250,000,000	-	250,000,000	191,808,000	129,129,800	76.72	51.65
C3502020090 - FORTALECIMIENTO ACT ARTESANAL, UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO ECONOMICO Y REG 2019-2023 NAL	6,367,000,000	963,301,742	7,330,301,742	5,707,337,111	3,641,005,235	77.86	49.67
C3502020100 - APOYO Y FOMENTO ACT ARTESANAL COMUNIDADES O GRP ÉTNICOS, EXPRESIÓN ECONÓMICA PROP NIVEL NAL	813,000,000	331,080,000	1,144,080,000	703,054,836	431,787,900	61.45	37.74
C3502020110 - INCREMENTO COMPETITIVIDAD E INCLUSIÓN PRODUCTIVA ARTESANAL VÍCTIMA Y VULNERABLE DEL PAÍS NAL	1,162,020,481	-	1,162,020,481	920,430,168	484,955,751	79.21	41.73
C3599 - FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN Y DIRECCIÓN DEL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	2,238,829,666	-	2,238,829,666	1,789,605,855	1,032,910,478	79.93	46.14
C3599020040 OAPI - FORTALECIMIENTO GER INST Y BUEN GOB DE ARTECOL NAL OAPI	1,144,397,274	-	1,144,397,274	937,634,923	707,836,838	81.93	61.85
C3599020040 SAF - FORTALECIMIENTO GER INST Y BUEN GOB DE ARTECOL NAL SAF	555,432,392	-	555,432,392	541,533,049	315,111,730	97.50	56.73
C3599020050 - ADECUACIÓN INMUEBLES PROP ARTECOL NAL	539,000,000	-	539,000,000	310,437,883	9,961,910	57.60	1.85
TOTAL ARTESANAS DE COLOMBIA S.A.	28,906,945,000	1,294,381,742	30,201,326,742	22,063,686,154	16,740,693,219	73.06	55.43

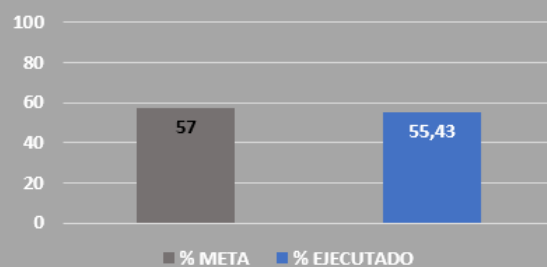
PRESUPUESTO ENTIDAD GASTOS TRANSFERENCIAS - PGN
METAS FRENTE A EJECUCIÓN – SEPTIEMBRE/30/2021

RESULTADOS COMPROMISOS	% META	% EJECUTADO	CUMPLIMIENTO DE META P.P.	¿CUMPLIO?	RESULTADOS OBLIGACIONES	% META	% EJECUTADO	CUMPLIMIENTO DE META P.P.	¿CUMPLIO?
ENTIDAD	79	73,06	-5,94		ENTIDAD	57	55,43	-1,57	

Resultados Entidad Compromisos Meta vs Ejecución



Resultados Entidad Obligaciones Meta vs Ejecución

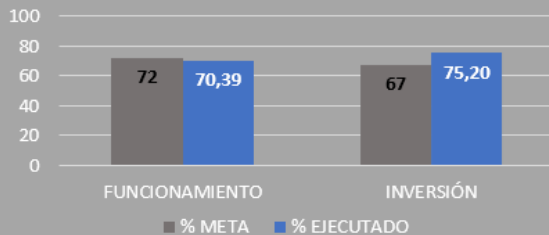




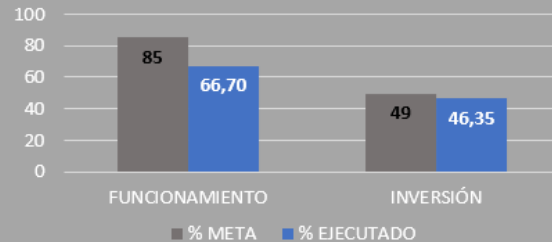
PRESUPUESTO ENTIDAD POR TIPO DE GASTO METAS FRENTE A EJECUCIÓN – SEPTIEMBRE/30/2021

DETALLE	% META	% COMPROMETIDO	CUMPLIMIENTO DE META P.P.	¿CUMPLIO?	DETALLE	% META	% OBLIGADO	CUMPLIMIENTO DE META P.P.	¿CUMPLIO?
FUNCIONAMIENTO	72	70,39	-1,61	✗	FUNCIONAMIENTO	85	66,70	-18,30	✗
INVERSIÓN	67	75,20	8,20	✓	INVERSIÓN	49	46,35	-2,65	✗

Resultados Compromisos Por Tipo de Gasto
Meta vs Ejecución



Resultados Obligaciones Por Tipo de Gasto
Meta vs Ejecución



DETALLE DE EJECUCIÓN GASTOS DE FUNCIONAMIENTO SEPTIEMBRE/30/2021

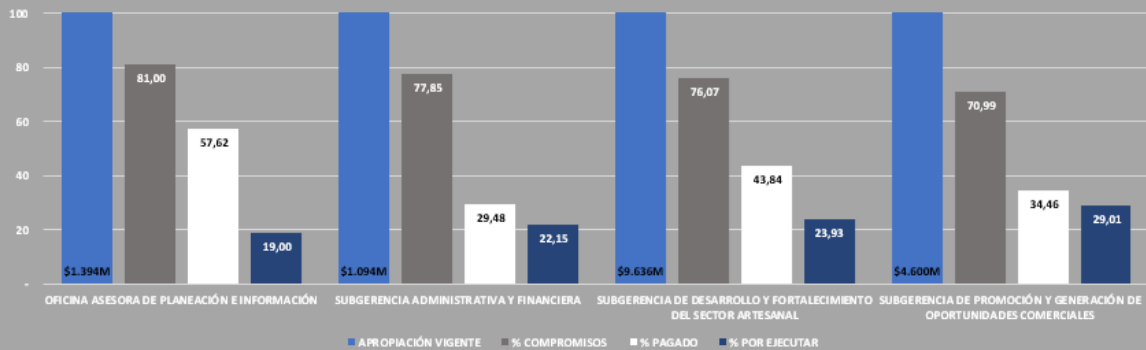
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	APROPRIACIÓN VIGENTE	COM PROMISO \$	OBLIGACIONES	SAL DO DISPONIBLE	%COM PROMISO	%OBLIGADO	%PAGADO	%POREJECUTAR
A	GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	13,476,694,853	9,485,715,245	8,988,562,561	1,236,937,488	70,39	66,70	66,61	29,61
A01	GASTOS DE PERSONAL	11,392,017,454	7,924,656,290	7,884,682,905	799,972,141	69,56	69,21	69,21	30,44
A0101	PLANTA DE PERSONAL PERMANENTE	11,392,017,454	7,924,656,290	7,884,682,905	799,972,141	69,56	69,21	69,21	30,44
A010101	SALARIO	7,450,054,396	4,997,543,282	4,975,921,588	487,662,175	67,08	66,79	66,79	32,92
A010102	CONTRIBUCIONES INHERENTES A LA NOMINA	2,136,360,272	1,526,660,667	1,526,660,667	139,081,272	71,46	71,46	71,46	28,54
A010103	REINTEGRACIONES NO CONSTITUTIVAS DE FACTOR SALARIAL	1,805,602,787	1,400,454,941	1,382,101,250	173,228,894	77,58	76,55	76,55	22,44
A02	ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	1,793,976,341	1,421,643,747	964,466,448	311,627,799	79,25	53,76	53,12	20,75
A0202	ADQUISICIONES DIFERENTES DE ACTIVOS	1,793,976,341	1,421,643,747	964,466,448	311,627,799	79,25	53,76	53,12	20,75
A020201	MATERIALES Y SUMINISTROS	96,128,997	19,646,659	9,397,686	67,284,352	20,44	9,78	5,97	79,56
A020202	ADQUISICIÓN DE SERVICIOS	1,697,848,344	1,401,996,088	955,068,762	244,343,447	82,58	56,25	55,79	17,42
A03	TRANSFERENCIAS CORRIENTES	163,372,817	102,063,763	102,063,763	35,968,752	62,47	62,47	61,94	37,53
A0304	PRESTACIONES SOCIALES	65,404,065	56,758,078	56,758,078	-	86,78	86,78	85,46	13,22
A030402	PRESTACIONES SOCIALES RELACIONADAS CON EL EMPLEO	65,404,065	56,758,078	56,758,078	-	86,78	86,78	85,46	13,22
A0306	A INSTITUCIONES SIN ANIMO DE LUCRO QUE SIRVEN A LOS HOGARES	97,968,752	45,296,685	45,296,685	35,968,752	46,23	46,23	46,23	53,77
A030601	A INSTITUCIONES SIN ANIMO DE LUCRO QUE SIRVEN A LOS HOGARES	97,968,752	45,296,685	45,296,685	35,968,752	46,23	46,23	46,23	53,77
A08	GASTOS POR TRIBUTOS, MULTAS, SANCIONES E INTERESES DE MOROSIDAD	126,728,241	37,359,445	37,359,445	89,368,796	29,48	29,48	29,48	70,52
A0801	IMPUESTOS	68,728,241	37,359,445	37,359,445	31,368,796	54,36	54,36	54,36	45,64
A080101	IMPUESTOS NACIONALES	8,887,500	6,762,000	6,762,000	2,135,500	75,97	75,97	75,97	24,03
A080102	IMPUESTOS TERRITORIALES	59,840,741	30,607,445	30,607,445	29,233,296	51,15	51,15	51,15	48,85
A0804	CONTRIBUCIONES	58,000,000	-	-	58,000,000	-	-	-	100,00
A080401	CUOTA DE FISCALIZACIÓN Y AUDITAJE	58,000,000	-	-	58,000,000	-	-	-	100,00



