

artesanías de colombia

INFORME DE GESTIÓN
2021

MARZO 2022



TABLA DE CONTENIDO

INFORME DE GESTIÓN 2021	4
1. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA ENTIDAD	6
1.1.Alineación Plan Nacional de Desarrollo “Pacto por Colombia, Pacto por la equidad”	6
1.2.Alineación Plan Estratégico Sectorial	9
1.3.Planeación estratégica – Indicadores de impacto institucional.....	16
2. GESTIÓN POR PERSPECTIVA ESTRATÉGICA 2021	33
2.1. CLIENTE Y BENEFICIARIO.....	33
2.1.1. Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías.....	33
2.1.2. Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional.	35
2.1.3. Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales	108
2.1.4. Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal	134
2.2. PROCESOS INTERNOS.....	145
2.2.1. Actualizar y alinear las prácticas del buen gobierno corporativo al modelo de gestión de la entidad.....	146
2.2.2. Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés	152
2.3. APRENDIZAJE Y DESARROLLO	155
2.3.1. Gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad.	155
2.4. SOSTENIBILIDAD FINANCIERA	159



2.4.1. Apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas.....	159
2.4.2. Administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación.....	168
2.4.3. Identificar nuevas alternativas de generación de ingresos.....	170
2.5. COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE	171
2.5.1. Contribuir a la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas.....	171
3. ACCIONES EN EL MARCO DEL ACUERDO FINAL DE PAZ	177
4. RETOS ARTESANIAS DE COLOMBIA 2019 - 2022	179



INFORME DE GESTIÓN 2021 ARTESANIAS DE COLOMBIA

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.



Los grupos de valor han jugado un papel muy importante en todo el ciclo de la gestión pública, en la entidad. Los objetivos, estrategias, iniciativas y metas definidas, han sido puestas a su consideración tanto de los grupos de valor, lo que ha permitido identificar sus necesidades, expectativas y requerimientos puntuales que demandan de la entidad y por supuesto se ha contado con su participación en la evaluación del avance y cumplimiento, orientado a incluir nuevas iniciativas como parte de la reactivación.

En este contexto, para la entidad 2021, fue 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, muestra de ello la certificación que recibió la entidad como Mejor Lugar para trabajar-GPTW.

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 continuó en 2021 a través de la atención remota que se ha estado brindando.



Es así que este informe presenta los resultados de la gestión de la entidad, durante la vigencia 2021, con base en los objetivos estratégicos y las iniciativas que fueron definidas para el cuatrienio 2019-2022, así como aquellas que fueron implementadas para dar frente a la contingencia.

1. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA ENTIDAD

Para dar inicio a este informe de gestión, es importante recordar la alineación de las metas institucionales con el Plan Nacional de Desarrollo y el Plan Sectorial, así como las metas estratégicas institucionales con las cuales se espera obtener un mayor impacto.

1.1. Alineación Plan Nacional de Desarrollo “Pacto por Colombia, Pacto por la equidad”

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.

La entidad, 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.

En el desarrollo del documento se evidenciarán los avances en cada compromiso, sin embargo, a continuación, un breve resumen de cada uno:

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.

En el 2021 se desarrollaron actividades en los laboratorios de innovación y diseño de los 32 departamentos y la ciudad de Bogotá, los cuales ofrecieron programas, metodologías y actividades específicas de acuerdo tipo de población, a la vocación artesanal de cada región y a la identificación de necesidades establecidas como resultado de la convocatoria nacional 2021 que buscó la inscripción de grupos, comunidades y asociaciones artesanales, a los Laboratorios; convocatoria que se lanzó en el mes de enero.

Al mes de diciembre de 2021 se atendieron 8.489 beneficiarios en 28 Departamentos y en la ciudad de Bogotá. De los cuales 5.635 fueron nuevos artesanos.

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 consolidaron 12 (doce) alianzas regionales y se firmaron 6 convenios, logrando así un monto por \$1.331,19 MM, tema que se desarrollará más adelante en este documento.

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 realizó gestión



durante el año: Arte, Arquitectura, Diseño, Moda y Joyería. En el desarrollo de este documento se describirán los avances en estas tres articulaciones.

Así mismo se ha logrado generar alianzas, con otras industrias creativas, encaminadas a visibilizar el sector artesanal de la entidad, en 2020 entre las alianzas concretadas se encuentra la Universidad de los Andes, Mario Hernández y la participación en Álbum JET.

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 asistió, acompañado y aportado en las reuniones convocadas por el Ministerio de Cultura (Mesa de inspiración-Economía Naranja) y Comercio, Industria y Turismo-DNP (CONPES 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, sin embargo, al cierre de 2019 se logró atender 1.187 mujeres, en el marco de este programa. Razón por la cual la meta de gobierno fue ajustada a partir de 2020, teniendo en cuenta la dinámica del programa y el porcentaje de mujeres que hacen parte del sector artesanal.

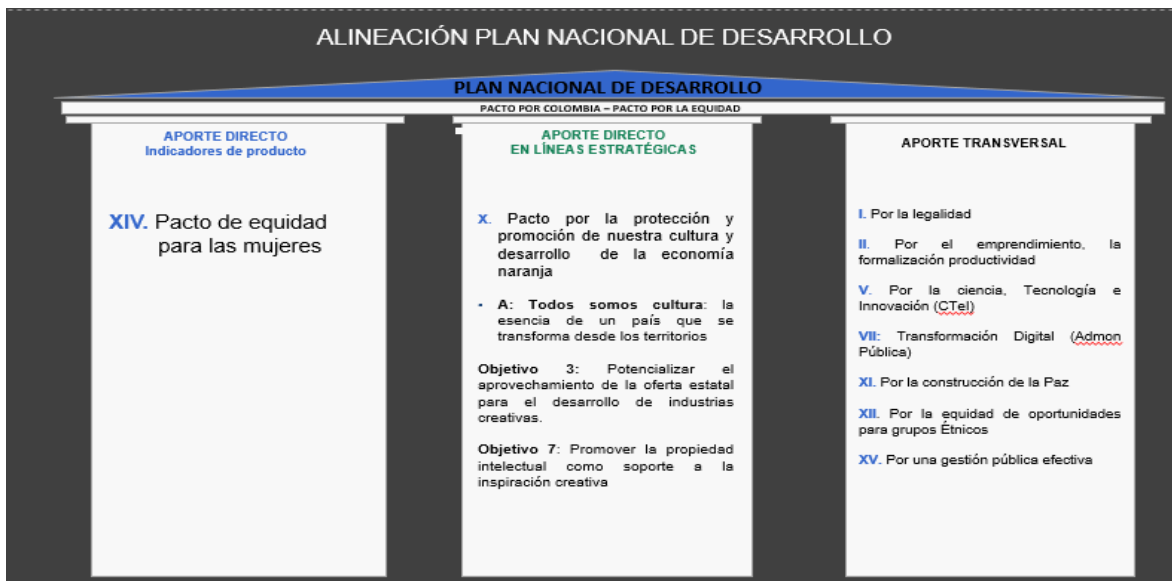
Al cierre de la vigencia, teniendo en cuenta las dinámicas de adaptación para atención en pandemia COVID 19 desde el programa se realizó un contacto, seguimiento y atención de las comunidades y personas artesanas por vía telefónica, medios virtuales a través de la implementación de la metodología de asistencia técnica a distancia APV. Así mismo también se logró la asistencia directa en zona de algunos colectivos de personas artesanas. Se



adelantaron acciones con 786 mujeres, 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. 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, así como los avances de cada uno de los objetivos enumerados.

A continuación, se puede evidenciar los componentes del PND en que la entidad aporta.



1.2. Alineación Plan Estratégico 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:

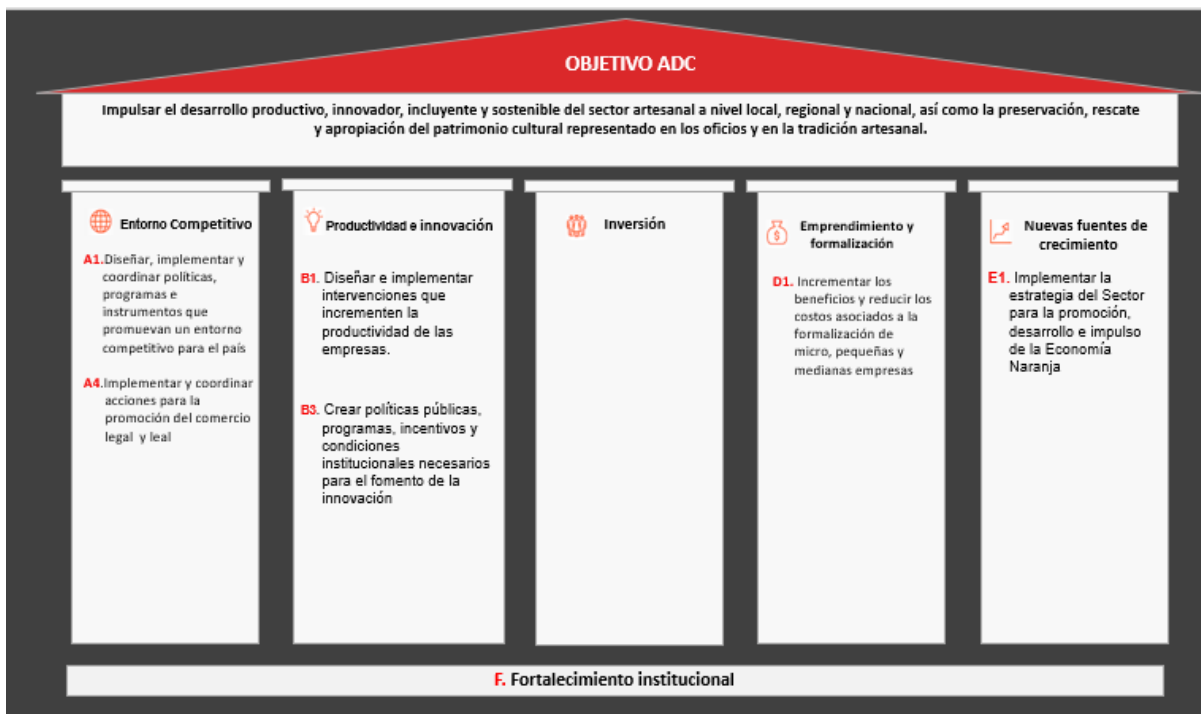
1. Entorno Competitivo: crear condiciones habilitantes para lograr el crecimiento empresarial
2. Productividad e Innovación: aumentar la productividad de las empresas y generar crecimiento económico y desarrollo
3. Inversión: atraer inversión de alto impacto para el país



- 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, los indicadores a cargo de Artesanías de Colombia, en las estrategias mencionadas, cuyos avances podrán ser consultados a lo largo del presente documento.

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

Resultado 2021: 10 acuerdos (1 gran acuerdo con 10 entidades del Sector Ambiente (Corporaciones Autónomas) participantes.

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

Resultado 2021: 1 acción



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

Indicador de la entidad: Unidades productivas fortalecidas técnica y productivamente

Meta 2021: 200 unidades fortalecidas

Resultado 2021: 240 unidades fortalecidas

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

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

Meta 2021: 66 Espacios de comercialización

Resultado 2021: 112 Espacios de comercialización

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

Indicador de la entidad: Monto de ingresos de los artesanos

Meta 2021: \$7.292 millones

Resultado 2021: \$23.568 millones

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

Resultado 2021: 1.320 artesanos

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 y Diseño fortalecidos a nivel nacional

Meta 2021: 33 laboratorios de innovación y diseño fortalecidos



Resultado 2021: 33 laboratorios de innovación y diseño fortalecidos

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 tramitados

Resultado 2021: 143 signos distintivos tramitados

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

Resultado 2021: 418 talleres

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

Indicador de la entidad: Mujeres atendidas en el programa de Atención a Población a Población Vulnerable (APV) de Artesanías de Colombia

Meta 2021: 720 mujeres atendidas en el programa

Resultado 2021: 786 mujeres atendidas en el programa

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: \$ 1.962 Millones

Resultado 2021: \$ 2.530 Millones

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

Resultado 2021: 797 Productos innovadores

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

Resultado 2021: 5 iniciativas

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 de capacitación

Resultado 2021: 45 jornadas de capacitación

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

Resultado 2021: 56 eventos

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

Resultado 2001: 9 puntos

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

Meta 2021: 82,6 puntos

Resultado 2021: 87,3 puntos

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

Meta 2021: 91,5% obligado

Resultado 2021: 98,28% obligado

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

Meta 2021: 100% de cumplimiento

Resultado 2021: 94% de cumplimiento

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

Resultado 2021: 94,7% de cumplimiento

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

Meta 2021: 25% de avance

Resultado 2021: 23,75% de avance

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

Meta 2021: 98% de cumplimiento

Resultado 2021: 99,64% de cumplimiento

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

Resultado 2020: 66,2% de avance del Programa

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

Meta 2021: 50% de los funcionarios

Resultado 2021: 51% de los funcionarios

Teniendo en cuenta que los indicadores y metas mencionadas hacen parte la planeación estratégica institucional, en el desarrollo del documento podrán evidenciarse los resultados obtenidos con más detalle.

