

“PROGRAMA DE APOYO Y FOMENTO A LA ACTIVIDAD ARTESANAL DE LAS COMUNIDADES O GRUPOS ÉTNICOS, COMO EXPRESIÓN DE SUS ECONOMÍAS PROPIAS A NIVEL NACIONAL”

Diciembre 30 de 2021



Ilustración 1- Participación Grupo artesanal Estrella Einalli en evento comercial Expoartesano

ACCIONES REALIZADAS EN EL MARCO DEL PROGRAMA	2021
BENEFICIARIOS	452
TALLERES DE ASISTENCIA TÉCNICA	650
CHARLAS Y/O CONVERSATORIOS	16
MATERIAL PEDAGÓGICO DESARROLLADO (Videos, podcast, Infografías, Cartillas digitales, Catálogos, paquetes de desarrollo de productos entre otros)	21
EVENTOS PARA LA PROMOCIÓN DE ACTIVIDAD ARTESANAL DESARROLLADOS	3
LÍNEAS DE PRODUCTO DISEÑAS Y/O MEJORADAS	53
INGRESOS DE LOS ARTESANOS GENERADOS POR LA PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN \$51.526.000 corresponden a Negocios Facilitados-	\$268.857.008

Desde el programa de la línea étnica se establecieron estrategias y acciones enmarcadas en un plan de trabajo y una proyección metodológica que permitieron acompañar y fortalecer a los grupos

beneficiarios de manera virtual garantizando la atención de los grupos en medio de la situación generada por la contingencia sanitaria del Coronavirus.

Dichas estrategias beneficiaron un total acumulado 452 beneficiarios, de los cuales 429 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 23 en Caquetá, Cauca y Nariño, departamentos que no se encontraban priorizados en el presente año, pero se desarrollaron actividades puntuales con grupos que venían de vigencias pasadas y requerían un acompañamiento para participaciones comerciales y otras estrategias de seguimiento.

De los 452 beneficiarios acumulados, 280 artesanos recibieron 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 y se desarrollaron actividades puntuales con 172 artesanos de 33 grupos, que recibieron acciones iniciales de caracterización, participaron en charlas y/o conversatorios y recibieron fortalecimiento comercial para participación en ferias.

RESULTADO FINAL DE ACTIVIDADES POR COMPONENTE

A continuación, se presentarán los resultados finales desde cada componente:

COMPONENTE SOCIO ORGANIZATIVO:

Los retos y resultados desde el componente socio-organizativo fueron: 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.

Al cierre de la vigencia 2021 se pudieron implementar las siguientes acciones desde el componente socio organizativo:

ASESORÍAS DEL COMPONENTE	CHARLAS GENERALES
218	2

Con la implementación mencionada, los logros generales que se alcanzaron fueron los siguientes:

- Realización de autodiagnóstico y diagnóstico de los grupos artesanales.
- Organización de actividades y gestiones del grupo artesanal.
- Consolidación de liderazgos en cada grupo artesanal.
- Creación de comité de comunicación.
- Creación de comités de trabajo y roles en los grupos artesanales.
- Creación de estructuras organizativas en los grupos.
- Fortalecimiento del trabajo autónomo.

- Rendición de cuentas y retroalimentación de representación artesanal.
- Reconocimiento en las identidades culturales de cada grupo.
- Creación de procesos de transmisión de saberes.
- Encadenamientos organizativos.
- Postulación de los grupos a la convocatoria de MinCultura.
- Diálogos sobre Tejido Social.
- Encuentro de Saberes en Expoartesanías.

COMPONENTE DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN:

Para la vigencia 2021, desde el componente de diseño y producción se establecieron acciones y planes de trabajo que permitieron 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.

Al cierre de la vigencia 2021 se pudieron implementar las siguientes acciones desde el componente de diseño y producción:

ASESORÍAS DEL COMPONENTE	CHARLAS GENERALES
204	8

Adicionalmente, y luego de realizar el proceso de corrección y ajustes de las propuestas de líneas de producto se tiene como resultado final siguiente:

Líneas de producto diseñadas	Productos diseñados	Grupos beneficiarios con diseño de producto
53	255	12

Fortalecimiento productivo: Herramientas, insumos y materias primas

Las acciones de fortalecimiento productivo se proyectan tanto a mediano como a largo plazo, esto con el fin de poder complementar las asesorías y el trabajo de seguimiento que se realiza desde el

componente de diseño, estas acciones a mediano y largo plazo se ven reflejadas en implementación de elementos de fortalecimiento técnico como herramientas, insumos y materias primas que permitan mejorar la productividad de los grupos.

Proyectos especiales

- Nodos Regionales
- Articulación Etnias – Arte Vivo

COMPONENTE COMERCIAL:

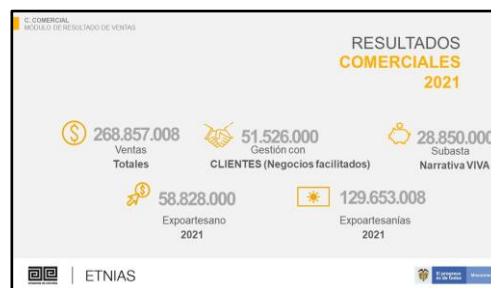
Al corte del presente informe, desde el componente comercial se pudieron implementar las siguientes acciones:

ASESORÍAS DEL COMPONENTE	CHARLAS GENERALES
137	4

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.

Durante la presente vigencia, el componente comercial emprendió una serie de estrategias cuyo fin fue 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.

Como resultado de las alianzas, negocios y oportunidades comerciales identificadas, a continuación, se presenta un breve resumen de los resultados en ventas obtenidos por el programa durante la vigencia 2021.



Se realizaron 3 eventos comerciales:

- Expoartesano 2021
- Expoartesanías 2021
- Evento Subasta-Narrativa Viva

Por lo anterior, es necesario resaltar que el programa generó ventas totales por **\$268.857.008**, los cuales se lograron a través de la participación de los grupos beneficiarios en estos 3 eventos comerciales y los negocios facilitados durante el año.

COMPONENTE DE COMUNICACIONES:

Al cierre de la vigencia 2021 se pudieron implementar las siguientes acciones desde el componente de comunicaciones:

ASESORÍAS DEL COMPONENTE	CHARLAS GENERALES
31	4

Resultado final de Catálogos:

Se desarrollaron inicialmente los catálogos necesarios para la postulación a Expoartesanías de algunos grupos beneficiarios del Programa, incluidos: Curarte, Villa María, Yaré Okaina, Kaí Saa, Mites, Blas Blanco, y Estrella Einalli. Posteriormente, se continuó con la construcción de los catálogos de los grupos nuevos, con quienes se hizo un acompañamiento virtual para el levantamiento de fotografías de las piezas de las nuevas líneas de producción que se expondrán en el catálogo: Coartes del

Pacífico, Asomupart, Ida, Kiparawera, Cobrillo, La Asunción y Taik'a.

Imagen de Marca

Una de las novedades con relación a la imagen de marca de los grupos fue la construcción de un taller en el que se les sensibilizó la importancia de esta en su marca artesanal, la relevancia, impacto y oportunidades al tener una imagen que efectivamente hable y refleje la esencia del grupo y de lo que quieren compartir; además el taller involucró la construcción de su marca desde el levantamiento de referentes y selección de la paleta de colores inspirada en su contexto y cultura.