DETALLE DE EJECUCIÓN GASTOS DE INVERSIÓN POR SUBGERENCIA - SEPTIEMBRE/30/2021

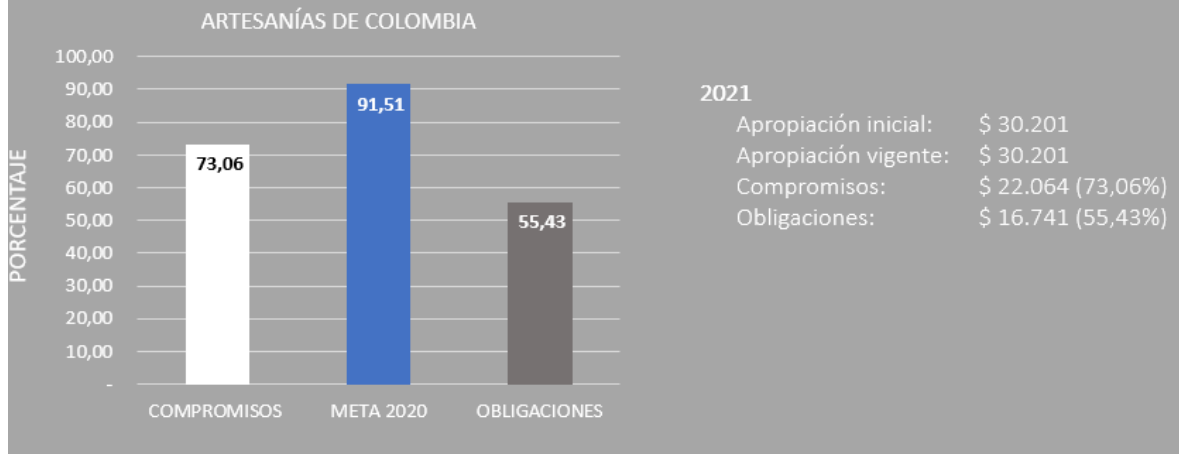
RESULTADOS POR SUBGERENCIA EN PROYECTOS DE INVERSIÓN	APROPIACIÓN VIGENTE	COMPROMISOS ACUMULADOS	% COMPROMISOS	PAGOS ACUMULADOS	% PAGADO	SALDO POR EJECUTAR	% POR EJECUTAR
OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN E INFORMACIÓN	1,394,397,274	1,129,442,923	81,00	803,452,858	57,62	31,859,464	19,00
SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	1,094,432,392	851,970,932	77,85	322,633,193	29,48	9	22,15
SUBGERENCIA DE DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL	9,636,402,223	7,330,822,115	76,07	4,224,820,156	43,84	1,812,846,264	23,93
SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES	4,600,000,000	3,265,734,939	70,99	1,585,113,557	34,46	988,741,009	29,01

\$ Apropiación - % Ejecución Gastos de Inversión por Oficina



En términos de ejecución presupuestal los avances globales son:

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL OBLIGACIONES 2020 vs 2021 - SEPTIEMBRE / 30 / 2021



En cuanto a la información contable, del Dictamen de la Revisoría Fiscal sobre los Estados Financieros de la Vigencia 2020, a continuación, se transcribe la opinión final:

“Opinión con Salvedades

En mi opinión, excepto por lo mencionado en lo párrafos del literal D anterior, 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 2020 y 2019, 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).”

A continuación, el fundamento de la opinión con salvedades (Literal D del informe)

1. A la fecha de este informe no hemos recibido ninguna respuesta a la solicitud de confirmación de saldos enviada a una selección de clientes de la entidad, no habiendo podido verificar la razonabilidad de dichos saldos mediante la aplicación de otros procedimientos alternativos. Por consiguiente, no hemos podido verificar la existencia de saldo de clientes con corte al 31 de diciembre de 2020.
2. No hemos podido comprobar el detalle del saldo de cuenta de inventarios y avances recibidos, de la entidad al 31 de diciembre de 2020, que según las cuentas anuales asciende a un valor aproximado de \$3.489 millones y \$261 millones respectivamente, no habiendo podido satisfacerlos mediante la aplicación de otros procedimientos de auditoría de las cifras mencionadas.
3. A la fecha de finalización de nuestra labor la entidad no ha realizado el análisis de los ajustes reconocidos contablemente de forma posterior a la presentación de las declaraciones tributarias de carácter nacional y distrital que puedan ocasionar modificaciones en la información declarada.

El dictamen total se encuentra publicado junto con los Estados Financieros, al corte, están publicados en:

https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/38002_estados_financieros_adc_2020.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.

Para 2021 la meta está orientada a ejecutar el plan de trabajo orientado a focalizar iniciativas para el aprovechamiento del Claustro de las Aguas, en 2022.

El plan contempla 5 actividades orientadas al cumplimiento del objetivo estratégico, de las cuales con corte a septiembre una de ellas presenta avance y es la relacionada con “Gestionar la operación de alquiler de espacios en el Claustro”. En el mes de septiembre se alquiló el claustro para la producción de la novela “La Reina del Sur” a la empresa AGSTUDIOS, obteniendo ingresos por \$23, 8 millones.

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 \$1.699,8 millones, de los cuales han sido comprometidos un total de \$1.479 millones, es decir el 87%. 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 2021 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 realizó el ciclo de auditorías internas de la vigencia 2021 el día 23 de junio de 2021, siendo auditados un total de 9 procesos, según aprobación del comité institucional de coordinación de control interno. Se cuenta con el programa de auditoría, plan de auditoría, listas de verificación e informes de auditoría.

Por otra parte, se ha acompañado a los procesos de la entidad en la actualización de la información documentada, logrando en lo corrido del año un total de 15 procedimientos actualizados/creados.

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: Isolucion

Con corte a septiembre se avanzó en el proceso de actualización de partes interesadas y grupos de valor con la realización de diferentes mesas de trabajo. Se presenta la metodología de matriz de poder e influencia para tener un primer instrumento guía. Se adelantaron reuniones junto con MinCIT para conocer el instrumento definido por esta entidad para la caracterización de partes interesadas, con el fin de analizar su aplicación en la entidad.

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 2021 se cuenta con los siguientes resultados:

- **Plan de activos fijos:** Se destacan actividades como el registro de los movimientos en el inventario de consumibles y registrados en el ERP. Para el mes de octubre de 2021, se realizará toma física de este inventario por parte de las personas responsables y los respectivos ajustes en el sistema. Para los meses de enero a septiembre de 2021, teniendo en cuenta los reportes del sistema, se generó informe de análisis de la



propiedad planta y equipo, validación de saldos y de las cifras de depreciación en cada uno de los grupos y activos. Esta información se envió a la coordinación financiera para su análisis y validación.

- **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. El plan cuenta con un avance del 52% al corte.
- **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 el cual cuenta con un avance del 60%

Este objetivo, como se mencionó, incluye adicionalmente todas las iniciativas enmarcadas en el PETI (Plan Estratégico de Tecnologías de la Información). Al corte de la vigencia, se vienen actualizando las políticas en el sistema de seguridad perimetral (Firewall) y del antivirus de gran relevancia para garantizar la ciberseguridad en tiempos de trabajo en casa, donde todos los procesos se llevan en la Nube, en línea y en tiempo, mediante Internet y tecnologías VPN.

Se está realizando los servicios de soporte y mantenimiento, tanto al parque TI, como a la Infraestructura y servicios TIC y demás herramientas del Data Center, así como a los portales y sitios web institucionales.

Se llevó a cabo proceso de invitación abierta para la actualización y reposición del Parque TI, y software para la informatización de los procesos de la Entidad. Se avanza en el proceso de invitación abierta para la renovación de infraestructura desde un enfoque convergente hacia un modelo de Hiperconvergencia (HCI).

En cuánto a servicios de información se migró el portal y demás sitios web institucionales, al nuevo proveedor; se da continuidad a procesos de copias de seguridad local y en la Nube. Se avanza en el servicio de soporte y mantenimiento al ERP, Gestión Documental y demás aplicativos y servicios TIC.



Se avanza en el proceso de invitación abierta para dar continuidad a los servicios de la estrategia #ArtesanoDigital, además de otras estrategias, comunicaciones y servicios digitales institucionales en general. Se continua con los procesos de actualización de publicaciones, contenidos, atención de servicios ofrecidos en línea y en tiempo real, a través del portal y sitios web institucionales; además de la administración de las redes sociales institucionales.

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 91 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 954 apariciones en medios de comunicación, lo que se ha observado a partir del monitoreo a medios (free press) y se han realizado un total de 130 campañas de email marketing.



A nivel interno se ha desarrollado 11 boletines con información relevante del sector y de la entidad y 11 boletines “Artesanías 360” los cuales han sido enviados por correo institucional de “comunicaciones internas” a colaboradores de la entidad. A través de este canal se han realizado 370 publicaciones solicitadas por 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 percibe en la cantidad de interacciones recibidas en redes sociales y también, de mensajes y comentarios atendidos, a continuación los principales resultados en cifras:

Se han publicado en el portal web de Artesanías de Colombia, 118 noticias sobre el sector artesanal, entre las cuales ocho (8) corresponden específicamente a la gestión de la entidad. Se han hecho 2.005 publicaciones e stories relativas al marketplace y al área comercial, en las redes oficiales de la entidad. Se han publicado siete (7) especiales. Se han enviado 130 campañas de e-mail marketing.

En cuanto a redes sociales la interacción total ha sido de 1'152.393 por parte de la comunidad en redes sociales. Se han gestionado 12.322 mensajes e interacciones recibidas. En atención a canales se han tramitado 620 solicitudes de servicios en línea.



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 y los avances de 2020, se identificaron los puntos claves a incluir dentro de los planes de talento humano del 2021, 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.

Durante el mes de septiembre Great Place to Work, dio inicio a la aplicación de la evaluación de ambiente laboral, considerando que, de acuerdo con los lineamientos establecidos desde el FURAG, esta medición debe realizarse mínimo cada 2 años. La última evaluación fue realizada en 2019. Se espera contar con el resultado en el mes de noviembre.



A continuación, se da a conocer el avance en cada uno de los planes, con corte a septiembre de 2021, 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, hasta el mes de septiembre, cuando se da inicio al retorno progresivo a la presencialidad, bajo el modelo de alternancia.

- **Ruta de la felicidad:** Durante la vigencia se han desarrollados actividades para la celebración de fechas especiales, se encuentran entre ellas el día de la madre, del padre, los cumpleaños y la conmemoración del día del abuelo. Se ha gestionado la aprobación de la modalidad de teletrabajo para la entidad, a través de reuniones con el equipo líder, el análisis de la normatividad, los conceptos emitidos por entidades que regulan la materia.

Se han desarrollado campañas en temas como: manejo del tiempo libre y el equilibrio de tiempos laborales, retorno laboral saludable, promoción para el uso de la bicicleta y sensibilización del entorno a la población indígena artesanal.

- **Plan del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo- SGSST:** Se destacan entre otras las siguientes actividades: Durante el año se ha llevado a cabo la revisión y actualización de la información documentada del Sistema, entre ella la política de SST y la matriz legal. Se recibió por parte del COPASST la evaluación a la implementación del SGSST. Se llevó a cabo en el día de la salud la promoción de la salud mental, cuidado del sueño y cuidado físico, a través de piezas de comunicación. Fue gestionada la realización de exámenes médicos ocupacionales de los funcionarios de la entidad. Diariamente se realiza seguimiento diario y reporte de estado de salud en el marco de la pandemia por COVID-19. Durante el año fueron gestionadas las elecciones del COPASST y del Comité de Convivencia, para el período 2021 – 2023.