1.3. Planeación estratégica – Indicadores de impacto institucional

Para dar inicio a esta sección vale la pena recordar que la entidad ha estructurado su planeación bajo la metodología de Norton y Kaplan, así que se estructuró la planeación por perspectivas estratégicas o áreas claves.

En este sentido se formularon once objetivos y sus respectivas iniciativas y tareas. Estos indicadores son los que conforman el tablero de control o cuadro de mando integral que han permitido monitorear el avance de la gestión, como parte del compromiso de la alta dirección por detectar brechas y tomar decisiones oportunamente. A cada objetivo se le ha asignado un indicador, los cuales se reconocen en la entidad como “indicadores de impacto institucional”.

Como parte introductoria de este documento se presentan las metas avances de la planeación en cuanto a estos indicadores, en lo corrido de 2020 y las metas ajustadas para 2021 - 2022



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	Resultado	Meta	
Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías	Barreras de comercialización gestionadas	N/A	N/A	100%	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 y 2021 se emprenderían acciones para la gestión de 12 de ellas. El 100% de estas barreras priorizadas fueron gestionadas durante el año 2021, así:

Nombre Barrera	Descripción barrera	Tipo de barrera	Comunidad/Oficio	Acción/compromiso	Entidades corresponsables	AVANCE Q4
Formalización	<p>Por las dificultades que se requieren por los procedimientos de comercialización (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 (o) 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 medio 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 DIAN para brindar mayor información al sector sobre las características de cada régimen y las implicaciones tributarias.</p> <p>Se identifica igualmente que existen artesanos que aún no se encuentran registrados ante la cámara de comercio de sus regiones. Se debe trabajar igualmente con las Cámaras y otras entidades estatales para seguir fortaleciendo el mensaje de la formalización y legalidad de los comercios sin olvidar que el registro ante Cámaras de Comercio puede implicar costos, responsabilidades financieras y tributarias que en muchos casos los artesanos no pueden asumir, como la obligación de renovación de matrículas, por lo cual consideramos se podría regular una tarifa preferencial para el sector artesanal.</p>	Legalidad	<p>Filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca.</p> <p>Madera: Putumayo y Amazonas</p> <p>Mopa mopa y tarro: Pasto</p> <p>fraca, Sandomá, Aguadas, Suaza</p> <p>Caña flecha : Tuchin</p> <p>Tejeduría : San Jacinto , La Guajira</p>	Se requiere realización de jornadas de capacitación para enfatizar en temas de formalización de artesanos y aprovechamiento de diferentes espacios comerciales del sector, congresos para socializar.	Cámaras de Comercio regionales SENA	Al mes de diciembre de 2021 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. Durante el año se dictaron 2.506 talleres de comercialización y 418 talleres de emprendimiento a aproximadamente 6517 artesanos beneficiados, lo que corresponde a una atención del 47% de beneficiarios en temas de comercialización y un 24% en temas de emprendimiento. Se realizó convocatoria a más de 650 artesanos para capacitarlos en temas de exportación en el marco de EXPOARTESANIAS 2021, adjuntó la pieza enviada vía correo electrónico.
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	<p>Filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca.</p> <p>Madera: Putumayo y Amazonas</p> <p>Mopa mopa y tarro : Pasto</p> <p>fraca, Sandomá, Aguadas, Suaza</p> <p>Caña flecha : Tuchin</p> <p>Tejeduría : San Jacinto , La Guajira</p>	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 fijos.	Artesanías de Colombia	<p>A través del SMART y con el fin de sensibilizar el comprador y dar atención personalizada, a diciembre de 2021, se gestionaron 13.226 mensajes. En el cuarto trimestre del año, se gestionaron 3.157 mensajes a través de 496 mensajes directos a redes sociales, Buzones de contactos, correo y blog. 426 y se internado con 2.235 comentarios en redes. Se han tramitado 719 solicitudes de servicios en línea. En el cuarto trimestre del año se tramitaron 99, así: 18 Galerías artesanales, 68 de Directorio, 2 de Clasificados, 11 de Calendario. Detalle en: www.artesaniadecolombia.com.co. Se actualizaron los contenidos de todos los Laboratorios de Innovación y Diseño, así como de los programas: Materias Primas, Sello de Calidad Hecho a Mano, Énicos, Moda y Joyería. Y se hizo el texto de los programas: Modas a la Maestría Artesanal y Diseño Colombia. En el cuarto trimestre se actualizó además los textos de: Énicos, Moda y Joyería. Se ha corrigido y actualizó el estilo gráfico de las Preguntas Frecuentes y Galerías Artesanales. Se cambió el tamaño del banner principal del portal web y se ha actualizado el mosaico de artesanos agregando un cambio de color en el estado de botón más el enlace a distintos contenidos. Se actualizaron las URL a protocolo seguro: (https) y se estableció, como política de publicación, incluir URL, relativas en las imágenes internas de los contenidos publicados. Se agregaron los íconos de la Web App y sitio web del Programa APV en el footer del portal web, se realizó el ajuste de audio y video embebidos para su correcta visualización en dispositivos móviles y se actualizaron los indicadores telefónicos en el footer. En el cuarto trimestre además, se insertaron notas de audio embebidos desde la plataforma Soundcloud y se insertó el nuevo logo del portal niños y niñas en el footer del portal de la empresa. Detalle en: www.artesaniadecolombia.com.co.</p> <p>A diciembre de 2021, se cumplió con el 100% de la estrategia #Artesano Digital realizando 12 Webinars, un evento de cierre de la estrategia y de la sexta edición de los Premios #Artesano Digital y la entrega de ocho incentivos a los artesanos participantes a lo largo de la misma; además, se implementó el canal GoToStage para compartir los webinar realizados: https://www.gotostage.com/channel/620df8706e4112944c059f956d0f96. Los webinars contaron con 3.053 artesanos inscritos y 1.153 asistentes quienes se conectaron de todos los departamentos del país. En el cuarto trimestre del año se completaron las seis charlas restantes del ciclo: "El Covid aceleró nuestro mundo digital" y el 3 de diciembre se realizó el evento Premios #Artesano Digital, los cuales entregaron seis (6) incentivos de diseño e implementación de una tienda virtual con suscripción por un año en la plataforma Tienda Nube a los artesanos participantes en la estrategia durante 2021, y dos (2) planes "Vender a gran escala" de la plataforma Tienda Nube a los Artesanos Digitales reconocidos en los años anteriores. La transmisión en vivo de este evento se realizó a través del canal de YouTube y tuvo un alcance de 13.300, 65 me gusta, 394 vistas, 42.3 horas de reproducción, 3 suscriptores nuevos en el canal, 167 mensajes de chat en vivo y el 56,5% de las personas ingresaron a través de un enlace de WhatsApp.</p>
Precio /Competitividad	Se requiere revisar los costos de producto final para ser más competitivos.	Entorno competitivo	<p>Filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca.</p> <p>Madera: Putumayo y Amazonas</p> <p>Mopa mopa y tarro : Pasto</p> <p>fraca, Sandomá, Aguadas, Suaza</p> <p>Caña flecha : Tuchin</p> <p>Tejeduría : San Jacinto , La Guajira</p>	Continuar trabajando de la mano con las comunidades para capacitar y estandarizar de la mejor manera sus costos de producción.	Artesanías de Colombia	Al mes de Diciembre de 2021 a través del equipo del componente de comercialización se lograron realizar 42 talleres de capacitación en cálculo de costos y precios, beneficiando a 734 artesanos.



Nombre Barrera	Descripción barrera	Tipo de barrera	Comunidad/Oficio	Acción/compromiso	Entidades Corresponsables	AVANCE Q4
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 presenten. Es importante que el Gobierno siga apoyando estos créditos y microcréditos para el sector artesanal.	Financiero	Filigrana: Mompos, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Oubó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: Putumayo y Amazonas Mopa mopa y tarro : Pasto Iraca: Sandoná , Aguadas , Suaza Caña flecha : Tuchín Tejeduría : San Jacinto , La Guajira	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 Bancolombia Fincapi Ministerio de Agricultura Banco Agrario Ministerio de Cultura	Las actividades con el equipo financiero terminaron en el mes de octubre por la vigencia 2021 y comienzan de nuevo en el mes de marzo de 2022.
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 acercarlo mucho más a la oferta con la demanda. El comercio B2B, B2C no es impulsado lo suficiente dentro del sector artesanal.	Productividad e innovación	Filigrana: Mompos, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Oubó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: Putumayo y Amazonas Mopa mopa y tarro : Pasto Iraca: Sandoná , Aguadas , Suaza Caña flecha : Tuchín Tejeduría : San Jacinto , La Guajira	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 potenciar el comercio nacional e internacional del sector.	Ministerio de las TIC Cámaras de Comercio SENA Empresa Privada	En el 2021, se implementaron las fases I y II proyectadas para el e-commerce de Artesanías de Colombia, una plataforma especializada de comercio electrónico para los artesanos del país. Durante este año se focalizaron los esfuerzos en la promoción de este nuevo canal con diversas estrategias de comunicación digital y freespots, generando atracción a los consumidores digitales del país y el mundo. Se implementaron las secciones proyectadas en la etapa de planeación de la misma, es así como durante el año las secciones: Artesanos (incluyendo funcionalidad de Agendamiento de citas de negocios), Rebajas y Saberes (Agenda de contenidos culturales), Novedades y Directorio de Artesanos, se implementaron con el fin de generar un canal de comercialización digital. Se realizó el informe de capacitación en e-commerce de 120 artesanos beneficiarios de los diferentes proyectos de la Empresa y/o que realizaron el proceso de capacitación en 2021 sobre comercio electrónico, así mismo la aplicación de la 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 sus redes sociales, así mismo se realizaron 70 horas de acompañamiento y/o asesoría a los artesanos participantes en el proceso de capacitación.
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: Mompos, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Oubó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: Putumayo y Amazonas Mopa mopa y tarro : Pasto Iraca: Sandoná , Aguadas , Suaza Caña flecha : Tuchín Tejeduría : San Jacinto , La Guajira	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	Artesanías de Colombia	Para el Q4 se han evidenciado mayores avances en cuanto al interés de las comunidades por participar en la estrategia. Es necesario incluir alguna herramienta de sensibilización donde los artesanos puedan comprender la importancia de este proceso para sus talleres. En este sentido, se implementan diferentes actividades y reflexiones que mejoren la comunicación y los procesos de co-diseño. • Mayor interacción por parte de los artesanos. Esto se da a partir de entender la importancia de los procesos de diseño, en este caso, de branding, como motor de la operación comercial de cada una de las comunidades. • Mayor comunicación entre el grupo de trabajo que permita ver los avances en términos de marcas, catálogos, diseño de producto, etc que genere una mejor articulación entre cada elemento del estándar. • Mayor comunicación entre el grupo de trabajo y los artesanos donde se pongan en diálogo los diferentes componentes del proyecto. • Mayor comunicación entre el grupo de trabajo y los artesanos para no realizar reprocesos en términos de marcas y catálogos.
Financiera	Transacciones Bancarias: falta de bancos en zonas de difícil acceso, costos bancarios, capacitaciones sobre manejo de cuentas bancarias y programas de ahorro	Legalidad	Filigrana: Mompos, Santa Fe de Antioquia, Barbacoas, Oubó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: Putumayo y Amazonas Mopa mopa y tarro : Pasto Iraca: Sandoná , Aguadas , Suaza Caña flecha : Tuchín Tejeduría : San Jacinto , La Guajira	Mejora en la socialización y accesibilidad al sistema bancario en todas las regiones del país.	Ministerio de Hacienda Entidades Bancarias Bancolombia	Las actividades con el equipo financiero terminaron en el mes de octubre por la vigencia 2021 y comienzan de nuevo en el mes de marzo de 2022
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. Caracterización recurso Natural : Ayapel (Córdoba): Trabajo en sajo Guame (Tolima): Cestería en palma real 2. Implementación de buenas prácticas ambientales orientadas al manejo sostenible de materias primas utilizadas en la artesanía Coloso (Sucre) y San Juan de Nepumuceno (Bolívar): Oficio cestería en iraca. 3. Acceso legal de materias primas e implementación de buenas prácticas ambientales 1. -Salvatore (Boyacá): Cestería en Esparto 2. Tbaná (Boyacá): Cestería en paja blanca 3. Guacamayas (Boyacá): cestería en esparto 4. Cali: Lutería en madera y palma plana 5. Poncezuela (Bolívar): Oficio trabajo en toluano 6. Cereza	1. Acompañamiento y seguimiento en la solicitud de permisos de legalidad de materias primas a artesanos y autoridades ambientales. 2. Mesas de trabajo con entes de control del orden departamental (CAR) para identificar e implementar acciones que faciliten y den cumplimiento a los procesos de legalidad aplicables a algunas materias primas priorizadas. 2. Inicativas 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 reposicionamiento.	Ministerio de Ambiente Ministerio de Agricultura Ministerio de Comercio CARs Academia (universidades e institutos de investigación)	Para el Q4 se logró la obtención de acto administrativo de permiso de aprovechamiento de paja blanca (Calamagrostis effusa) en predio público de la Alcaldía de Tibaná a la Asociación de Artesanos de la Paja Blanca y el Figue de Tibaná ASOPAPIT.