- **Ruta del crecimiento:** Para la vigencia 2021, se ha desarrollado, entre otras, la gestión y seguimiento a capacitaciones en: lenguaje claro, temas contractuales, fomento al control – MECI, temas relacionados con la cadena básica financiera, MIPG, cultura de mercado, cualificación para atención preferencial e incluyente y conflicto de interés. Mensualmente se realiza inducción a los contratistas que durante el periodo



han ingresado. Así mismo se hizo un levantamiento de necesidades de capacitación, con los líderes de políticas del MIPG.

- **Ruta de la calidad:** En el marco de este plan, se dio inicio a la medición de ambiente laboral, se adelantaron las actividades para la organización y digitalización de las historias laborales, logrando con corte al segundo semestre, la digitalización de 5 y la organización con la hoja de control respectiva de 65. Se enviaron las comunicaciones como parte de la campaña de actualización de datos en el SIGEP, con corte a septiembre 64 funcionarios han realizado la actualización de su hoja de vida en el SIGEP
- **Plan del código de integridad:** Se han llevado a cabo sensibilizaciones sobre el procedimiento de conflicto de interés y la identificación y prevención de ellos mismos. Se ha promovido el cumplimiento de los lineamientos establecidos en la Ley 2013 de 2019: Con corte a Q3, tres funcionarias han realizado su declaración de conflictos de interés en el aplicativo dispuesto por el DAFP, en cumplimiento de la Ley 2013 de 2019. De manera permanente se realiza socialización de los valores que conforman el código de integridad. Se desarrollo campaña de socialización y felicitación de los resultados de la vigencia 2020 (por área), mostrar cómo se hicieron, los resultados y el impacto que tuvo en el sector y/o en la entidad.
- **Plan de gestión del conocimiento y la innovación:** Este plan, liderado por el proceso de Posicionamiento del Saber del Sector Artesanal, involucra a los diferentes estamentos de la entidad relacionados con acciones, mecanismos o instrumentos para identificar, generar, capturar, transferir, apropiar, analizar, valorar, difundir y preservar el manejo de información de la entidad.

Para 2021 ha hecho énfasis en dos de los cuatro ejes de la política: Herramientas de uso y apropiación y generación y producción de conocimiento. En consecuencia, puso en marcha la primera y segunda fase del proyecto de creación de un *sistema integrado de información*. En la primera de ellas, la fase diagnóstica, se entró a Mapear los bancos de datos, gestores de información, repositorios de la entidad; así como,



identificación de las fuentes de generación de información y destinatarios y sus protocolos de procesamiento y entrega de información.

El propósito de esta primera fase es mejorar el acceso (Saber dónde está y quien lo gestiona la información), la oportunidad (frecuencia y hábito en el reporte), identificar la interacción entre personas, procesos y tecnología, e integrar los sistemas existentes. Todo ello para contar con mayor veracidad, eficacia, calidad y seguridad en el dato.

Para la segunda fase: piloto de implementación, de los 11 grupos de trabajo abordados en el diagnóstico: SIEAA, calidad, promoción, gestión documental, CENDAR, gestión legal, financiera, proyectos de inversión, control interno, SIART y planeación; se escogieron 3 (SIEAA, Financiera y Calidad). En ella se dinamiza a través de un tablero de control de base en el programa Power BI, la información clave para la entidad. De tal manera que quede disponible para consulta externa y remota con renovación periódica.

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.

- ✓ 2 especies caracterizadas: *Oenocarpus bataua* conocida como "palma seje" y *Attalea butyracea* conocida como "palma real", que incluyen, la descripción botánica, distribución geográfica, estado de conservación, caracterización ecológica y biológica, usos reportados, propagación y aspectos clave sobre la extracción y manejo sostenible de la especie, identificación de la cadena de proveeduría, caracterización de los actores de los primeros eslabones, la problemática percibida frente al aprovisionamiento de materia prima sostenibilidad de la actividad y marco normativo aplicable a su aprovechamiento ante las Corporación Autónoma Regional de los Valles del Sinú y del San Jorge (CVS) en el departamento de Córdoba, y la Corporación Autónoma Regional del Tolima (Cortolima), todo esto con el fin avanzar en trámites de legalidad.

Estrategia de manejo sostenible de especies vegetales empleadas en el sector artesanal.

- ✓ 1 estrategia de manejo sostenible implementada en el marco del Proyecto con Riqueza Natural (Bolívar y Sucre):
 - 20 predios georreferenciados, con su diagnóstico y planificación predial.
 - 20 dueños o poseedores de predios en proceso de capacitación y acompañamiento en temáticas relacionadas con buenas prácticas agrícolas y ambientales.
 - 20 acuerdos voluntarios de conservación firmados por propietarios de predios (16 beneficiarios en San Juan Nepomuceno y 4 beneficiarios en Colosó),
 - Establecimiento de 5 parcelas demostrativas piloto de siembra de iraca en San Juan de Nepomuceno.
 - Entrega de materiales y herramientas para cercado de predios a 20 beneficiarios del proyecto, con fines de conservación.



- ✓ 1 iniciativa de repoblamiento para la especie totumo, implementada en el corregimiento de Pontezuela (Bolívar) que incluye:
 - Asistencia técnica para la implementación de buenas prácticas de aprovechamiento.
 - Selección de material vegetal
 - Métodos de propagación
 - Siembra de individuos.

- ✓ 13 trámites de legalidad adelantados ante la Corporaciones Autónomas Regionales de los departamentos de Boyacá, Cundinamarca y Bolívar, para las especies vegetales empleadas en la producción artesanal: esparto, paja blanca, enea, junco e iraca.

Publicación de material de interés para promover el comercio legal de las materias primas empleadas en el sector artesanal.

- ✓ Publicación de la estrategia de conservación 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 Colosó (Sucre) y San Juan Nepomuceno (Bolívar)”, enfocada en el uso y manejo sostenible de los recursos naturales relacionados con el desarrollo de la producción de artesanías en iraca.

https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/por-la-sostenibilidad-de-la-iraca_14782

- ✓ Con el objeto de promover la compra legal de madera, se consolida y publica el listado de los proveedores regionales de madera legal registrados ante 18 Corporaciones Autónomas Regionales que cumplen con los requisitos exigidos por las autoridades ambientales para la comercialización de madera, y asimismo, el listado de proveedores nacionales de madera legal, adscritos al Pacto Intersectorial por la Madera Legal en Colombia – PIMLC, que procesan y comercializan productos forestales maderables y no maderables provenientes de fuentes legales para diferentes mercados.

https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/proveedores-de-madera-legal-en-colombia_14878



- ✓ Como parte del ciclo de vida del producto se socializan los contenidos de uso y mantenimiento del producto final en madera y cuero.

https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/cuidados-de-la-madera_14788

https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/cuidados-de-las-artesanias-en-cuero_14834

Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA)

Este plan se direcciona teniendo en cuenta el cumplimiento normativo, los planes y políticas ambientales generados por la Secretaría Distrital de Ambiente, y para el año 2021 se compone de 32 actividades y 6 programas de ecoeficiencia.



En 2021 Artesanías de Colombia recibió un reconocimiento por parte de la Secretaria Distrital de Ambiente por su alto desempeño en la implementación del PIGA y cumplimiento normativo, convirtiéndose en una de las 20 mejores entidades ubicadas en el Distrito Capital y la primera entidad voluntaria del orden nacional en recibir el reconocimiento.

Reconocimiento que refleja el compromiso ambiental de la entidad y su propósito en la promoción de prácticas ambientales que contribuyan a la mejora constante de la calidad ambiental y el uso eficiente de los recursos naturales, a través de la implementación de programas de:

- ✓ Uso eficiente de agua, energía y papel
- ✓ Gestión integral de residuos
- ✓ Consumo sostenible
- ✓ Implementación de prácticas sostenibles

Entre los resultados del año se encuentran:

Uso Eficiente del Agua y de la energía: a través de campañas de sensibilización, implementación de tecnologías de ahorro y el registro y verificación del consumo de forma 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 implementa a través de campañas de sensibilización en la temática de separación en la fuente dirigida a los empleados de Artesanías de Colombia, cumplimiento de los requisitos normativos, registros de generación de residuos ordinarios (aprovechables y no aprovechables) y peligrosos, manejo a través de la entrega a gestores autorizados de acuerdo al contexto reglamentario aplicable: aprovechables entregados a la Asociación de Recicladores Ecoalanza Estratégica y peligrosos entregados al gestor PROSARC y a través de la campaña de Reciclación organizada por la Secretaria Distrital de Ambiente (SDA).

Programa Consumo Sostenible: en este se priorizan los contratos a los cuales les aplican criterios sostenibles y de cumplimiento normativo, como son consumibles de papelería y tóner, mantenimiento eléctrico y automotriz, entre otros.

Programa Implementación de Prácticas Sostenibles: Se promueven prácticas que propendan por la protección del medio ambiente, los funcionarios y la comunidad tales como la realización de la semana ambiental, la socialización de prácticas de eco-conducción, promoción del uso de la bicicleta, entre otras.

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 alta eficacia.
- ✓ Implementación de requisitos normativos para la adecuada gestión de los residuos peligrosos (instalación de hojas de seguridad, registro de bitácoras, formatos de recepción y despacho de respel, embalado y etiquetado).
- ✓ Entrega de 2730 Kg de material aprovechable a la Asociación Ecoalianza Estratégica de Recicladores.
- ✓ 647 kg de residuos peligrosos entregados a gestores autorizados que incluyen equipos eléctricos y electrónicos, luminarias, tóner y medicamentos: 147 kg a través del gestor Prosac y 500 Kg entregados a través de la Reciclación de Bogotá.
- ✓ Inclusión de cláusulas ambientales a contratos priorizados interventoría de obra de



- inmuebles, servicio de vigilancia, contrato de POP, compra de minerales, muebles en madera, compra de cuero, mantenimiento eléctrico e hidráulico y papelería.
- ✓ Jornadas de sensibilización permanente al interior de la entidad en temáticas de interés ambiental, a través de comunicaciones internas:
 - Tips de uso racional y eficiente del agua y la energía eléctrica.
 - Campaña “se buena onda con el medio ambiente”, orientada al adecuado manejo de los recursos agua, electricidad y papel, con motivo del retorno a la oficina de los funcionarios de la entidad.
 - Campaña “regresa a la oficina en bicicleta”
 - ✓ Desarrollo de la semana ambiental virtual llevada Semana ambiental llevada a cabo del 31 de mayo al 4 de junio, que contó con el apoyo de la Secretaria Distrital de Ambiente para la realización de 5 charlas dirigidas a los colaboradores de la entidad y artesanos, en temáticas ambientales :
 - Programas pos-consumo y estrategias voluntarias de entrega de residuos peligrosos.
 - Estrategias para el consumo sostenible del agua.
 - Fuentes no convencionales de energía renovable.
 - Aire, ruido y radiación electromagnética.
 - Biodiversidad del Distrito Capital.

Actualmente, Artesanías de Colombia adelanta de nuevo proceso de concertación con la Secretaria Distrital de Ambiente para el periodo comprendido entre 2020 y 2024, debido al traslado de la sede concertada Vitrina Promocional de la Calle 86, a la Calle de los Anticuarios localizada en 79B # 8 – 64, 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.