Nombre Barrera	Descripción barrera	Tipo de barrera	Comunidad/Oficio	Acción/compromiso	Entidades (corresponsables)	AVANCE Q4
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 regresivos, 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 de los beneficios de las preferencias arancelarias que puede	Exportación	Filigrana: Mompox, Santa Fe de Antioquia, Barbaças, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: Putumayo y Amazonas Mapa mopa y tamo: Pasto Iscas: Sandón, Aguadas, Suazá Caña flecha: Tuchiñ Tejedura: San Jacinto, La Guajira	Se debe trabajar en un plan metodológico integral de acompañamiento integral 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.	MiCIT Cámara de Comercio Ministerio de Minas Ministerio de Ambiente CAR Secretaría de Ambiente Ministerio de Agricultura	Durante 2021 se reporta la gestión y trámite ante la DAN para la expedición de 38 certificados de origen para exportación, que tienen vigencia de dos años, y que favorece y agiliza los procesos de exportación de un número importante de productos.
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, Barbaças, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: Putumayo y Amazonas Mapa mopa y tamo: Pasto Iscas: Sandón, Aguadas, Suazá Caña flecha: Tuchiñ Tejedura: San Jacinto, La Guajira	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	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.
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 hoy 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, Barbaças, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: Putumayo y Amazonas Mapa mopa y tamo: Pasto Iscas: Sandón, Aguadas, Suazá Caña flecha: Tuchiñ Tejedura: San Jacinto, La Guajira	Se debe desarrollar una estrategia de comercialización y generación de ventas permanentes con grandes superficies, plazas de mercado, ferias especializadas y almacenes de cadencia 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.	MiCIT Alcaldías Gobernaciones Cámaras de Comercio	Para el Q4 se logró mantener la negociación con el almacén Palo de Agua en la ciudad de Pereira para tener una vitrina permanente de exposición y comercialización de productos de las regiones del café cafetero y Antioquia y de los proyectos especiales de Etnias y APV, logrando ventas por valor de \$3.024.350.
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, Barbaças, Quibdó, Tumaco, Werregue: Chocó, Cauca, Valle del Cauca. Madera: Putumayo y Amazonas Mapa mopa y tamo: Pasto Iscas: Sandón, Aguadas, Suazá Caña flecha: Tuchiñ Tejedura: San Jacinto, La Guajira	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.	MiCIT Empresas Privadas	Para el cierre del año 2021 se alcanzaron alianzas y patrocinios por 1.065 millones de pesos, favoreciendo los artesanos colombianos a través de la participación en ferias organizadas, hacen parte de estas alianzas y patrocinios empresas como: Unilac, Cámara de Comercio de Bogotá, Crepes & Waffles, Ecopetrol, Banco de Bogotá, Servientra, Impulsa, Jardín Botánico, entre otras.

Parte de la gestión y como principal resultado esperado de este objetivo, a través de mesas de trabajo interinstitucionales, se concretaron 10 acuerdos en la temática de negocios verdes, para la inscripción y fortalecimiento de planes de mejora, con 10 Corporaciones Autónomas Regionales:

CORTOLIMA: 2 asociaciones de artesanas postuladas a negocios verdes

CARDIQUE: 9 Unidades Productivas postuladas a negocios verdes.

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.

CAR: 2 Unidad productiva postulada a negocios verdes y 4 unidades productivas en



proceso de fortalecimiento en temas de legalidad

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	Resultado	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	240	240	240
	Mujeres atendidas en el programa de Atención a Población Vulnerable (APV)**	210	1.187	720	860	720	786	720	1.187

En el marco de la implementación de la estrategia nacional de mejoramiento productivo, se destacan, entre otras, las siguientes acciones que permitieron el fortalecimiento de 240 unidades productivas:

Oficio trabajo en madera

- En el departamento de Magdalena, en el marco del proyecto con Air-E con maestro artesano en el municipio de Pueblo Nuevo, termina el ciclo de capacitación técnica vía remota con las temáticas de acabados naturales e industriales y ensamblajes y pegues.
- En el departamento de Bolívar termina el ciclo capacitación técnica vía remota con las temáticas de ensamblajes y embalado y empaque de producto artesanal.
- En Bogotá, se realiza taller de mejoramiento productivo en la temática de acabados dirigida a artesanos participantes de la Feria Expoartesánías.

Así mismo se llevó a cabo:

- Asistencia técnica en acceso legal de materias primas: 13 unidades productivas atendidas: 6 iraca – Cardique, 1 paja blanca y esparto - Corpoboyacá, 1 paja blanca - Corpochivor, 1 Mulenbergia (sustituye paja blanca) ante ICA, 4 junco y enea – CAR Cundinamarca
- Asistencia técnica en la identificación e implementación de buenas prácticas ambientales y cumplimiento normativo (inscripción y fortalecimiento negocios verdes): 15 unidades productivas atendidas
- Asistencia técnica implementación buenas prácticas de aprovechamiento y repoblamiento (oficio trabajo en totumo): 2 unidades productivas atendidas (Pontezuela – Bolívar)



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

- Oficio trabajo en cuero

Capacitación técnica: 44 unidades productivas atendidas

Asistencia técnicas presenciales: 8 comunidades y 12 UP (8 comunidades Wayúu – waireña, Arauca: 12 UP)

Asistencias técnicas puntuales: 6 unidades productivas atendidas

- Oficio trabajo en madera y totumo

Capacitación técnica: 80 unidades productivas atendidas

Asistencias técnicas puntuales: 9 unidades productivas atendidas

- Curso cortos: 16 unidades productivas atendidas (técnica talla en madera 4 UP, modelismo oficio de trabajo en cuero 4 UP, técnica de cincelado 8 UP)

Así mismo en el marco del programa de Atención a Población Vulnerable (APV) en lo corrido del año se logró atender un total de 786 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 Ajustada	Resultado	Meta	
Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal	Comunidades intervenidas (Valor del patrimonio cultural)	N/A	N/A	9	26	13	13	22	26

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. Durante 2021 se seleccionaron 6 departamentos: 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 rigieron en 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 logrando así acciones para ejecutar 6 procesos de transmisión de saberes. Con lo anterior se logró atender 13 comunidades, promoviendo así el relevo generacional, a través de la transmisión de conocimientos a jóvenes y adultos.

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	Resultado	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				\$ 59.344**
		5%	7%	N/A	N/A	\$ 7.592	\$ 23.568	\$ 23.413	

Este indicador 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 buscados 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 el enfoque de "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.



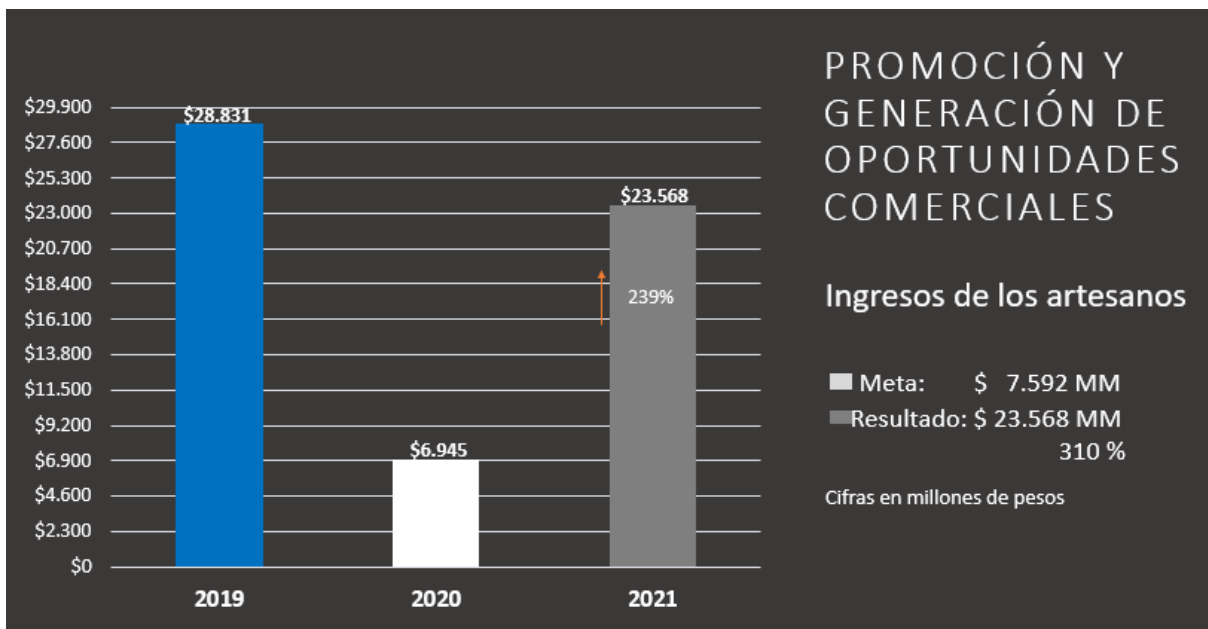
Sin embargo, resultado de las iniciativas encaminadas a contribuir a la generación de ingresos de los artesanos, se logró un monto de ingresos a los artesanos por valor de \$23.568 MM, a través de las siguientes iniciativas: Por organización de ferias:14.021,9 MM, por participación en ferias regionales: \$1.119 MM; Inversión en producto artesanal: \$1.691,8 MM y por negocios facilitados a los artesanos \$6.735 MM.

Esto evidencia un cumplimiento del 310% de la meta finalmente planteada para 2021.

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.

INGRESOS DE LOS ARTESANOS							
INICIATIVA	2018 (Línea Base)	2019	2020	Meta inicial 2021	Meta ajustada 2021	2021	
FERIAS ORGANIZADAS POR ADC	\$ 17.332	\$ 18.854	\$ 645	\$ 677	\$ 677	\$14.022	2.071%
INGRESOS PARTICIPACIÓN EN FERIAS REGIONALES E INTERNACIONALES	\$ 1.185	\$ 1.795	\$ 615	\$ 646	\$ 646	\$ 1.119	173%
ARTICULACIÓN INDUSTRIAS CREATIVAS - ARTESANOS	\$ 1.784	\$ 2.904	\$ 3.370	\$ 3.789	\$ 4.322	\$ 6.735	156%
INVERSIÓN EN PRODUCTO ARTESANAL	\$ 4.813**	\$ 2.921	\$ 2.315	\$ 2.180	\$ 1.947	\$ 1.692	87%
TOTAL INGRESOS	\$ 26.975	\$ 28.831	\$ 6.945	\$ 7.292	\$ 7.592	\$ 23.568	310%
RUEDAS DE NEGOCIO	\$ 1.861	\$ 2.357	\$ 6*	\$ 10*	\$ 10*	\$ 2.105	21.050%

Es importante aclarar que el monto de ruedas de negocio se encuentra incluido en el valor de ingresos por Ferias organizadas por AdC, pero cuenta con su propia meta, ya que hace parte de las iniciativas que aportan a este objetivo.



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	Resultado	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

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 posterior a la recepción de los resultados, y en las mismas fue realizada capacitación sobre



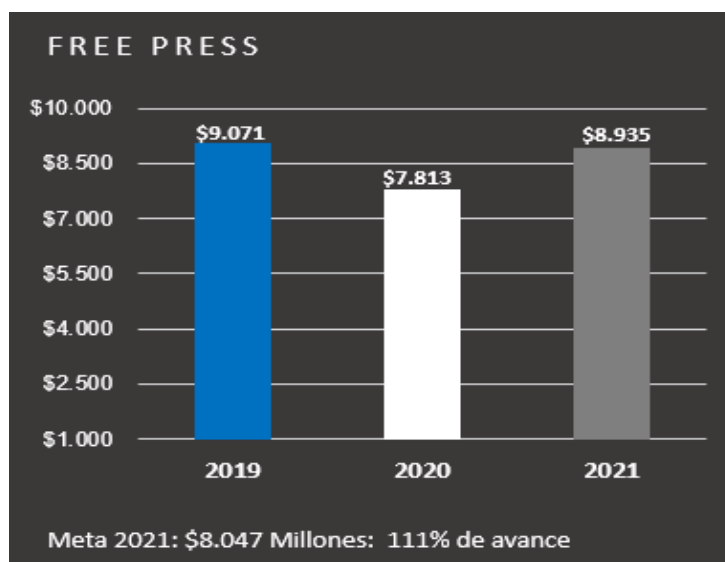
la nueva versión del Manual Operativo, se presentaron los resultados de FURAG y las recomendaciones, a partir de las cuales se realizaron ajustes a los planes de acción por política ejecutados en la vigencia. El reto para 2021 - 2022 será mantener la calificación ya obtenida.

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

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	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	\$ 8.935	\$ 9.203	\$ 35.122
		10%	137%	NA	156%	3%	14,36%**	3%	

Resultado del monitoreo contratado para la vigencia, al cierre de 2021 se logró un monto de \$8.935 MM por apariciones en diferentes medios de comunicación.





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	Resultado	Meta	
Gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad	Incremento en la percepción de ambiente Laboral	4,5	-7,2	NA	7,2	16,3*	N.A.	16,3
	Acciones estratégicas de gestión del Talento Humano implementadas	NA	NA	NA	NA	NA	7	7

De acuerdo a lineamientos institucionales esta medición se realiza cada 2 años, tiempo que ha permitido implementar acciones en el marco de la estrategia de Talento Humano para incrementar la percepción de ambiente.

En 2019, AdC hizo su medición y valoración de Ambiente Laboral Great Place to Work® bajo metodología de análisis PSS (Espacio Psicosocial). que buscaba grupos dentro de cada organización con características sociodemográficas similares y desde allí armar resultados consolidados. En ese momento el Índice del Ambiente Laboral fuese 57.7 Nivel insuficiente y proyectando un objetivo de 66.5 Satisfactorio.

Para el año 2021, la metodología GPTW® cambió. Las respuestas de este año fueron procesadas bajo el nuevo sistema logrando un 55,8 Satisfactorio. Numéricamente parece que no hubiera sucedido nada entre un año y otro, pero, claramente dentro de la organización se ha hecho un trabajo de intervención muy acucioso.

Es así que con base en esto, se decidió s analizar los resultados del año 2019 bajo la nueva metodología lo que produjo que ese índice se convirtiera en 39,5: Demanda gran atención y el objetivo se replanteara a 43,5. Con esto se observó que al equiparar las dos mediciones bajo las mismas "reglas del juego" (metodología), la dinámica de un ejercicio a otro si fue bastante positiva, logrando un cumplimiento del 404,9% y permitiendo que Artesanías de Colombia para el año 2021 fuera certificada por Great Place to Work® a través de la plataforma de encuestamiento Emprising



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	Resultado	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	\$ 2.530	\$ 4.196	\$ 18.815

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.

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

Durante el año se realizó 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 conformó un equipo de "Cazadores" de proyectos de cooperación para gestionar recursos para proyectos nacionales con enfoques específicos.

Es así que al cierre de la vigencia en cuanto la iniciativa de cofinanciación en las regiones y a nivel nacional se concretaron 6 convenios y 12 alianzas a nivel nacional logrando así un monto por \$1.331,19 MM. En cuanto a cooperación internacional se han logrado apalancar recursos por \$133,44 MM, a través de 7 alianzas. Frente a la iniciativa de patrocinios se logró un total de recursos por \$1.065,4MM. Esto para un total de \$ 2.530,03MM, lo que equivale a un 130% de cumplimiento de la meta.

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	Resultado		
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	\$ 1.331,2	174%
MONTO DE RECURSOS OBTENIDOS POR COOPERACIÓN INTERNACIONAL	\$ 775	\$ 1.050	\$ 1.076	\$ 1.076	\$ 538	\$ 270	50%	\$ 284	\$ 133,4	47%
MONTO DE RECURSOS OBTENIDOS POR ALIANZAS Y PATROCINIOS	\$ 2.939	\$ 3.000	\$ 3.330	\$ 3.363	\$ 800	\$ 886	111%	\$ 913	\$ 1.065,4	116,7%
MONTO TOTAL	\$ 9.478	\$ 9.760	\$ 10.205	\$ 10.243	\$ 4.240	\$ 1.884	44%	\$ 1.962	\$ 2.530	129%

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	Resultado	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%*	100%	98,28%	100%	100%

Al cierre de la vigencia y de una apropiación definitiva de \$30.201MM correspondiente a transferencias (PGN) y convenios se comprometieron \$29.732,6 MM que corresponden al 98,45% de la apropiación definitiva de la vigencia 2021 y se obligaron \$29.682,6MM que corresponden al 98,28% del total de esa apropiación.

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



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

Objetivo	Indicador	2019		2020	2021		2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Meta	Resultado	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	1	100%	100%

La meta equivalía a los ingresos que se generaran sobre los que se proyectaran generar para cada vigencia, a partir de la estrategia 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 fue posible operacionalizar en esa vigencia.

Para 2021 la línea estratégica se ajustó 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, aunque no se proyectó alguna iniciativa con aprovechamiento del Claustro de las Aguas, se llevó a cabo el alquiler del Claustro para una producción de televisión, generando ingresos a partir del aprovechamiento del activo fijo de la entidad.

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	Resultado	Meta	Resultado	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%	99,3%	95%	95%

En cuanto a los programas de ecoeficiencia (PIGA), estos contaron con 32 actividades ejecutando las 32 y obteniendo un cumplimiento del 98,6%, esto teniendo en cuenta que una actividad fue implementada parcialmente: “Implementar sistemas ahorradores de agua (la meta estaba orientada a Instalar mitigadores de agua en los 2 grifos que no contaban con dichos accesorios), se instaló un mitigador en la sede Las Aguas, pero debido al traslado de la sede de la tienda del Norte no se instaló el otro mitigador proyectado.

En cuanto al Programa Misional se ejecutaron las 5 (cinco) actividades formuladas, esto con un 100% de implementación.

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.

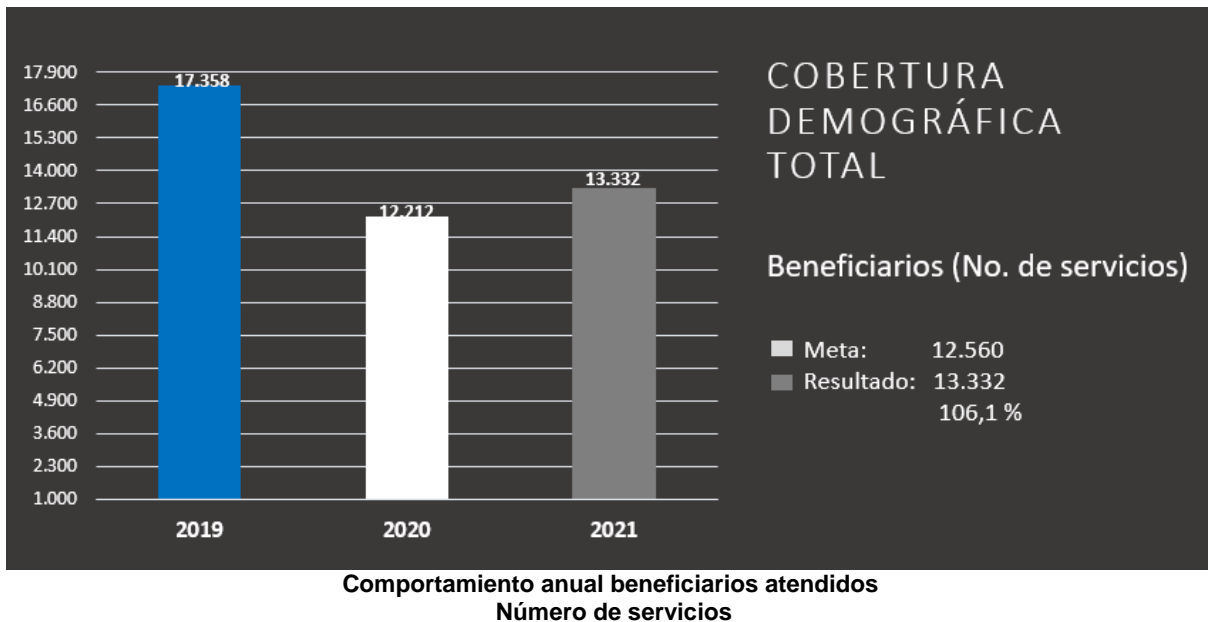
Es así que durante 2021 producto de esta intervención se logró atender a 13.332 beneficiarios, que equivale a un cumplimiento sobre la meta final de la vigencia que equivalía a 12.560 (ajustada, la meta inicial del año era: 12.194) del 106,1%.

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 (8.489 beneficiarios – 97,13% de la meta), el programa de atención a grupos étnicos (452 beneficiarios – 125,6% de la meta), el programa de Atención a Población Vulnerable (APV) (917 beneficiarios – 101,9% de la meta), los beneficiarios de la inversión en producto artesanal (393 beneficiarios – 53,32% de la meta) y beneficiarios de



las estrategias de promoción y generación de oportunidades comerciales (3.081 beneficiarios – 169% de la meta).

Cabe resaltar que de este total de beneficiarios el 76,5% fueron mujeres.



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.



Programas / proyectos / iniciativas	META 2021	Meta ajustada 2021	Cierre 2021	MUJERES	Observaciones	
Beneficiarios de Fortalecimiento de la actividad artesanal	7.800	8.740	8.489	78,0%	6.621	Los Laboratorios al mes de diciembre de 2021 atendieron 8489 beneficiarios en 28 Departamentos y en la ciudad de Bogotá. De los cuales 5635 son nuevos artesanos. El 78% de los artesanos atendidos a diciembre fueron mujeres y el 30,5% son indígenas y el 4,1% fueron NARP. El 55,1% de los beneficiarios fueron atendidos por el módulo de comercialización, mientras que el 9,1% fue atendido por el componente de Desarrollo Humano, el 68,1% por el módulo de diseño y el 25,3% por el módulo de producción. Al mes de diciembre se acumuló la atención impartiendo 1855 talleres y contenidos de la siguiente manera: Componente Desarrollo Humano: 45 talleres, Componente Diseño: 1727 talleres y asesorías y otros. Del componente Comercial: 83 talleres.
Beneficiarios atendidos población vulnerable y desplazada (APV)	900	900	917	85,7%	786	Beneficiarios atendidos Programa APV: Al mes de DICIEMBRE se realizó contacto, seguimiento y atención de las comunidades y personas artesanas por vía telefónica, medios virtuales a través de la implementación de la metodología de asistencia técnica a distancia APV y atención directa en zona, con algunas comunidades y grupos. Se adelantaron acciones con 917 personas artesanas entre los meses de enero a diciembre de 2021 en los departamentos de Cesar, Magdalena, Bolívar, Córdoba, Antioquia, Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño. Mujeres atendidas en el programa de Atención a Población vulnerable (APV): Al mes de DICIEMBRE teniendo en cuenta las dinámicas de adaptación para atención en 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 a través de la implementación de la metodología de asistencia técnica a distancia APV. Así mismo también se ha logrado la asistencia directa en zona de algunos colectivos de personas artesanas. Se han adelantado acciones con 786 mujeres entre los meses de enero a diciembre de 2021 en los departamentos de Cesar, Magdalena, Bolívar, Córdoba, Antioquia, Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño.
Beneficiarios atendidos grupos étnicos	360	360	452	73,7%	333	Beneficiarios atendidos Etnias: Se reporta un total acumulado final de 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 comunicacion 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.
Beneficiarios de inversión de producto artesanal para vitrinas y ventas	737	737	393	57%	225	Con corte diciembre se compró producto artesanal a 393 proveedores de artesanías ubicados en 28 departamentos del país y Bogotá. El monto de la inversión en producto artesanal es de \$2.059.974.703,54. Esto para un cumplimiento del 53,32% de la meta de beneficiarios.
Artésanos beneficiados estrategias de promoción y generación de oportunidades comerciales	2.397	1.823	3.081	72%	2.231	A diciembre se beneficiaron 3.081 personas artesanas en los diferentes espacios y estrategias de promoción. Entre ellas se encuentra la participación en espacios de promoción y en diferentes capacitaciones virtuales. Cumplimiento de la meta es 169,0%
Total beneficiarios	12.194	12.560	13.332	76,5%	10.196	



2. GESTIÓN POR PERSPECTIVA ESTRATÉGICA 2021

A continuación, se presentan los resultados de la gestión realizada en 2021 por perspectiva estratégica.