1.1.4. 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 2021, 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	Nro. DE CONTRATOS
Invitación Abierta	9
Invitación Cerrada	0
Concurrencia de Oferentes	18
Directa	340
Mecanismos de Agregación de demanda de Colombia Compra Eficiente	6
Acuerdos Marco de Precio de la Entidad	0
TOTAL	373

Valores comprometidos por modalidad

MODALIDAD DE SELECCIÓN	VALOR DE CONTRATOS
Invitación Abierta	\$1.765.892.704
Invitación Cerrada	0
Concurrencia de Oferentes	\$909.169.736
Directa	\$10.602.748.202
Mecanismos de Agregación de demanda de Colombia Compra Eficiente	\$489.011.778
Acuerdos Marco de Precio de la Entidad	0
TOTAL	\$13.766.822.420

Contratación por causal

CONTRATACIÓN DIRECTA	Nro. DE CONTRATOS
En los casos de las órdenes, que son 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.	56
Para convenios o contratos Interadministrativos	10
Para contratos y/o convenios interinstitucionales de asociación, de cooperación, memorandos de entendimiento, Convenios marco, que no requieran un proceso competitivo	3
Contratos de la operación comercial de la empresa, (Arrendamiento, consignación de	10



mercancías, Contrato de Patrocinios, Concesión, Inscripción de proveedores).	
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) los cuales pueden ser ejecutados por personas naturales o jurídicas, verificando la idoneidad o experiencia para la ejecución del objeto contractual y precios del mercado.	231
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	10
Para contratos intuitu 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.	2
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.	6
Para contratos de servidumbre, arrendamiento, concesión, comodato (Verificando las condiciones del mercado inmobiliario y las necesidades de la entidad).	0
Por Urgencia manifiesta, la cual media cuando se presentan circunstancias que puedan poner en riesgo la continuidad de un determinado servicio; Por la necesidad de contribuir al restablecimiento de la normalidad cuando haya tenido que declararse uno cualquiera de los estados de excepción; Por la ocurrencia de situaciones excepcionales de calamidad, fuerza mayor o desastre que por su naturaleza requieran actuación inmediata.	0
Por la declaratoria de desierto de algún proceso de selección cerrado o abierto, lo cual tomará como base los requisitos señalados en la guía de condiciones y anexos publicados.	0
Para el contrato de empréstito, que son aquellos contratos mediante los cuales una entidad u organismo estatal recibe en calidad de préstamo unos recursos en moneda legal o extranjera, con plazo para su pago.	0
Para contratar servicios públicos domiciliarios, esenciales para el funcionamiento de la entidad	0
Para el desarrollo directo de actividades científicas o tecnológicas.	0
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.	0
Compra de materia prima a artesanos que forman parte de comunidades productoras de materia prima natural para el desarrollo de programas especiales.	12



CONCURRENCIA DE OFERENTES	Nro. DE CONTRATOS
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.	18
INVITACIÓN ABIERTA	Nro. DE CONTRATOS
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.	9
MECANISMOS DE AGREGACIÓN DE DEMANDA DE COLOMBIA COMPRA EFICIENTE	Nro. DE CONTRATOS
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.	6
TOTAL	373

Valores comprometidos por modalidad

CONTRATACIÓN DIRECTA	VALOR DE CONTRATOS
En los casos de las órdenes, que son 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.	\$592.705.273
Para convenios o contratos Interadministrativos	\$173.000.000
Para contratos y/o convenios interinstitucionales de asociación, de cooperación, memorandos de entendimiento, Convenios marco, que no requieran un proceso competitivo	0
Contratos de la operación comercial de la empresa, (Arrendamiento, consignación de mercancías, Contrato de Patrocinios, Concesión, Inscripción de proveedores).	\$344.700.500
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) los cuales pueden ser ejecutados por personas	\$8.514.811.262



naturales o 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	\$169.875.373
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.	\$82.400.000
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.	\$706.214.294
Para contratos de servidumbre, arrendamiento, concesión, comodato (Verificando las condiciones del mercado inmobiliario y las necesidades de la entidad).	0
Por Urgencia manifiesta, la cual media cuando se presentan circunstancias que puedan poner en riesgo la continuidad de un determinado servicio; Por la necesidad de contribuir al restablecimiento de la normalidad cuando haya tenido que declararse uno cualquiera de los estados de excepción; Por la ocurrencia de situaciones excepcionales de calamidad, fuerza mayor o desastre que por su naturaleza requieran actuación inmediata.	0
Por la declaratoria de desierto de algún proceso de selección cerrado o abierto, lo cual tomará como base los requisitos señalados en la guía de condiciones y anexos publicados.	0
Para el contrato de empréstito, que son aquellos contratos mediante los cuales una entidad u organismo estatal recibe en calidad de préstamo unos recursos en moneda legal o extranjera, con plazo para su pago.	0
Para contratar servicios públicos domiciliarios, esenciales para el funcionamiento de la entidad	0
Para el desarrollo directo de actividades científicas o tecnológicas.	0
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.	0
Compra de materia prima a artesanos que forman parte de comunidades productoras de materia prima natural para el desarrollo de programas especiales.	\$19.041.500
CONCURRENCIA DE OFERENTES	VALOR DE CONTRATOS
Modalidad para la contratación directa de cuantías superiores a veintiocho (28) s.m.m.l.v. y	\$909.169.736



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.	
INVITACIÓN ABIERTA	VALOR DE CONTRATOS
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.	\$1.765.892.704
MECANISMOS DE AGREGACIÓN DE DEMANDA DE COLOMBIA COMPRA EFICIENTE	VALOR DE CONTRATOS
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.	\$489.011.778
TOTAL	\$13.766.822.420

La Entidad para la suscripción de convenios interadministrativos e interinstitucionales ha aportado la suma de \$419.985.682 en aportes en especie.

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 número 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:

Empleos Públicos:	8
Gerente:	1
Subgerente:	3
Jefe de Oficina:	1
Jefe Control Interno:	1
Asesor:	2
Trabajadores Oficiales:	81
Especialista de Proyectos:	11
Coordinador:	6
Profesional de Gestión:	20
Profesional:	20
Técnico Operativo:	13
Técnico Administrativo:	10
Auxiliar Administrativo:	1
Total	89

Con corte al septiembre de 2021, se presentaron dos (2) vacancias en la planta de empleos de la entidad, correspondiente a dos trabajadores oficiales, una del nivel profesional y una del nivel técnico.

El número de contratistas a 30 de septiembre es 248 contratos de prestación de servicios, vigentes 229



1.1.6. Vinculación y evaluación meritocrática de gerentes públicos

Durante la vigencia 2021 se presentaron dos (2) vacancias en empleos de Libre Nombramiento y Remoción, una vacancia en un cargo directivo, correspondiente a Subgerente código 0040 grado 21 y una en el nivel asesor, correspondiente a Jefe de Oficina Asesora código 1045 grado 10, para la provisión de las dos vacantes presentadas se adelantaron los procesos de meritocracia ante el Departamento Administrativo de la Función Pública, para el proceso de evaluación de competencias dando como resultado un porcentaje por encima del perfil de cada cargo, para las dos evaluadas, así mismo se procedió a la publicación de las hojas de vida y documentos soporte ante la Presidencia de la República, de acuerdo con los parámetros, estos soportes se encuentran en las hojas de vida de las funcionarias.

1.2. ACCIONES EN EL MARCO DEL ACUERDO FINAL DE PAZ

Para la vigencia 2021 y teniendo en cuenta las circunstancias de Salud Pública que aún atraviesa el país con la presencia del Coronavirus COVID-19 y siguiendo los lineamientos del Gobierno Nacional, Artesanías de Colombia continua con la metodología de trabajo a distancia 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 creó un plan de acción para realizar actividades en pro del sector artesanal en 43 municipios PDET (Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial) en el marco del proyecto de inversión “Fortalecimiento de la Actividad Artesanal, una Alternativa de Desarrollo Económico Local y Regional 2019-2023” y 4 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 convocatoria abierta en el mes de febrero para que los artesanos se inscribieran e hicieran parte de la atención integral



que prestan los Laboratorios de Innovación y Diseño por todo el territorio nacional.

Para este 2021 se destinaron \$1.536.970.000 para la atención de los 43 municipios PDET y \$135.500.000 para la atención de los 4 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. Solo hasta junio del presente año, hemos logrado la atención presencial en algunos de estos municipios.

Adicionalmente, la entidad continúa desarrollando 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

Dicho esto, a 30 de septiembre de 2021, los Laboratorios de Innovación y Diseño han atendido 607 artesanos, lo que corresponde al 43% de la meta total para esta vigencia y se han ejecutado \$692.882.476; esto en relación con los 43 municipios PDET.



En relación con la atención a los 3 resguardos indígenas, a 30 de septiembre se han atendido 65 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. Patía (Cauca) – Recursos ejecutados (\$14.222.700)

Beneficiarios atendidos: 10

Se han desarrollado los siguientes talleres y capacitaciones:

- Asesoría Puntual (diseño)
- Definición de producto y comunicación
- Socialización actividades de diseño
- Socialización Tapiz Artesanal
- Taller de fotografía
- Planeación estratégica
- Taller de referentes
- Taller de tendencias.
- Asesoría Marketing Digital
- Talleres Desarrollo Humano
- Socialización Portafolio Estímulos
- Taller de Texturas
- Asesoría para Tapiz Artesanal.
- Segmentación de producto
- Estrategias de promoción
- Marketing digital
- Auto reconocimiento e identidad
- Cartografía artesanal
- Charla con la DIAN



2. El Tambo (Cauca) – Recursos ejecutado (\$14.222.700)

Beneficiarios atendidos: 2

Se han desarrollado los siguientes talleres y capacitaciones:

- Asesoría puntual
- Socialización actividades de Diseño
- Taller de fotografía.

3. Miranda (Cauca) – Recursos ejecutados (\$14.222.700)

Beneficiarios atendidos: 38

- Asesoría puntual en diseño
- Taller de fotografía
- Asesoría Marketing Digital
- Talleres Desarrollo Humano (2)
- Taller de Fotografía de producto
- Socialización Portafolio Estímulos
- Segmentación de mercado
- Estrategias de promoción
- Marketing Digital
- Auto reconocimiento e Identidad
- Cartografía Artesanal
- Charla con la DIAN.

4. Santander de Quilichao (Cauca) – Recursos ejecutados (\$14.222.700)

Beneficiarios atendidos: 7

- Taller de fotografía
- Asesoría puntual en Diseño
- Talleres Desarrollo Humano (2)
- Socialización Portafolio Estímulos
- Asesoría Marketing Digital.
- Segmentación de mercado
- Estrategias de promoción
- Marketing Digital



- Auto reconocimiento e Identidad
- Cartografía Artesanal
- Charla con la DIAN.