2.1. 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.

2.1.1. Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías.

Este objetivo aparece por primera vez en la planeación institucional a partir de 2019; 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.

La comercialización de artesanía en el país aún cuenta con algunas barreras, a nivel nacional e internacional, que dificultan que la misma sea aún mayor, y aunque desde la entidad se han establecido estrategias encaminadas a promocionar, visibilizar e impulsar la comercialización de estos productos con iniciativas claras de articulación oferta demanda y generación de oportunidades comerciales, entre las que se destacan las ferias, las ruedas de negocios, la participación en eventos de promoción, entre otros, las cuales han permitido alcanzar logros significativos que se evidencian en la mejora de los ingresos de los artesanos (como se verá más adelante); aún falta un camino por recorrer en esta materia.

Sin embargo, este es un trabajo que la entidad no puede emprender sola, es por esta razón que a través de esta estrategia se ha elaborado una agenda de trabajo interinstitucional que priorice territorios, asuntos críticos y soluciones a trabajar, con el apoyo de MINCIT para generar compromisos ante el alto gobierno a lo largo del cuatrienio.

Para dar inicio a este trabajo la entidad formalizó (como se evidenció en el capítulo anterior)



el documento diagnóstico de las barreras existentes para el comercio interno y externo y las oportunidades comerciales internas y externas. Producto de este trabajo se documentaron 19 barreras de comercialización, las cuales fueron clasificadas por temas así:

- Formalización
- Precio/competitividad
- Capacidad de producción
- Conectividad terrestre
- Campañas de promoción
- Acceso a certificaciones al “Sello de Calidad Hecho a Mano”
- Herramientas financieras
- Acceso Tics y comunicación
- Asociatividad
- Investigación e Innovación
- Habilidades de comercialización
- Trámites y documentación
- Financiera
- Legalidad materias primas
- Trámites de Exportación
- Registro de exportación DANE
- Canales de comercialización
- Alianzas productivas

Este estudio buscó, no solo establecer la dificultad sino identificar cuáles serían las posibles soluciones y las entidades, que por su deber ser misional, podrían y/o deberían emprender acciones que permitan eliminar estas barreras. Es así que, en el marco de la agenda definida y paralelamente al desarrollo del diagnóstico, para la vigencia 2021 se priorizó la barrera de legalidad en materias primas, logrando concretar 10 acuerdos con Corporaciones Autónomas, en pro de la facilitación del comercio, como se presentó anteriormente.

Como meta institucional se espera que, en cada vigencia del cuatrienio, el 100% de las barreras que se prioricen trabajar, sean gestionadas a partir de acuerdos y/o acciones concretas, interinstitucionales. Para 2021, se logró gestionar las 12 barreras priorizadas, de las 19 identificadas. Durante 2022 se espera implementar acciones frente a las 7 barreras restantes.



2.1.2. 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 iniciativas como el mantenimiento de laboratorios de innovación y diseño, la ejecución de proyectos regionales, los programas especiales, entre otras, todo con el fin de proteger los oficios y la tradición así como promover la competitividad del producto artesanal.

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.

Esto se logró 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, 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 en proceso de fortalecimiento

- ✓ *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 en proceso de fortalecimiento en sus planes de mejora emitidos por 7 Corporaciones Autónomas Regionales del País: CARSUCRE, CVC, Corpoboyacá, CAM, CAR, Corpocaldas y Cortolima,*

Así mismo, en el marco de este objetivo estratégico se llevan a cabo iniciativas para el mejoramiento técnico - productivo de oficios tradicionales con dificultades o deficiencias productivas, a través de la implementación de actividades dirigidas a grupos artesanales, con el objeto de perfeccionar sus procesos productivos y la calidad del producto final. Entre las iniciativas colectivas priorizadas se destacan:

Estrategia de 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.



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 en 2021 se dictaron 2.556 talleres de comercialización y 418 talleres de emprendimiento a aproximadamente a 6.517 artesanos beneficiados, lo que corresponde a una atención del 47% de beneficiarios en temas de comercialización y un 24% en temas de emprendimiento.

Laboratorios de Innovación y Diseño

Estas acciones, y la estrategia en general se ha conseguido gracias al fortalecimiento de los laboratorios de Innovación y Diseño. Los laboratorios



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

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

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

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



Fortalecer los laboratorios implica contar con el enlace de manera permanente y procurar mantener activa y en mejora constante la oferta institucional a la que se puede acceder a través de los mismos. A continuación, se exponen las principales actividades y servicios que se desarrollan 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.

Servicios y programas que se ofrecen en los Laboratorios de Innovación y Diseño

Servicio	A quién va dirigido	Cómo se accede
Asistencia técnica integral a través de talleres teóricos y prácticos con 5 componentes temáticos: 1. Caracterización	A talleres artesanales, unidades productivas, grupos, comunidades o asociaciones artesanales de	A través la página web de Artesanías de Colombia y sus redes sociales. (1 en el año).



<p>2. Desarrollo Humano y social 3. Co-diseño 4. Producción y Calidad 5. Promoción y Comercialización.</p> <p>Los mejores productos de cada laboratorio integran una colección que se presenta en Expo artesanías, Expoartesano y otros mercados y eventos artesanales a lo largo del año.</p>	<p>Córdoba, Sucre, Bolívar, Atlántico, Guajira, Cesar, Magdalena, Antioquia, Caldas, Quindío, Risaralda, Boyacá, Cundinamarca, Bogotá, Santander, Norte de Santander, Amazonas, Putumayo, Huila, Tolima, Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Chocó.</p>	<p>*Cupos limitados de acuerdo a disponibilidad de recursos en cada departamento. *No tiene costo para el artesano.</p>
<p>Asesorías puntuales para que los artesanos fortalezcan sus competencias en:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño de producto 2. Costos y procesos productivos 3. Imagen y marca 4. Mercadeo y comercialización 	<p>Artesanos individuales de Córdoba, Sucre, Bolívar, Atlántico, Guajira, Cesar, Magdalena, Antioquia, Caldas, Quindío, Risaralda, Boyacá, Cundinamarca, Bogotá, Santander, Norte de Santander, Amazonas, Putumayo, Huila, Tolima, Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Chocó.</p>	<p>A través de programación que se publicará en la página web de Artesanías de Colombia y sus redes sociales. *Cupos limitados por mes. *No tiene costo para el artesano.</p>
<p>Capacitación y asesoría jurídica de la mano de la Superintendencia de Industria y Comercio para la protección de la Propiedad Intelectual de los artesanos a través de signos distintivos como Denominación de Origen, registro de diseños industriales y marcas individuales y colectivas. Tarifas preferenciales para el registro de marcas de los artesanos</p>	<p>A todos los artesanos productores.</p>	<p>Se programan jornadas de capacitación en derechos de autor y registros de marcas a lo largo del año para los beneficiarios de los programas de Artesanías de Colombia. *Las capacitaciones y asesorías no tienen costo para el artesano.</p>
<p>Construcción y promoción de normas técnicas de calidad (Sello de calidad "Hecho a mano") para el sector artesanal de la mano con el Icontec.</p>	<p>Artesanos o entidades territoriales interesados.</p>	<p>*Asistencia técnica de Artesanías de Colombia gratuita. *Costo de acuerdo a tarifas del ICONTEC para la certificación y otorgación de Sellos.</p>
<p>Curaduría y asesoría para montaje y participación en ferias locales y regionales.</p>	<p>Organizadores de ferias artesanales locales y regionales</p>	<p>*Dependiendo del alcance, se brinda asesoría gratuita o pagada.</p>
<p>Comité de compras: todos los artesanos que participan en los programas de Artesanías de Colombia pueden participar en los comités de compras para convertirse en proveedores de las tiendas promocionales de Bogotá, Medellín y Cartagena.</p>	<p>Artesanos con productos que cumplan altos estándares de calidad.</p>	<p>A través de la página web de Artesanías de Colombia. *La participación no tiene costo para el artesano. *Después de la inscripción, se surte un proceso de curaduría para verificar estándares de calidad,</p>



		capacidad de producción y precio.
Artesano Digital: Programa de capacitación para que los artesanos conozcan y usen las tecnologías de la información y comunicación como herramientas de promoción y comercialización	Artesanos y público en general.	A través de la página web de Artesanías de Colombia y sus redes sociales. *No tiene costo para el artesano.

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

Programas que ofrecen los Laboratorios de Innovación y Diseño

Programa	A quién va dirigido	Cómo se accede
<p><u>Programa Nacional de Moda y Joyería</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Moda: Este programa articula a las comunidades artesanas con vocación de moda de Colombia con la industria de la moda nacional e internacional, incentivando relaciones equilibradas, justas y sostenibles y promoviendo el desarrollo de productos innovadores acordes con tendencias del mercado de moda nacional e internacional. • Joyería: Este programa busca fortalecer de forma integral a las comunidades joyeras artesanales del país que trabajan la técnica de filigrana, microfundición y armado. <p>Adicionalmente, se cuenta con una Unidad de Formación en Bogotá donde se forman estudiantes como técnicos laborales por competencias en joyería.</p>	Comunidades artesanales con vocación de moda y joyería-	Comunidades priorizadas por el equipo de Artesanías de Colombia. *No tiene costo para el artesano.
Programas Especiales		
APV – Atención a población víctima y vulnerable: Apoya artesanos en situación de vulnerabilidad con el fin de mejorar sus condiciones de vida, brindándoles capacitaciones de orden técnico, social, cultural y comercial, así como dotación de materias primas, insumos y herramientas.	Comunidades vulnerables y/o en condición de desplazamiento del litoral Pacífico, Urabá Antioqueño y el departamento de Bolívar.	*No tiene costo para el artesano.
Atención a grupos étnicos: se enfoca en el fortalecimiento de las comunidades étnicas artesanales desde un enfoque de desarrollo productivo diferencial que permita a las comunidades empoderarse de sus prácticas productivas propias. El programa tiene un enfoque integral que incluye un fortalecimiento asociativo, cultural, social, productivo y comercial, así como dotación de materias primas, insumos y herramientas.	Comunidades étnicas constituidas bajo un modelo asociativo (Corporación, asociación, AET, etc.).	Solicitud de atención formal y escrita dirigida a Artesanías de Colombia y/o al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Selección por parte de comité evaluador conformado por ambas entidades. *No tiene costo para el artesano.



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 2021 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 dirigió 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

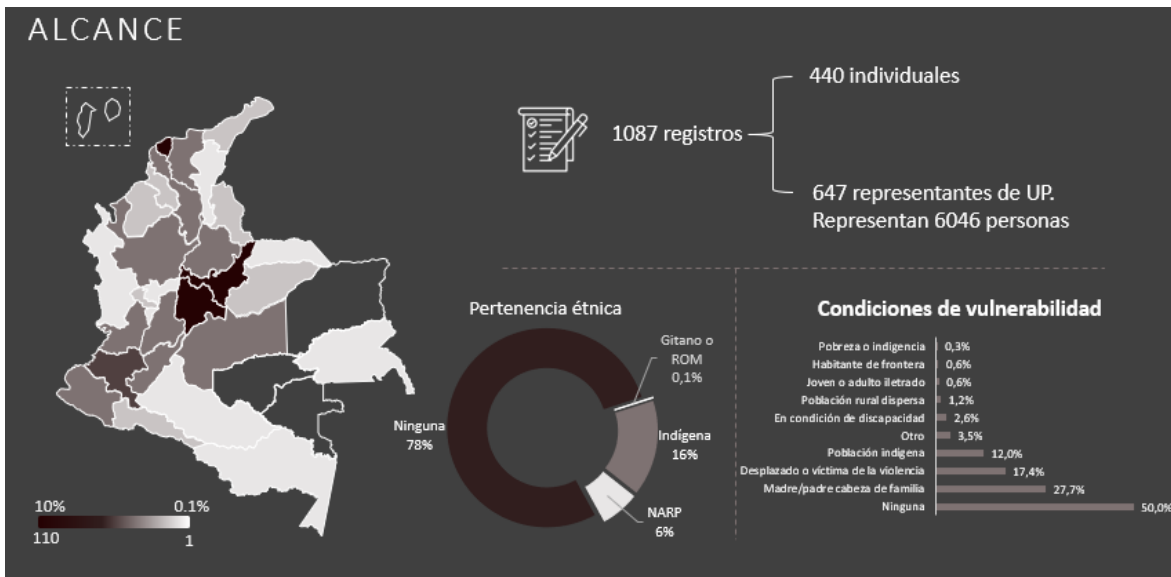
Población objetivo y alcance: Artesanos y artesanas en el territorio nacional, con un alcance total de 1.087 registros de artesanos individuales y representantes de unidades productivas, comunidades o asociaciones, para una representatividad de 6.486 artesanos.

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.

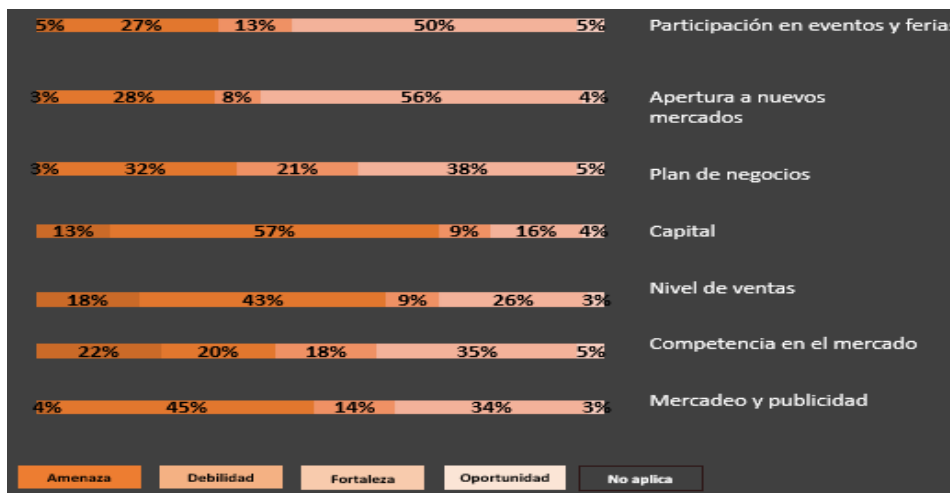
DISEÑO	PRODUCCIÓN	COMERCIALIZACIÓN
1. Diseño de piezas 2. Innovación 3. Conocimiento de técnicas 4. Presentación comercial de las piezas 5. Calidad de las piezas	6. Procesos tecnológicos en la producción 7. Uso sostenible de los recursos naturales 8. Acceso a materias primas 9. Espacio de trabajo adecuado: 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:



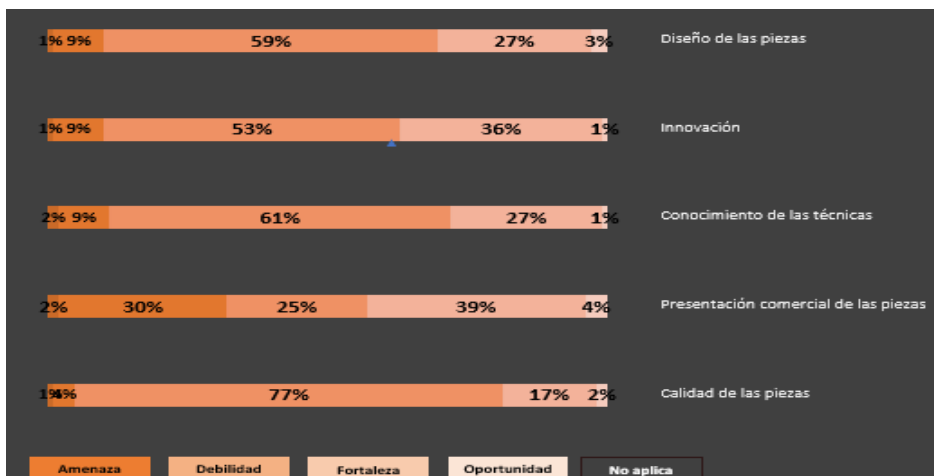
COMERCIALIZACIÓN: Los factores medidos en comercialización se pueden dividir en dos espectros distintos: aquellos en los que se ve oportunidad de mejora, como la participación en eventos y ferias, apertura a nuevos mercados y generación de planes de negocio, factores en los que el interés es notorio, 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.



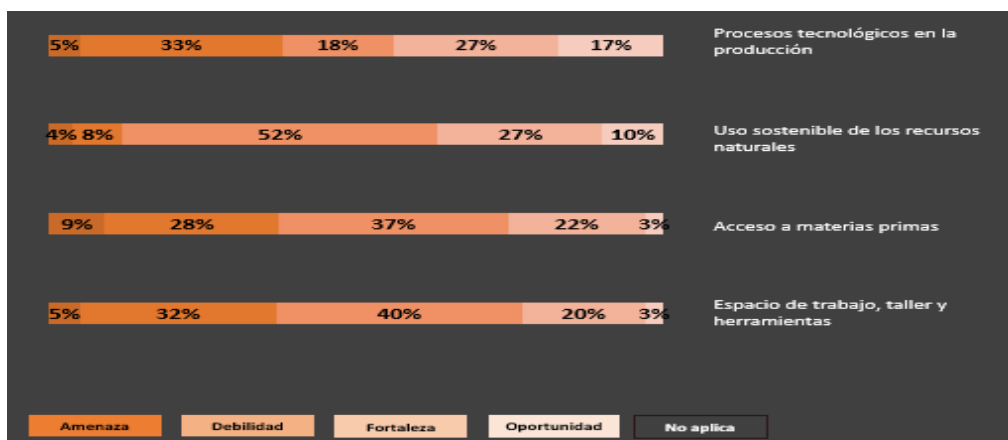
En cuanto a los factores comerciales evaluados, la percepción está equilibrada. El 13% de la percepción es percibida como fortaleza y el 37% como oportunidad, lo que muestra una sensación de optimismo en la mejora de los factores asociados. Solo escapa a esta percepción el 10% que eleva la percepción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

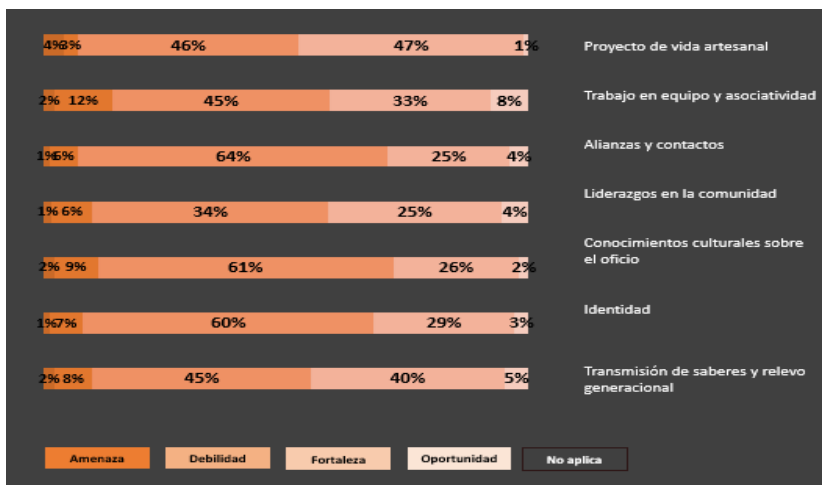
PRODUCCIÓN: En cuanto a la producción de las unidades productivas, el factor mejor percibido por los participantes es el del Uso sostenible de los recursos naturales. El uso de tecnologías es percibido como una debilidad y oportunidad en valores cercanos, es decir, no se están percibiendo innovaciones 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.

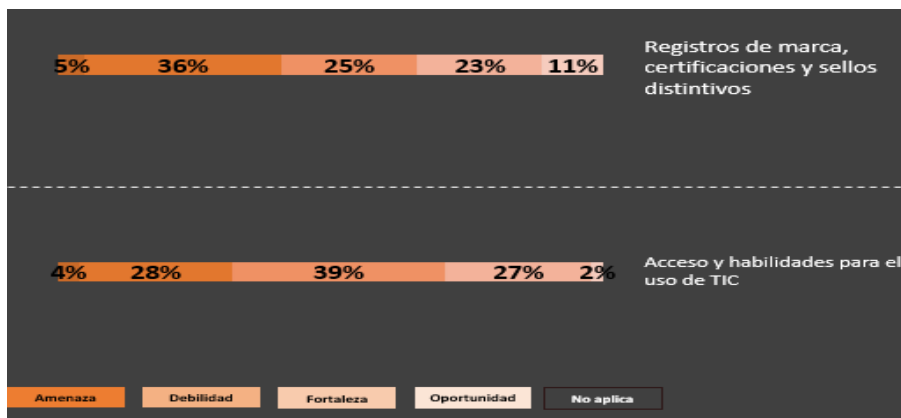


DESARROLLO HUMANO: Los factores asociados al Desarrollo Humano y Social son los de mejor percepción global como fortaleza y oportunidad. El factor de mejor percepción es el de proyecto de vida artesanal, que revela la alta vocación artesanal de las comunidades objetivo. El factor con mayor percepción 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.

Como parte de los resultados de este Programa, al cierre de 2021 se logró la atención de artesanos impartiendo 1.855 talleres y contenidos de la siguiente manera: Componente Desarrollo Humano: 45 talleres, Componente Diseño: 1.727 talleres y asesorías y otros; Componente Comercial: 83 talleres; esto en los 26 Departamentos en dónde operan los Laboratorios y en Expedición Orinoco.

Con el fin de operacionalizar lo concebido en el Programa, se contó con el proyecto de “Fortalecimiento de la Actividad Artesanal como alternativa de Desarrollo Local”, en el marco de cual ejecutan acciones los programas de Laboratorios, Moda y Joyería, Sello de Calidad, Propiedad Intelectual y Asesorías Puntuales. Resultado de la atención se logró beneficiar 8.489 artesanos de los cuales 5.635 fueron artesanos nuevos.



De los 8.489 artesanos atendidos por Laboratorios al mes de diciembre de 2021, el 78% de los artesanos atendidos a diciembre fueron mujeres, el 30,5% son indígenas y el 4,1% fueron NARP. El 55,1% de los beneficiarios fueron atendidos por el módulo de comercialización, mientras que el 19,1% fue atendido por el componente de Desarrollo Humano, el 68,1% por el módulo de diseño y el 25,3% por el módulo de producción.

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 diciembre de 2021 son los siguientes:

Componente Desarrollo Humano

Al 37,7% de los beneficiarios atendidos al mes de diciembre 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 21,1% de los beneficiarios atendidos al mes de diciembre 2021, 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 75,7% de los beneficiarios atendidos al mes de diciembre de 2021, 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 41,3% % de los beneficiarios atendidos al mes de diciembre 2021, 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 22,6% de los beneficiarios atendidos al mes de octubre 2021, 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 impartieron asesorías y asistencias técnicas al 79,7% de los beneficiarios acumulados la mes de diciembre de 2021, se prestaron servicios de diseño e innovación del producto al 44,5% de los beneficiarios acumulados a diciembre 2021, formación técnico laboral al 0,2% , generación de oportunidades comerciales 21,6%, información al 20,9% de los beneficiarios acumulados al mes de diciembre y promoción al 1,9%.