5. Valledupar (Cesar) – Recursos ejecutados (\$18.516.298)

Beneficiarios atendidos: 40

- Taller virtual: Diseño para la artesanía
- Taller de fortalecimiento de competencias (autodiagnóstico)
- Capsula de diseño: Fotografía de retrato
- Asesorías de seguimiento a capsulas
- Asesoría Puntual: Inspiración Natural
- Asesoría Puntual: Generación de Texturas
- Asesoría Puntual: Fotografía de retrato
- Asesoría Puntual: Cartas de color
- Asesoría en apertura de página de Facebook
- Asesoría en análisis y estrategia de mercadeo
- Asesoría de Diagnóstico
- Taller virtual: Referentes de CESAR
- Taller virtual: Creación de contenidos
- Taller virtual Canvas Modelo de Negocios
- Realización de diagnóstico comercial
- Desarrollo de Cartas de color
- Asesoría puntual: Rescate de simbología kankuama
- Asesoría puntual: Manejo de color sobre el producto y degradados
- Asesoría puntual: Diversificación de la mochila kankuama a hogar
- Asesoría puntual: Composición gráfica
- Asesoría Puntual: Seguimiento ejercicio fotografías
- Taller virtual: TENDENCIAS DE HOGAR
- Taller virtual: FOTOGRAFIA EN EL CONTEXTPO ARTESANAL
- Taller virtual- DISEÑO PARA LA ARTESANÍA
- Taller Virtual Marketing Digital (Redes Sociales)
- Taller Virtual Marketing Digital (Pauta en Redes Sociales)



- Taller virtual Educación Financiera - Modulo IV
- Taller de tendencias comerciales
- Taller de diversificación
- Asesoría puntual: CARTAS DE COLOR
- Asesoría Puntual - REDES SOCIALES E INSTAGRAM
- Asesoría puntual - CREACIÓN DE CONTENIDOS
- Asesoría en diseño: Paletas de color
- Asesoría en diseño - prototipos a escala
- Asesoría en Exhibición de productos feria negocios verdes
- Taller Virtual: Producto Tipo Souvenir
- Taller virtual de Planeación estratégica y concepto de marca
- Socialización feria: EXPOFESTIVAL
- Seguimiento de inscripción feria: EXPOFESTIVAL
- Brief para la creación de Marca
- Asesoría puntual: Exhibición comercial EXPOARTESANO
- Asesoría puntual: elaboración de relato artesanal
- Asesoría puntual: Curaduría de productos para participación en feria EXPOARTESANO
- Asesoría puntual: Creación de contenidos para redes sociales
- Asesoría puntual: Acompañamiento virtual feria expo artesano

6. Pueblo Bello (Cesar) – Recursos ejecutados (\$18.516.298)

Beneficiarios atendidos: 6

- Diseño e Innovación de Producto
- Generación de Oportunidades Comerciales
- Asesoría y Asistencia Técnica
- Taller virtual: Referentes de CESAR
- Taller virtual: Creación de contenidos
- Taller virtual de Definición de Objetivos
- Taller virtual Canvas Modelo de Negocios
- Taller virtual: TENDENCIAS DE HOGAR
- Taller Virtual Marketing Digital (Redes Sociales)



- Taller Virtual Marketing Digital (Pauta en Redes Sociales)
- Taller virtual Educación Financiera - Modulo IV
- Taller de tendencias comerciales
- Taller de diversificación
- Asesoría puntual en diseño de producto
- Asesoría puntual - CREACIÓN DE CONTENIDOS
- Asesoría en carta de color - Comunidad arhuaca
- Apoyo en actualización de documentos de formalización
- Asesoría en diseño: Paletas de color para producto tradicional
- Asesoría en diseño: Seguimiento de contenidos para redes sociales
- Asesoría puntual: AJUSTES DE PROTOTIPO
- Asesoría puntual: Diseño de producto
- Taller virtual de Planeación estratégica y concepto de marca
- Taller Virtual: Producto Tipo Souvenir

7. Dibulla (La Guajira) – Recursos ejecutados (\$21.421.224)

Beneficiarios atendidos: 6

- Taller de color - tendencias.
- Taller de texturas.
- Taller de línea - colección.
- Taller de tendencias.
- Verificación del Diseño del Producto.

8. San Juan del Cesar (La Guajira) – Recursos ejecutados (\$41.421.224)

Beneficiarios atendidos: 44

- Taller de Mejoramiento de Técnicas - Textiles y Cestería, específicamente en el tema de calidad.
- Taller de Mejoramiento de Técnicas - Textiles y Cestería, específicamente en el tema de estandarización.
- Taller de Introducción al Diseño.
- Taller en Mercadeo y Ventas.



9. Aracataca (Magdalena) – Recursos ejecutados (\$12.102.431)

Beneficiarios atendidos: 3

- Participación en el evento: Exposición de Artesanías del Magdalena
- Taller de fortalecimiento de competencias (autodiagnóstico)
- Asesoría Registro de Beneficiarios Magdalena 2021
- Taller Diseño para la Artesanía
- Taller virtual de Definición de Objetivos
- Taller virtual Canvas Modelo de Negocios
- Taller REFERENTE MAGDALENA
- Taller de CoDiseño Color
- Realización de diagnóstico comercial
- Taller virtual Educación Financiera - Modulo IV
- Fortalecimiento técnico madera
- Acabados industriales

10. Ciénaga (Magdalena) – Recursos ejecutados (\$12.102.431)

Beneficiarios atendidos: 16

- Taller Diseño para la Artesanía
- Taller de Identidad Caribe, Los Artesanos Construyen Macondo
- Taller de fortalecimiento de competencias (autodiagnóstico)
- Participación en el evento: Exposición de Artesanías del Magdalena
- Asesoría Registro de Beneficiarios Magdalena 2021
- Asesoría Fotografía retrato y proceso productivo
- Asesoría a puntual _ Producto desarrollado y trabajo de codiseño a realizar.
- Asesoría a actividad de Taller Diseño para la Artesanía
- Taller virtual de Definición de Objetivos
- Taller virtual Canvas Modelo de Negocios
- Taller REFERENTE MAGDALENA
- Taller de CoDiseño Color
- Asesoría Fotografía retrato y proceso productivo
- Asesoría Actividad Taller REFERENTES MAGDALENA
- Taller Virtual Marketing Digital (Redes Sociales)



- Taller Virtual Marketing Digital (Pauta en Redes Sociales)
- Taller virtual Educación Financiera - Modulo IV
- Taller de TENDENCIAS 2021
- Taller de FOTOGRAFÍA
- Taller de CREACIÓN DE CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES
- CURADURÍA productos - Feria
- CARTAS DE COLOR - TOTUMO
- ASESORÍA VITRINISMO - Feria
- Asesoría elaboración de CATÁLOGO DE PRODUCTOS
- Asesoría actividad TALLER DE TENDENCIAS 2021
- ACTIVIDAD FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO
- Acompañamiento participación en la Feria de Reactivación
- Asesoría socialización de propuesta de diseño
- Asesoría diversificación de producto
- Asesoría en referente para propuesta de producto
- Asesoría en mejoramiento de producto
- Asesoría en muestra de producto
- Asesoría fotografía de producto
- Taller matriz de diseño - identidad caribe
- Taller de vitrinismo
- Taller de referentes para elaboración de catálogo
- Taller de empaques y embalajes
- Socialización propuesta de diseño local
- Socialización compra lo nuestro
- Socialización ajuste en diseño propuesta colección nacional
- Fortalecimiento técnico madera grabado y talla"
- "fortalecimiento técnico madera elaboración de herramientas"
- "fortalecimiento técnico madera adhesivos"
- "fortalecimiento técnico madera acabados naturales"
- "fortalecimiento técnico madera acabados industriales"
- Asesoría proceso de muestras producto local



11. Santa Marta (Magdalena) – Recursos ejecutados (\$12.102.431)

Beneficiarios atendidos: 50

- Taller Diseño para la Artesanía
- Taller de Identidad Caribe, Los Artesanos Construyen Macondo
- Taller de fortalecimiento de competencias (autodiagnóstico)
- Participación en el evento: Exposición de Artesanías del Magdalena
- Asesoría Registro de Beneficiarios Magdalena 2021
- Asesoría Fotografía retrato y proceso productivo
- Asesoría a puntual _ Producto desarrollado y trabajo de codiseño a realizar.
- Asesoría a actividad de Taller Diseño para la Artesanía
- Asesoría _levantamiento de Diagnóstico de oficio
- Taller Virtual Producto tipo souvenir
- Taller virtual de Definición de Objetivos
- Taller virtual Creación de Contenidos para redes sociales
- Taller virtual Canvas Modelo de Negocios
- Taller REFERENTE MAGDALENA
- Taller de CoDiseño Color
- Realización de diagnóstico comercial
- Evaluación de producto - Diagnóstico de Oficio
- Asesoría puntual - Taller de Tendencia en Formatos Parte I
- Asesoría Fotografía retrato y proceso productivo
- Asesoría actividad Taller Virtual Producto tipo souvenir
- Asesoría Actividad Taller REFERENTES MAGDALENA
- Taller Virtual Marketing Digital (Redes Sociales)
- Taller virtual Educación Financiera - Modulo IV
- Taller virtual Educación Financiera - Modulo Davivienda
- Taller virtual Cálculo de costos y precios
- Taller de tendencias 2021
- Taller de rescate
- Taller de FOTOGRAFÍA
- Taller de creación de contenidos para redes sociales
- Socialización feria



- CURADURÍA de producto para Convocatoria FERIA
- Convocatoria FERIA
- ASESORÍA VITRINISMO - Feria
- Asesoría postulación Feria Picnic Paraíso
- ASESORÍA MUESTRA DE PROPUESTA
- Asesoría en Discurso de venta
- Asesoría Elaboración de catálogo de productos
- Asesoría actividad taller de tendencias 2021
- Asesoría actividad de taller de rescate
- Acompañamiento participación en la Feria de Reactivación
- Asesoría socialización de propuesta de diseño
- Apoyo participación en la Copa Artesanal
- Fortalecimiento técnico madera
- Participación en Ferias Locales- PICNIC PARAISO
- Taller matriz de diseño - identidad caribe
- Taller Virtual Preparación para evento ferial
- Taller virtual de Planeación estratégica y concepto de marca
- Taller de vitrinismo
- Taller de referentes para elaboración de catálogo
- Taller de empaques y embalajes
- Socialización propuesta de diseño local
- Socialización Compra Lo Nuestro
- Fortalecimiento técnico madera socialización actividad final
- Socialización ajuste en diseño propuesta colección nacional
- Fortalecimiento técnico madera grabado y talla"
- "fortalecimiento técnico madera elaboración de herramientas"
- "fortalecimiento técnico madera adhesivos"
- "fortalecimiento técnico madera acabados naturales"
- "fortalecimiento técnico madera acabados industriales"
- Asesoría proceso de muestras producto local
- Asesoría muestra producto colección nacional



12. Necoclí (Antioquia) – Recursos ejecutados (\$20.195.651)

Beneficiarios atendidos: 5

- Taller Desarrollo Humano
- Taller Tendencias 2021
- Asesoría puntual en marketing digital

13. Apartadó (Antioquia) – Recursos ejecutados (\$20.195.651)

Beneficiarios atendidos: 10

- Taller Tendencias 2021
- Asesoría puntual en marketing digital
- Taller oportunidades comerciales

14. Florencia (Caquetá) – Recursos ejecutados (\$12.060.092)

Beneficiarios atendidos: 16

- Socialización a la asistencia técnica integral.
- Marketing digital (redes sociales y comercio electrónico)
- Estrategias de Negociación y Discurso de Ventas
- Taller 1 ¡Estamos de acuerdo!

Asesoría puntual:

- 1 en comercialización
- 1 en desarrollo humano
- 5 en diseño

15. Morelia (Caquetá) – Recursos ejecutados (\$12.060.092)

Beneficiarios atendidos: 6

- Socialización a la asistencia técnica integral.
- Marketing digital (redes sociales y comercio electrónico)
- Estrategias de Negociación y Discurso de Ventas
- Taller 1 ¡Estamos de acuerdo!

Asesoría puntual:

- 2 en comercialización



16. Algeciras (Huila) – Recursos ejecutados (\$38.274.696)

Beneficiarios atendidos: 7

- Taller Fortalecimiento de Competencias
- Taller Tendencias de Diseño
- Taller Color Tendencias
- Taller Estrategias de Negociación y Discurso de Ventas

17. Hacarí (Norte de Santander) – Recurso ejecutados (\$17.271.812)

Beneficiarios atendidos: 1

- En el municipio se Hacarí se inscribió a la convocatoria nacional 1 productora de arte manual, la cual inició desde el mes de marzo capacitaciones virtuales, asistiendo a una socialización y una charla de Artesanía y Arte Manual
- Envió catálogo de productos y asistió al taller de fortalecimiento de competencias (autodiagnóstico).

18. Tibú (Norte de Santander) – Recursos ejecutados (\$17.271.812)

Beneficiarios atendidos: 2

- En el municipio de Tibú se inscribieron 2 personas, las cuales se han contactado. Por la falta de comunicación en la zona se espera que Artesanías permita desplazarse en comisión hasta el municipio para poder brindar una atención al grupo de artesanos de la comunidad Barí.
- Se ha hecho el ejercicio de pedir muestra de producto o catálogo, hasta el momento no han enviado, se les ha hecho la invitación a todas las charlas y no han participado.

19. Mocoa (Putumayo) – Recursos ejecutados (\$8.998.199)

Beneficiarios atendidos: 29

- Diseño e Innovación de Producto
- Generación de Oportunidades Comerciales
- Asesoría y Asistencia Técnica
- Taller virtual: Referentes



- Taller virtual: Creación de contenidos
- Taller virtual de Definición de Objetivos
- Taller virtual Canvas Modelo de Negocios
- Taller Virtual Marketing Digital (Redes Sociales)
- Taller Virtual Marketing Digital (Pauta en Redes Sociales)
- Taller de tendencias comerciales
- Taller de diversificación

20. Orito (Putumayo) – Recursos ejecutados (\$8.998.199)

Beneficiarios atendidos: 1

- Asesoría y Asistencia Técnica en temas de diseño

21. Puerto Asís (Putumayo) – Recursos ejecutados (\$8.998.199)

Beneficiarios atendidos: 6

- Diseño e Innovación de Producto
- Generación de Oportunidades Comerciales
- Asesoría y Asistencia Técnica
- Taller virtual: Referentes
- Taller virtual: Creación de contenidos
- Taller virtual de Definición de Objetivos
-

22. Puerto Guzmán (Putumayo) – Recursos ejecutados (\$8.998.199)

Beneficiarios atendidos: 2

- Diseño e Innovación de Producto
- Generación de Oportunidades Comerciales
- Asesoría y Asistencia Técnica
-

23. Villagarzón (Putumayo) – Recursos ejecutados (\$8.998.199)

Beneficiarios atendidos: 11

- Diseño e Innovación de Producto
- Generación de Oportunidades Comerciales
- Asesoría y Asistencia Técnica



- Taller virtual: Referentes
- Taller virtual: Creación de contenidos
- Taller virtual de Definición de Objetivos
- Taller virtual Canvas Modelo de Negocios
- Taller de tendencias comerciales

24. Tierralta (Córdoba) – Recursos ejecutados (\$28.398.084)

Beneficiarios atendidos: 1

- Socialización a la asistencia técnica integral.
- Asesoría y Asistencia Técnica en temas de diseño

25. Bojayá (Chocó) – Recursos ejecutados (\$30.362.903)

Beneficiarios atendidos: 12

- Taller Diseño para la Artesanía
- Taller Fortalecimiento de Competencias
- Taller Tendencias de Diseño
- Taller Color Tendencias
- Taller Estrategias de Negociación y Discurso de Ventas

26. Mesetas (Meta) – Recursos ejecutados (\$7.349.916)

Beneficiarios atendidos: 3

- Socialización a la asistencia técnica integral.
- Asesoría y Asistencia Técnica en temas de diseño

27. Puerto Concordia (Meta) – Recursos ejecutados (\$7.349.916)

Beneficiarios atendidos: 2

- Socialización a la asistencia técnica integral.
- Asesoría y Asistencia Técnica en temas de diseño



28. Tame (Arauca) – Recurso ejecutados (\$17.180.116)

Beneficiarios atendidos: 1

- Asesoría y Asistencia Técnica en temas de diseño

29. Saravena (Arauca) – Recurso ejecutados (\$17.180.116)

Beneficiarios atendidos: 33

- Diseño e Innovación de Producto
- Generación de Oportunidades Comerciales
- Asesoría y Asistencia Técnica
- Taller virtual: Referentes
- Taller virtual: Creación de contenidos
- Taller virtual de Definición de Objetivos
- Taller virtual Canvas Modelo de Negocios
- Taller Virtual Marketing Digital (Redes Sociales)
- Taller Virtual Marketing Digital (Pauta en Redes Sociales)
- Taller de tendencias comerciales

30. San Jacinto Bolívar – Recursos ejecutados (\$22.897.920)

Beneficiarios atendidos: 80

Taller de ingreso a la comunidad a través de compromisos mutuos

Taller de Fortalecimiento de Competencia Autodiagnóstico.

Taller de Fortalecimiento de Competencia Autodiagnóstico

Taller de Inspiración Natural.

Taller de Fauna y Flora del caribe con concepto de Diseño.

Taller de identificación de capitales.

Taller de cartografía de activos y actores involucrados en la actividad artesanas.

Asesoría Puntual - Eventos comerciales

Taller de Planeación estratégica para mi Negocio

Asesorías Especializadas

- Desarrollo Humano:
- Taller de identidad y auto reconocimiento



- Taller de historia colectiva
- Taller de Educación Financiera " Planeación de la Vida Financiera
 - Taller de Ingresos, Gastos y Presupuesto
 - Asesoría Puntual - Estrategias de Promoción
 - Asesoría en Pre-Feria
Desarrollo Humano
 - Asesorías técnicas y de seguimiento
 - Taller Educación Financiera
 - El Ahorro y el Crédito
 - La Inversión y el crédito de la Unidad Productiva
 - Taller- ¿Cómo Vender mi Producto? Discurso de Venta.
 - Asesoría en Seguimiento de Ferias Comercial
 - Taller Identidad y referentes culturales
 - Socialización Plataformas digitales (Compra lo Nuestro)
 - Taller Determinación de Costo
 - Taller Modelo Canvas
 - Asesoría Puntual- Responsabilidad tributaria
 - Asesorías Especializadas

31. Morroa (Sucre) – Recursos ejecutados (\$8.285.659)

Beneficiarios atendidos: 20

- Capsula de foto retrato
- Asesoría en diseño de productos.
- Taller de Fortalecimientos de Competencias Autodiagnóstico
- Taller de texturas naturales y grafismos
- Asesoría en diseño de productos
- Taller de tintes naturales
- Capsula de souvenir-codiseño según referentes
- Codiseño según matriz de diseño
- Taller cartas de color
- Taller abstracción
- Taller de Educación Financiera " Planeación de la Vida Financiera"



- Taller de Ingresos, Gastos y Presupuesto
- El Ahorro y el Crédito
- La Inversión y el crédito de la Unidad Productiva
- Taller- ¿Cómo Vender mi Producto? Discurso de Venta.

32. Colosó (Sucre) – Recursos ejecutados (\$8.285.659)

Beneficiarios atendidos: 18

- Capsula de foto retrato
- Asesoría en diseño de productos.
- Taller de Fortalecimientos de Competencias Autodiagnóstico
- Taller de texturas naturales y grafismos
- Asesoría en diseño de productos
- Taller de tintes naturales
- Taller Planeación Estratégica para mi Negocio
- Referentes- codiseño según matriz de diseño
- Taller cartas de color
- Taller abstracción y composición.
- Taller de Educación Financiera " Planeación de la Vida Financiera"
- Taller de Ingresos, Gastos y Presupuesto
- Taller- ¿Cómo Vender mi Producto? Discurso de Venta.