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 impartieron 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



Bajo la estrategia de los Laboratorios de innovación y Diseño, se inició en 2021 “Expedición Orinoco”, desde múltiples miradas: geográfica, poblacional y económica;

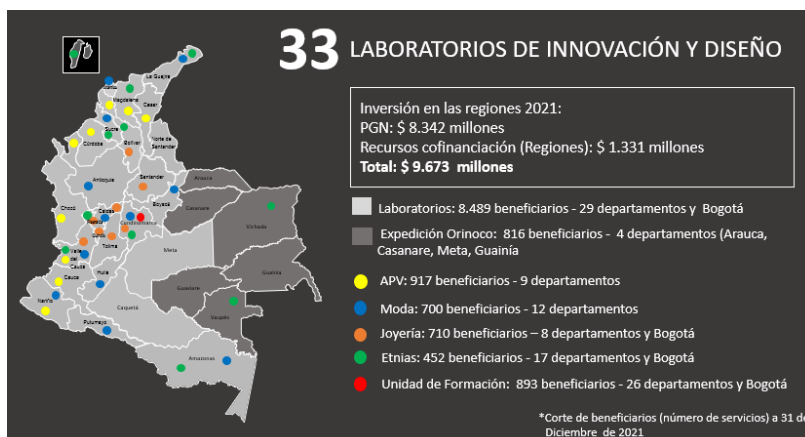


reconociendo la estrecha relación entre el territorio, la identidad cultural y el desarrollo sostenible. Esta iniciativa busca identificar y fortalecer capacidades que aporten a la visibilización y preservación del oficio de las comunidades artesanales indígenas y campesinas a través de acciones de desarrollo humano y diseño. Así mismo promueve el posicionamiento de Artesanías de Colombia en la región y genera alianzas con actores locales, regionales y locales para fortalecer la actividad artesanal de la región.

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 diciembre atendieron 816 beneficiarios en los componentes de Desarrollo Humano, diseño, producción y comercialización.





DESCRIPCIÓN RESULTADOS	META	FINAL
RECURSOS PGN - AdC (MM)	\$ 7.330	\$ 7.191
RECURSOS GESTIONADOS DE COFINANCIACIÓN (MM)	\$ 765	\$ 1.331
<ul style="list-style-type: none"> Avance: 173% 		
BENEFICIARIOS TOTALES	8.740	8.489
<ul style="list-style-type: none"> 28 departamentos y Bogotá 439 municipios Cumplimiento: 97% 		
BENEFICIARIOS NUEVOS	4.200	5.635
<ul style="list-style-type: none"> Avance: 133% 		
CONVENIOS Y ALIANZAS (FIRMADOS)	25	100
TALLERES / CAPACITACIONES / MATERIALES REALIZADOS EN NOV IEMBRE	1.880	
<ul style="list-style-type: none"> 873 videos conferencias y Talleres en diseño 10.063 asesorías virtuales y de seguimiento en diseño 522 capsulas y 260 catálogos correspondientes al módulo de diseño 1214 piezas de comunicación en el módulo de diseño. 45 talleres en Desarrollo Humano 112 talleres del módulo de comercialización. 		
NEGOCIOS FACILITADOS EN LAS REGIONES (MM)	\$ 487	
VENTAS TOTALES EXPOARTESANIAS 2021 (MM)	\$ 414	
RESULTADOS COMPONENTE COMERCIAL – INGRESOS ARTESANOS (MM)	\$ 1.028	
<ul style="list-style-type: none"> 53 ferias a nivel nacional 2.556 talleres comercialización y 418 talleres de emprendimiento 13.620 artesanos impactados 60 UP en la Copa Artesanal “Contando el Cuento” Negocios facilitados: \$729 MM 		

Principales resultados 2021

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.

Por otro lado, una de las iniciativas ejecutadas a través de los laboratorios son las mesas regionales de apoyo, que son un mecanismo creado para concretar alianzas y recursos de cofinanciación en las regiones. La Secretaría Técnica es liderada por los enlaces regionales. En los encuentros se identifican los actores claves para transferir el conocimiento y se formaron diferentes actores para la ejecución de proyectos regionales con énfasis en la actividad artesanal.

Este mecanismo se ha convertido, además, en la estrategia principal de participación ciudadana y rendición de cuentas en las regiones, pues permite, como parte del ejercicio, un diálogo de doble vía con los diferentes actores de la actividad artesanal y las partes interesadas de la entidad. Como resultado de los mismos se logra identificar necesidades puntuales a ejecutar a través de los proyectos regionales, se informa sobre los resultados de



la gestión a nivel nacional y del departamento correspondiente. Estos encuentros han permitido a la entidad mostrar los resultados del trabajo de los artesanos vinculados a los Laboratorios de Innovación y Diseño y presentar la Planeación Estratégica de cara al presente periodo de Gobierno donde la apuesta por fortalecer la economía naranja representa una gran oportunidad para el sector artesanal. En 2021, se realizaron 10 encuentros regionales.

Otra iniciativa ejecutada en el marco de los laboratorios es la de caracterización sociodemográfica de los artesanos del país, logrando entre 2014 y 2021, identificar y caracterizar 33.171 artesanos, de las 33 divisiones políticas (32 departamentos y Bogotá). Producto de los diagnósticos y caracterizaciones regionales se logró la documentación de las infografías que han optimizado la recolección y divulgación de la actividad artesanal.

Esto se logra a través del SIEAA (Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal), el cual durante la vigencia obtuvo 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.



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



Hajsú



Florentino

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.

Programa Diseño –Artesanía

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, la cual para la vigencia contó con una coordinación general, un equipo de 6 diseñadores líderes y un equipo local de más de 30 diseñadores, perfeccionando y consolidando la metodología de atención virtual y logrando actividades presenciales de seguimiento a la producción a partir del mes de septiembre.

Este equipo de diseño durante la vigencia se enfocó en cuatro líneas de trabajo encaminadas al desarrollo e innovación de nuevos productos artesanales, así:

- a) Fase de planeación y estrategia de diseño 2021
- b) Capacitación y asistencia técnica a través de videoconferencias y asesorías virtuales
- c) Diseño y desarrollo de nuevos productos
- d) Desarrollo de muestras a escala, prototipado y producción Colección Nacional 2021.



Esto ha permitido llevar a cabo un proceso de codiseño horizontal con las comunidades priorizadas en cada departamento, desarrollando las siguientes actividades:

- Selección y revisión de los artesanos beneficiarios inscritos para la atención del 2021
- Informe de codiseño 2020, retroalimentación del proceso de diseño de producto de la vigencia anterior e identificación de casos de éxito
- Planteando la estrategia del componente de diseño, producción y desarrollo de producto para la atención a artesanos y comunidades, contemplando el uso de las TICs
- Diseño y desarrollo del concepto de la Matriz Nacional de Diseño, la cual es el hilo conductor para el planteamiento de las nuevas líneas de producto encaminadas a la Colección Nacional 2021 de Artesanías de Colombia
- 522 piezas de material gráfico pedagógico para las videoconferencias, asesorías y talleres virtuales como presentaciones, cápsulas y cartillas
- Diseño de 260 catálogos para los artesanos, buscando promover sus productos con nuevos clientes y como una herramienta fundamental para la inscripción a ferias regionales y nacionales.
- 1214 piezas gráficas e invitaciones para ser enviadas a los artesanos beneficiarios, las cuales corresponden a videoconferencias y talleres virtuales
- 873 videoconferencias y talleres virtuales enfocados en la capacitación a artesanos beneficiarios sobre diseño de nuevos productos, y el mejoramiento técnico, funcional y formal estético de las artesanías existentes.
- Formulación de estrategias comerciales regionales que ayudaron a reactivar la economía del sector artesanal realizando curaduría, diseño y concepto de imagen, piezas gráficas, montaje y exhibición de las muestras comerciales presenciales.
- 10.063 asesorías virtuales a artesanos en diseño, mejoramiento y desarrollo de productos para los eventos y muestras comerciales regionales que tienen como objetivo la reactivación de la economía del sector artesanal.
- Realización de comités virtuales junto a los equipos de diseño regionales para la asesoría, evaluación y curaduría de las nuevas propuestas de diseño planteadas para cada departamento dentro de la Colección Nacional 2021
- Validación de las propuestas de diseño con artesanos y comunidades para el posterior desarrollo de muestras a escala y/o pruebas técnicas
- Seguimiento técnico virtual y presencial (a partir del mes de octubre 2021) a la



producción de las propuestas seleccionadas en Comité Nacional

- Montaje de la exhibición del stand de Laboratorios de Innovación y Diseño en Expoartesanías 2021, con los productos resultados en la Colección Nacional 2021, manteniendo el styling unificando la exhibición por color, actualizando y rotando diariamente los productos artesanales de las diferentes regiones y comunidades del país.
- Se realizó la primera subasta artesanal Narrativa Viva una iniciativa del Programa de Etnias y Arte Vivo, que consistió en una exposición y subasta de artesanías de origen étnico, en el que se incluyeron piezas artesanales desarrolladas por los Laboratorios de Innovación y Diseño.

ATENCIÓN NACIONAL 2021					
REGIÓN O PROYECTO	VIDEO CONFERENCIAS Y/O TALLERES	ASESORIAS VIRTUALES Y SEGUIMIENTO	CONTENIDO PEDAGOGICO (Cápsulas, cartillas, presentaciones)	CATALOGOS	MATERIAL COMUNICACIONES
SUR ANDINA / AMAZONIA	157	2327	247	54	339
EXPEDICIÓN ORINOCO	16	326	7	2	75
ALTIPLANO CUNDIBOYACENSE Y ORIENTE	57	1947	11	22	121
EJE CAFETERO Y ANTIOQUIA / CENTRO OCCIDENTE	98	2421	42	19	273
CARIBE	160	2127	83	71	368
LABORATORIO CHOCÓ	154	418	53	35	15
APV	223	294	46	50	14
ETNIAS	8	203	33	7	9
TOTAL	873	10063	522	260	1214

DESCRIPCIÓN RESULTADOS	
DISEÑOS APROBADOS Y CASOS DE ÉXITO PRODUCIDOS COLECCIÓN NACIONAL AÑO 2021	870
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.	873
ASESORÍAS VIRTUALES EN CODISEÑO 2021	10.063
CATÁLOGOS DIGITALES PARA ARTESANOS 2021	260
PIEZAS GRÁFICAS PROMOCIONALES Para apoyar la <u>visibilización</u> , promoción y comercialización de comunidades de artesanos 2021	1214
CONTENIDO PEDAGÓGICO 2021 (cápsulas, presentaciones y cartillas)	522
DISEÑADORES LÍDERES POR REGIÓN 2021	6
DISEÑADORES REGIONALES 2021	30
MATRIZ NACIONAL COMPONENTE DE DISEÑO 2021 - 2022	1

Principales resultados 2021



Diseño Colombia



Desde el proceso de Promoción y Divulgación se ejecuta el Programa Diseño Colombia, el cual 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.

DESCRIPCIÓN RESULTADOS	
DISEÑADORES Y MARCAS PARTICIPANTES	50
COMUNIDADES ARTESANALES VINCULADAS	46
NUEVAS REFERENCIAS DE DISEÑADORES Y MARCAS - PROPUESTAS	170
NUEVAS REFERENCIAS EQUIPO DISEÑO COLOMBIA - PROPUESTAS	96
NEGOCIOS FACILITADOS (MM)	\$106

Principales resultados 2021

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 trabajó en colaboraciones con 10 artistas y comunidades en todo el país.



Se destacan importantes participaciones como:

- ✓ 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.

- ✓ Exposición 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:



Se exhibieron 3 obras del programa Arte Vivo cocreadas, la primera por la artista Linda Pongutá y la artesana Marcela Teteyé, la segunda por la artista Juliana Góngora y el Taller Ko'revaju, y la última por la artista María Roldán y la artesana Yeside Zarwawinsama en la Exposición Narrativa Viva Encuentro de Saberes en la Galería Espacio Continuo.

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.



✓ Mutualismos

Plural Nodo Cultural tuvo el gusto de presentar MUTUALISMOS, muestra colectiva curada por Anna Burckhardt y Juliana Steiner con la participación de los artistas María Buenaventura, Sebastián Calfuqueo, Gabriel Chaile, Juliana Góngora, Jorge González/Escuela de Oficios, Ulrik López, Nicolás Paris, Linda Pongutá, María Roldán y María Alejandra Torres, Oscar Santillán, y Siu Vásquez y Nirko Andrade.