33. Palmito (Sucre) – Recursos ejecutados (\$8.285.659)

Beneficiarios atendidos: 23

- Capsula de foto retrato
- Asesoría en diseño de productos.
- Taller de Fortalecimientos de Competencias Autodiagnóstico
- Taller de texturas naturales y grafismos
- Asesoría en diseño de productos
- Taller de tintes naturales
- Taller Planeación Estratégica para mi Negocio
- Capsula de souvenir
- Codiseño según referentes



- Codiseño según matriz de diseño
- Taller cartas de color
- Taller abstracción y composición.
- Taller- ¿Cómo Vender mi Producto? Discurso de Venta.
- Identidad y referentes culturales

34. Ovejas (Sucre) – Recursos ejecutados (\$8.285.659)

Beneficiarios atendidos: 1

- Capsula de foto retrato
- Capsula tendencias
- Capsula color
- Taller de texturas naturales y grafismos
- Asesoría en diseño de productos
- Taller de tintes naturales

35. Ataco (Tolima) – Recursos ejecutados (\$15.840.781)

Beneficiarios atendidos: 19

- Socialización a las asistencias técnicas integrales
- Estamos de acuerdo
- Fortalecimiento de las competencias

36. Chaparral (Tolima) – Recursos ejecutados (\$15.840.781)

Beneficiarios atendidos: 8

- Socialización a las asistencias técnicas integrales
- Estamos de acuerdo
- Fortalecimiento de las competencias

37. Planadas (Tolima) – Recursos ejecutados (\$15.840.781)

Beneficiarios atendidos: 10

- Taller Estamos de acuerdo
- Asesorías Puntuales en diseño



38. Buenaventura (Valle del Cauca) – Recursos ejecutados (\$46.070.493)

Beneficiarios atendidos: 58

- Socializaciones puntuales a los grupos indígenas y afro.
- Taller de Fotografía de Producto
- Taller de Criterios de Producto Artesanal
- Categorías de producto
- El rostro de mis capitales
- Producto Souvenir
- Fortalecimiento de Competencias
- Socialización Convocatoria de Estímulos
- Taller de Auto-gestión
- Asesoría en video para postulación "Contando el Cuento"
- Taller Liderazgo
- Asesoría en desarrollo de producto
- Marketing Digital
- Cartografía artesanal
- Taller de Autoreconocimiento e identidad
- Taller de referentes
- Segmentación de mercados y motivaciones de compra
- Teoría del color
- Taller de tendencias
- Mi historia de vida en video
- Taller de Organización y Cuerpos Colectivos
- Taller de Línea-colección
- Asesorías en desarrollo de producto
- Taller de Costeo
- Asesorías presenciales en Costeo y Fijación de Precios

39. Arenal (Bolívar) – Recursos ejecutados (\$22.897.920)

Beneficiarios atendidos: 1

- Taller de Fortalecimiento de Competencia Autodiagnóstico
- Diagnóstico en diseño



- Asesorías Puntuales en diseño
- Taller de Educación Financiera " Planeación de la Vida Financiera"
- Taller de Ingresos, Gastos y Presupuesto
- Taller Educación Financiera
- El Ahorro y el Crédito
- Taller Educación Financiera:
- La Inversión y el crédito de la Unidad Productiva

Apoyo y Fomento a la Actividad Artesanal de las Comunidades o Grupos Étnicos, como Expresión de sus Economías Propias a Nivel Nacional

1. El Retorno (Guaviare)

Beneficiarios atendidos: 29

- Evaluación de producto
- Levantamiento de información (línea base y fotos de producto)
- Seguimiento a las solicitudes de focalización.
- Taller social de Acuerdos y compromisos con el grupo artesanal
- Diagnóstico de comunicaciones
- Seguimiento de actas de compromisos de participación en el proyecto
- Autodiagnóstico del emprendimiento desde el componente comercial
- Autodiagnóstico del emprendimiento
- Introducción al componente de diseño
- Taller Imagen Comercial
- Diagnóstico del oficio artesanal Parte 1
- Asesoría autodiagnóstico social
- Socialización propuestas Logotipos
- Acompañamiento para convocatorias MinCultura
- Acompañamiento para convocatorias MinCultura
- Finalización de Autodiagnóstico e introducción a la historia e identidad en el producto
- Historia e identidad en el producto parte 1 -Diseño
- "Planeación estratégica y concepto de marca Entrega acta de logo"



- Seguimiento, historia e identidad en el producto parte 2
- Autodiagnóstico del emprendimiento
- Introducción al componente de diseño
- Taller Imagen Comercial
- Diagnóstico del oficio artesanal Parte 1
- Asesoría autodiagnóstico social
- Socialización propuestas Logotipos
- Acompañamiento para convocatorias MinCultura
- Acompañamiento para convocatorias MinCultura/Segunda Parte
- Finalización de Autodiagnóstico e introducción a la historia e identidad en el producto
- Historia e identidad en el producto parte 1 refuerzo
- Seguimiento, historia e identidad en el producto parte 2
- "Planeación estratégica y concepto de marca Entrega acta de logo"
- Autodiagnóstico del emprendimiento
- Introducción al componente de diseño
- Taller Imagen Comercial
- Diagnóstico del oficio artesanal Parte 1
- Asesoría autodiagnóstico social
- Socialización propuestas Logotipos
- Acompañamiento para convocatorias MinCultura
- Acompañamiento para convocatorias MinCultura/Segunda Parte
- Finalización de Autodiagnóstico e introducción a la historia e identidad en el producto
- Historia e identidad en el producto parte 1 refuerzo
- Seguimiento, historia e identidad en el producto parte 2
- "Planeación estratégica y concepto de marca Entrega acta de logo"
- Cronograma artesanal
- Comunicación asertiva pt. 1
- Gestión ante la DIAN para la actualización del RUT
- "Imagen Comercial, Retroalimentación y socialización"



2. Valle del Guamez (Putumayo)

Beneficiarios atendidos: 10

- Apertura y concertación del programa
- Decálogo de compromisos
- Gestión de documentos para rubros de Transmisión de saberes

3. Buenaventura (Valle del Cauca)

Beneficiarios atendidos: 19

- Autodiagnóstico componente de diseño
- Acompañamiento para convocatorias MinCultura
- Asesoría para grabación de video reconocimientos MinCultura
- Participación en eventos
- Costos y precios
- Asesoría grabación de video básico convocatoria estímulos
- Diagnóstico de comunicaciones
- Taller Imagen Comercial
- Postulación a convocatoria MinCultura
- Historia e identidad en el producto
- Autodiagnóstico social
- Cronograma artesanal
- Manejo de emociones
- Discurso de ventas - Preparación fase 1 Copa contando el cuento
- "Planeación estratégica y concepto de marca
- Socialización propuestas imagen comercial"
- Historia e identidad en el producto
- "Planeación estratégica y concepto de marca- Socialización logotipo final y acta / Comunicación asertiva parte 1 asesoría conjunta social."
- Referentes culturales
- Comunicación asertiva, primera parte
- Historia e identidad en el producto
- Línea de producto
- Exploración de referentes



- Apertura con el grupo y presentación general del programa
- Acuerdos y compromisos con el grupo artesanal
- Autodiagnóstico del emprendimiento
- Acuerdos del alcance del componente
- Presentación del componente
- Levantamiento requerimientos técnicos
- Autodiagnóstico componente de diseño
- Acompañamiento para convocatorias MinCultura
- Asesoría para grabación de video reconocimientos MinCultura
- Participación en eventos
- Costos y precios
- Asesoría grabación de video básico convocatoria estímulos
- Diagnóstico de comunicaciones
- Taller Imagen Comercial
- Postulación a convocatoria MinCultura
- Historia e identidad en el producto
- Autodiagnóstico social
- cronograma artesanal
- Manejo de emociones
- Discurso de ventas - Preparación fase 1 Copa contando el cuento
- "Planeación estratégica y concepto de marca Socialización propuestas imagen comercial"
- Historia e identidad en el producto
- "Planeación estratégica y concepto de marca- Socialización logotipo final y acta /Comunicación asertiva parte 1 asesoría conjunta social."
- Referentes culturales
- Comunicación asertiva, primera parte
- Historia e identidad en el producto
- Línea de producto
- Exploración de referentes
- Autodiagnóstico comercial // Diagnóstico diferencial
- "Planeación estratégica y concepto de marca



- Introducción aplicación de marca"
- Modelo Canvas
- Estrategia de Comunicación
- Transmisión de saberes
- Mapa de comunicación, segunda parte
- Metas y objetivos comunes
- Creación de roles en el grupo artesanal
- Experimentación y desarrollo de muestras
- Apertura con el grupo y presentación general del programa
- Acuerdos y compromisos con el grupo artesanal
- Autodiagnóstico del emprendimiento
- Acuerdos del alcance del componente
- Presentación del componente
- Levantamiento requerimientos técnicos
- Autodiagnóstico componente de diseño
- Acompañamiento para convocatorias MinCultura
- Asesoría para grabación de video reconocimientos MinCultura
- Participación en eventos
- Costos y precios
- Asesoría grabación de video básico convocatoria estímulos
- Diagnóstico de comunicaciones
- Taller Imagen Comercial
- Postulación a convocatoria MinCultura
- Historia e identidad en el producto
- Autodiagnóstico social
- Cronograma artesanal
- Manejo de emociones
- Discurso de ventas - Preparación fase 1 Copa contando el cuento
- "Planeación estratégica y concepto de marca Socialización propuestas imagen comercial"
- Historia e identidad en el producto
- "Planeación estratégica y concepto de marca- Socialización logotipo final



y acta /Comunicación asertiva parte 1 asesoría conjunta social."

- Referentes culturales
- Comunicación asertiva, primera parte
- Historia e identidad en el producto
- Línea de producto
- Exploración de referentes
- Autodiagnóstico comercial // Diagnóstico diferencial
- "Planeación estratégica y concepto de marca
- Introducción aplicación de marca"
- Modelo Canvas
- Estrategia de Comunicación
- Transmisión de saberes
- Mapa de comunicación, segunda parte
- Metas y objetivos comunes
- Creación de roles en el grupo artesanal
- Experimentación y desarrollo de muestras
- "Fotografía y Video, Solicitud fotografías catálogo de productos"
- Seguimiento a talleres de transmisión de saberes
- Validación de propuestas de Diseño de producto

4. **San Onofre (Sucre)**

Beneficiarios atendidos: 7

- Apertura con el grupo, presentación del programa y autorización de uso de fotos y material audiovisual
- Acuerdos y compromisos con el grupo artesanal
- Participación en eventos
- Participación en charlas de Macro tendencias y Construcción de Concepto y Charla- Fotografía de Productos.
- Introducción al componente de diseño
- Autoevaluación del componente de diseño e historia en el producto parte 1
- Envío material del taller fotográfico y seguimiento



- Participación en eventos de Acompañamiento del plan de producción Expoartesano
- Construcción-plan de producción Expoartesano; seguimiento, historia e identidad en el producto parte 2
- Acuerdos y socialización planeación
- Seguimiento Plan de producción Expoartesano y concepto líneas 2021
- Apertura con el grupo, presentación del programa y autorización de uso de fotos y material audiovisual
- Acuerdos y compromisos con el grupo artesanal
- Participación en eventos
- Participación en charlas de Macro tendencias y Construcción de Concepto y Charla- Fotografía de Productos.
- Introducción al componente de diseño
- Autoevaluación del componente de diseño e historia en el producto parte 1
- Envío material del taller fotográfico y seguimiento
- Participación en eventos de Acompañamiento del plan de producción Expoartesano
- Construcción-plan de producción Expoartesano; seguimiento, historia e identidad en el producto parte 2
- Acuerdos y socialización planeación
- Seguimiento Plan de producción Expoartesano y concepto líneas 2021"
- Costos y precios
- Línea de producto
- "Marketing digital (redes sociales y comercio electrónico WhatsApp Buisness"
- Apertura con el grupo, presentación del programa y autorización de uso de fotos y material audiovisual
- Acuerdos y compromisos con el grupo artesanal
- Participación en eventos
- Participación en charlas de Macrotendencias y Construcción de Concepto y Charla- Fotografía de Productos.



- Introducción al componente de diseño
- Autoevaluación del componente de diseño e historia en el producto parte 1
- Envío material del taller fotográfico y seguimiento
- Participación en eventos de Acompañamiento del plan de producción Expoartesano
- Construcción-plan de producción Expoartesano; seguimiento, historia e identidad en el producto parte 2
- Acuerdos y socialización planeación
- Seguimiento Plan de producción Expoartesano y concepto líneas 2021"
- Costos y precios
- Línea de producto
- "Marketing digital (redes sociales y comercio electrónico WhatsApp Buisness"
- Levantamiento de testimonio y actualización de narrativa para catálogo
- Presentación video componente social
- Asesoría de autodiagnóstico social
- Organización de Transmisión de saberes pt. 1
- Comunicación asertiva pt. 1
- Apertura WhatsApp Buisness y correo electrónico

2. TEMAS DE INTERÉS AL CIUDADANO

2.1. CLASIFICACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS

Durante la vigencia 2021 se han detectado dos PQRSD que no fueron resueltas en los tiempos de ley estas corresponden a la PQRSD 1489 y PQRSD 1666 Durante los meses de enero a septiembre de 2021 se han gestionado y tramitado por medio del sistema SADE, un total de 471 PQRSD, clasificadas así:



ENERO	
PQRSD - PETICION	30
PQRSD - QUEJA	0
PQRSD - RECLAMO	2
PQRSD - SUGERENCIA	0
PQRSD - DENUNCIA	0
PQRSD - PETICION DE DOCUMENTOS / INFORMACION	14
PQRSD - PETICION ENTIDADES PUBLICAS	8
PQRSD - CONGRESO	0
PQRSD - CAMARAS LEGISLATIVAS / DOCUMENTOS	0
PQRSD - CONSULTA	0
TOTAL	54

FEBRERO	
PQRSD - PETICION	28
PQRSD - QUEJA	2
PQRSD - RECLAMO	1
PQRSD - SUGERENCIA	0
PQRSD - DENUNCIA	0
PQRSD - PETICION DE DOCUMENTOS / INFORMACION	15
PQRSD - PETICION ENTIDADES PUBLICAS	15
PQRSD - CONGRESO	2
PQRSD - CAMARAS LEGISLATIVAS / DOCUMENTOS	0
PQRSD - CONSULTA	0
TOTAL	63

MARZO	
PQRSD - PETICION	20
PQRSD - QUEJA	2
PQRSD - RECLAMO	1
PQRSD - SUGERENCIA	0
PQRSD - DENUNCIA	0
PQRSD - PETICION DE DOCUMENTOS / INFORMACION	8
PQRSD - PETICION ENTIDADES PUBLICAS	9
PQRSD - CONGRESO	0
PQRSD - CAMARAS LEGISLATIVAS / DOCUMENTOS	0
PQRSD - CONSULTA	0
TOTAL	40

ABRIL	
PQRSD - PETICION	20
PQRSD - QUEJA	4
PQRSD - RECLAMO	1
PQRSD - SUGERENCIA	0
PQRSD - DENUNCIA	0
PQRSD - PETICION DE DOCUMENTOS / INFORMACION	12
PQRSD - PETICION ENTIDADES PUBLICAS	16
PQRSD - CONGRESO	0
PQRSD - CAMARAS LEGISLATIVAS / DOCUMENTOS	0
PQRSD - CONSULTA	0
TOTAL	53



MAYO		JUNIO	
PQRSD - PETICION	28	PQRSD - PETICION	13
PQRSD - QUEJA	2	PQRSD - QUEJA	2
PQRSD - RECLAMO	2	PQRSD - RECLAMO	0
PQRSD - SUGERENCIA	0	PQRSD - SUGERENCIA	0
PQRSD - DENUNCIA	1	PQRSD - DENUNCIA	0
PQRSD - PETICION DE DOCUMENTOS / INFORMACION	9	PQRSD - PETICION DE DOCUMENTOS / INFORMACION	14
PQRSD - PETICION ENTIDADES PUBLICAS	16	PQRSD - PETICION ENTIDADES PUBLICAS	13
PQRSD - CONGRESO	0	PQRSD - CONGRESO	0
PQRSD - CAMARAS LEGISLATIVAS / DOCUMENTOS	0	PQRSD - CAMARAS LEGISLATIVAS / DOCUMENTOS	0
PQRSD - CONSULTA	0	PQRSD - CONSULTA	0
TOTAL	58	TOTAL	42

JULIO		AGOSTO	
PQRSD - PETICION	16	PQRSD - PETICION	12
PQRSD - QUEJA	2	PQRSD - QUEJA	3
PQRSD - RECLAMO	0	PQRSD - RECLAMO	0
PQRSD - SUGERENCIA	0	PQRSD - SUGERENCIA	0
PQRSD - DENUNCIA	0	PQRSD - DENUNCIA	0
PQRSD - PETICION DE DOCUMENTOS / INFORMACION	18	PQRSD - PETICION DE DOCUMENTOS / INFORMACION	16
PQRSD - PETICION ENTIDADES PUBLICAS	23	PQRSD - PETICION ENTIDADES PUBLICAS	18
PQRSD - CONGRESO	0	PQRSD - CONGRESO	0
PQRSD - CAMARAS LEGISLATIVAS / DOCUMENTOS	0	PQRSD - CAMARAS LEGISLATIVAS / DOCUMENTOS	0
PQRSD - CONSULTA	0	PQRSD - CONSULTA	0
TOTAL	59	TOTAL	49



SEPTIEMBRE	
PQRSD - PETICION	14
PQRSD - QUEJA	1
PQRSD - RECLAMO	0
PQRSD - SUGERENCIA	1
PQRSD - DENUNCIA	0
PQRSD - PETICION DE DOCUMENTOS / INFORMACION	31
PQRSD - PETICION ENTIDADES PUBLICAS	6
PQRSD - CONGRESO	0
PQRSD - CAMARAS LEGISLATIVAS / DOCUMENTOS	0
PQRSD - CONSULTA	0
TOTAL	53

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. Las PQRSD se recibieron en los diferentes canales de recepción así:

CORREO ELECTRONICO: 416

PAGINA WEB: 39

PERSONAL: 14

REDES SOCIALES: 0

TELEFONICO: 2

ANONIMO: 0

CONFIDENCIAL: 0

Así mismo se analizó la asignación de las PQRSD al interior de la entidad, con el siguiente resultado:

Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento 158 tramites

Subgerencia de Promoción y Generación 78 tramites

Subgerencia Administrativa y Financiera 199 tramites



Oficina Asesora de Planeación e información 23 tramites

Oficina Asesora de Control Interno 2 tramites

Gerencia General 11 tramite

La totalidad de PQRSD recibidas en los diferentes canales de recepción, fueron radicadas en el Sistema de Gestión Documental SGD-SADE.

INDIUCADOR DE CUMPLIMIENTO:

No. PQRSD resueltas oportunamente/ No. PQRSD radicadas = 443/445 =99.55%.

El indicador es acumulado de los meses enero a septiembre, se debe tener en cuenta que en el mes de septiembre se radicaron 53 PQRSD de las cuales, a la fecha del presente informe, se han tramitado oportunamente y se encuentran en estado CERRADO 27 PQRSD, y están PENDIENTES por tramitar 26. Teniendo en cuenta lo anterior para el indicador se tienen en cuenta 445 PQRSD que se encuentran en estado CERRADO del mes de enero a la presente fecha. En el mes de septiembre se encuentra vigente el decreto 491 del 28 de marzo de 2020 en el que se declara la Emergencia Sanitaria por el Covid-19, en su artículo 5 amplía los términos para atender las peticiones

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

Mecanismos de participación y descentralización que, además de abarcar los departamentos a los cuales la entidad llega; tienen el objetivo de ofrecer un balance de la gestión realizada, conocer las necesidades del sector, delinear planes para las siguientes vigencias, así como concretar alianzas y recursos de cofinanciación de proyectos.

La Secretaría Técnica es liderada por los enlaces regionales. En los encuentros se identifican los actores claves para transferir el conocimiento y se forman 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 2021, se realizarán 10 Encuentros a partir del mes de noviembre previamente informados en un [cronograma](#), con el fin de informar sobre los principales resultados de la gestión de la entidad, a nivel nacional y más específicamente en cada región, incluyendo la especificidad de acciones en el marco del proceso de estabilización de la paz.

A través de los Encuentros Regionales que serán virtuales y presenciales, Artesanías de Colombia continúa su tarea de fortalecer el sector artesanal a partir de la socialización y la participación. Por ello, la invitación permanente por parte de la entidad, es a hacer parte de estos escenarios vinculándose a la construcción colectiva de los proyectos y conociendo la tarea de nuestra empresa en el país.

Portal web y estrategia digital

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 de 2014 y Resolución 1519 de 2020., así como 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.

Con el fin de contar con la participación de la ciudadanía en la formulación de planes institucionales, durante el 2021 se publicó el Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano 2021 y se habilitó un espacio de foro virtual que permitiera conocer la retroalimentación de los mismos. <https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Foro/Foro.jsf?idForo=543>

A tercer trimestre de 2021, se han publicado dos (2) reportes de la gestión de la empresa, basados en el tablero de indicadores y ocho noticias referentes a la gestión en el portal web de Artesanías de Colombia: <https://bit.ly/3imC1ei> y <https://bit.ly/3z1wm2C>.

En redes sociales, se han publicado 319 mensajes sobre la gestión de la empresa así: Twitter: 298 publicaciones, Instagram post: 3, Instagram stories: 9, Facebook post: 4 y Facebook stories: 5. Adicionalmente, se han enviado 13 campañas relativas a la gestión de la empresa. Adicionalmente, a la publicación de la información relacionada con los avances de la implementación de los acuerdos de Paz en los Municipios PDET.

Adicionalmente, se ha participado en los eventos de capacitación de la función pública sobre los temas de Participación y su nuevo enfoque dentro de la gestión pública, y se han enviado dos campañas de correo electrónico a funcionarios de la empresa, sobre el tema de participación: <https://mailchi.mp/artesaniasdecolombia.com.co/sabes-que-es-la-participacion-ciudadana> y <https://mailchi.mp/artesaniasdecolombia.com.co/con-estos-espacios-de-participacion-construimos-nuestro-futuro>.

Cómo Vamos

Este es un espacio de participación anual, liderado por la Gerencia General y el proceso de Comunicación Estratégica, orientado a establecer un diálogo con el grupo de funcionarios y colaboradores de la empresa.

En esta sesión se presentan los resultados de la empresa durante el año, de manera más detallada a todo el grupo, así como el aporte de cada proceso al cumplimiento de las



metas institucionales durante la vigencia y se abre un espacio para dialogar y realizar preguntas u observaciones, que permitan un proceso de retroalimentación para apoyar la definición de los objetivos y metas para la siguiente vigencia.

El evento “Cómo vamos” de 2021 está proyectado para realizarse el 30 de noviembre, en línea.