✓ EXPOARTESANIAS

En el marco de la feria se contó con un stand para el programa, en el cual se tuvo la oportunidad exponer algunos de los resultados de la vigencia:

- Se expusieron las obras que se desarrollaron entre el artista Matías Quintero y los artesanos de la Comunidad Coreguaje Juven Piranga y Yinela Piranga, la corona del Abuelo Boa El Mensajero y el Tejido de Pensamiento realizado en fibra cumare
- Se expusieron las obras que se desarrollaron entre la artista Paola Tafur y las artesanas de la Comunidad Nasa, Camino de Mujeres, 7 mochilas tejidas en lana de ovejo y teñidas con tintes naturales y una mochila creada por la artista Paola Tafur
- Se expuso el Biombo realizado por la artesana Mary Ortega y la artista Nancy Friedemann-Sánchez, el cual consta de 5 paneles enchapados en Mopa Mopa. Es una



obra que por su formato y técnica es inédita en el medio del arte y la artesanía, considerándose emblemática para el programa.

- Se expusieron las dos mantas tejidas de la colaboración entre la artista María Alejandra Torres y la artesana Luz María Rodríguez del taller Tejilarte, sobre la investigación que se realizó de la pintura de la Manta Muisca que se encuentra en la capilla de Sutatausa
 - Se expusieron las obras de la serie Matriz Transpuesta, realizadas entre la artista María Roldán y la artesana Yeside Zarwawinsama de la Comunidad Arhuaca, en la exposición Narrativa Viva Encuentro de Saberes y Expoartesanías 2021.
 - Se expuso la obra cocreada entre la artista Linda Pongutá y la artesana Marcela Teteye de la Comunidad Yaré Okaina, cuyo título es Ave Nocturna, en la exposición Narrativa Viva Encuentro de Saberes.
 - Se gestionó la participación de las artistas y artesanas Juliana Góngora, María Roldán, Yinela Piranga, Yeside Zarwawinsama y el artista Matías Quintero, en la Troja Rueda de Saberes, Encuentro en Arte Vivo una Cofradía de artesanos y artistas, los días 12 y 14 de diciembre en el marco de Expoartesanías 2021.
- ✓ Otros logros durante la vigencia
- Se gestionó la Alianza con la Red de Bibliotecas Distritales BiblioRed por medio de la gestora cultural Julia Roldán, quién invitó a dar unas charlas con las artesanas Sebastiana Pepe de la Comunidad Embera Chami, quien habló sobre la partería Tradicional y a María Aidé Grueso quien habló sobre la Soberanías Alimentaria de las comunidades que se encuentran desplazadas en Bogotá. Cada participación presencial y virtual. Tuvo un pago como reconocimiento de saberes.
 - Se gestionó la charla presencial en la Biblioteca La Marichuela y una charla virtual para conocer sus experiencias, investigación y compartir e intercambiar sus conocimientos con mujeres de la comunidad.
 - Se gestionó la participación del martillo Charlotte Pieri de la Casa de Subastas Bogota Auctions, para el día de la subasta 9 de Diciembre en la exposición Narrativa Viva Encuentro de Saberes.
 - Se gestionó la alianza con la Galería Espacio Continuo para la exposición y subasta de las piezas emblemáticas del programa de Etnias, como también de las obras de las colaboraciones que se desarrollaron en el 2021, que hacen parte del programa Arte Vivo para la exposición y subasta Narrativa Viva Encuentro de Saberes



- Se gestionó la Alianza con Credicorp Capital, quienes patrocinaron la exposición y subasta Narrativa Viva Encuentro de Saberes, con un presupuesto para el catálogo impreso, las invitaciones, el coctel de inauguración, y el coctel para la subasta.
- Se acompañó la exhibición Narrativa Viva Encuentro de Saberes. Se invitó a coleccionistas y galeristas a la subasta Narrativa Viva Encuentro de Saberes, quienes adquirieron las siguientes obras
 1. Paola Bernat, adquirió La Batea de Oro
 2. Esteban Jaramillo, adquirió Los Nidos Mochileros de Juliana Góngora y el Taller Ko´revajo y la obra Serie Matriz Transpuesta de María Roldán y Yeside Zarwawinsama.
 3. Paula Valencia, adquirió El Banco Sikuni, La Tortuga y la Danta
 4. Julio Galvis adquirió El Banco pensador La Rana

Para un total de \$ 15,05MM

✓ Programa Obra Viva

Se realizó una Alianza con el programa Obra Viva del Banco de la República, con la Directora de la Unidad de Artes del Banco de la República María Wills, el curador Luis Fernando Ramírez y el curador Julian Petit, para articular el programa de Arte Vivo con el programa del Banco de la República Obra Viva, el cual realiza encuentros entre artistas colombianos y diferentes comunidades o grupos de personas en 28 centros culturales del Banco.

Cada uno de los artistas seleccionados viajará a una región diferente en el que los participantes explorarán su creatividad desde prácticas artesanales que confrontan los límites tradicionales de las técnicas y de los formatos de las artes plásticas. Para cumplir lo anterior se realizaron las siguientes acciones:

- Curaduría de los artistas del programa Arte Vivo.
- Se participó en diferentes mesas de curaduría con los programas de Etnias, Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades, Laboratorios de Innovación y Diseño y la Fundación BAT.
 - Se realizó la selección de artistas con el curador del Banco de la República, Luis Fernando Ramírez para el programa Obra Viva 2022.

Programa Obra viva | La Red Cultural del Banco de la República

<https://www.banrepcultural.org/obra-viva>



DESCRIPCIÓN RESULTADOS	
COMUNIDADES DE ARTESANOS	24
OFICIOS Y TÉCNICAS ARTESANALES	17
NÚMERO DE PIEZAS ELABORADAS	50
ARTISTAS VINCULADOS 2021 Fredy Clavijo, Cesar González, Juliana Góngora, Linda Pongutá, Delcy Morelos, María Alejandra Torres, Matías Quintero, Nancy Friedemann, Paola Tafur, Siu Vásquez	10
TRADUCCIÓN AL INGLÉS TEXTO CURATORIAL UNA COFRADÍA DE ARTESANOS Y ARTISTAS	1
<ul style="list-style-type: none"> EXPOSICIÓN ARRULLOS Juliana Góngora / taller <u>Ko'revajiu</u> Comunidad <u>Coreguaie</u>, Nidos Mochileros GALERÍA ESPACIO CONTINUO EXPOSICIÓN MUTUALISMOS Cosecha Creciente Linda Pongutá / Comunidad <u>Yaré – Okaina</u> Plural Nodo Cultural EXPOSICIÓN Y SUBASTA Narrativa Viva Encuentro de Saberes 3 artistas 3 artesanos Aliados: Credicorp Capital, Galería Espacio Continuo 	

Principales resultados 2021

Programa Arquitectura-Artesanía:

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 construye hoja de ruta del programa y se definen 6 enfoques de trabajo: Investigación (marco teórico), Desarrollo (producto), Promoción y Comercialización, Visibilidad (exhibición del programa), Proyectos (impulsar las técnicas artesanales en proyectos), Herencia (transmisión de saberes).

Se lleva a cabo una construcción de una base teórica que contempla el estudio de la historia de la arquitectura en Colombia, las técnicas y oficios artesanales, la biodiversidad, así como una revisión de referentes arquitectónicos contemporáneos nacionales e internacionales.

Se consolida el inventario existente de acabados en fibras naturales y maderas, resultado de exploraciones anteriores con artesanos de diferentes regiones del país. Se finaliza un catálogo digital con la oferta de productos que incluye más de 60 técnicas diferentes, y comprende un impacto a 18 comunidades de artesanas y artesanos. Con el apoyo del equipo de diseño se lleva a cabo desarrollo de logotipo del programa.

Se adelanta en la alianza con el programa de Arquitectura de la Universidad del Bosque, en donde se introduce los avances del programa y se introduce al semillero de estudio los tejidos y materias primas. Se concluye plan de trabajo para el primer trimestre del 2022, en donde se ejecutarán las pruebas y simulaciones de las materias primas usando la tecnología ofrecida por la Universidad. Así mismo, se hace visita guiada con estudiantes del programa de Arquitectura de la Universidad de los Andes.

En la alianza comercial con Hunter Douglas se lleva a cabo el desarrollo del producto seleccionando tejidos en Iraca de Usiacurí, Palma Seje de Ayapel, y Bejuco de Filandia, y definiendo precios, logística de envíos, e información técnica y artesanal de cada uno de los productos. Esta vitrina ha sido un gran espacio para visibilizar el programa y ya ha recibido mucho interés de diferentes clientes.

Se hace lanzamiento oficial de los productos Cielos Nativos durante la feria Expoartesánías en el stand del programa. Se recibe solicitud de cotización de 5.000 paneles tejidos en las 3 referencias para un proyecto que abarca un área de 2.000 m2.



En los proyectos comerciales, se concluyen proyectos para Crepes y Waffles, Hostales Masayá, y la clienta Charline Prioul. Para Crepes y Waffles se llevó a cabo la 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, producción de 2 paneles tejido en Fique y 4 paneles tejidos en guadua biche para para las diferentes habitaciones del hostel.

Se hace exhibición de manera permanente de 9 tejidos en el almacén Calle de los Anticuarios. Se hizo exhibición temporal en el marco de Expoartesano en Medellín, y se realizó lanzamiento oficial del programa en el marco de Expoartesánías en Bogotá.

Se exhibe la oferta completa de tejidos y maderas consolidados durante el transcurso del año para utilizar en proyectos arquitectónicos. La muestra resume la oferta de productos del programa que impacta a 18 comunidades de artesanas y artesanos de diferentes regiones del país. En los 3 espacios de exhibición, e programa ha tenido una gran acogida por el público visitante, se inicia una base de datos de posibles clientes, y se hace seguimiento a clientes potenciales para grandes proyectos de arquitectura y construcción. Durante la feria se comparte el catálogo digital con la oferta de productos de las diferentes regiones que abarca el programa.

Como parte de las alianzas en el marco del programa, se avanzó en 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 desarrollaron actividades como:

- Realización del documental sobre el maestro Ernesto Rodríguez Jara, maestro de maestros de la tejeduría en Pindo, de Palermo-Huila.
- 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

DESCRIPCIÓN RESULTADOS	META	FINAL
EXHIBICIÓN • Almacén CALLE DE LOS ANTICUARIOS– Exhibición permanente • EXPOARTESANO – Medellín • EXPOARTESANÍAS - Bogotá	3	3
PROYECTOS – ALIANZAS • HUNTER DOUGLAS: Lanzamiento <i>Cielos Nativos</i>	1	1
PROYECTOS COMERCIALES • CREPES Y WAFFLES –Restaurante Calle 82, Bogotá • MASAYA HOSTELS– Nuevo hostel en Bogotá • CHARLINE PRIOULT	2	3
CATÁLOGO PRODUCTOS • (en proceso)	1	1
COMUNIDADES DE ARTESANOS	22	
OFICIOS Y TECNICAS ARTESANALES	62	

Principales resultados 2021

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 re anudar actividades en zona en primera instancia, se hizo 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 hizo actualización de tendencias, por medio de la investigación de plataformas de tendencias internacionales y puestas en contexto para los diversos grupos artesanales. Fue compilada e interpretada por la Directora Creativa Natalia Pérez.

En el mes de febrero el programa de Moda y Joyería, participó en la convocatoria Nacional de donde se provee una base de datos de 766 artesanos 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.



- Actividades en trabajo con comunidades:

Aguadas – Caldas - Somos Artesanos

Beneficiarios: 23

Acciones Implementadas: 19

Riohacha - La Guajira Asociación de Artesanas Puerto Chentico

Beneficiarios: 33

Acciones Implementadas: 32

Leticia – Amazonas - Artesanías Kasia

Beneficiarios: 7

Acciones Implementadas: 31

Jericó – Antioquia - Asocarriel

Beneficiarios: 21

Acciones Implementadas: 16

Sutatausa – Tejlarte

Beneficiarios: 13

Actividades: 24

Nobsa – Boyacá – Grupo Nobza la oveja negra

Beneficiarios: 17

Acciones Implementadas: 12

San Agustín – Huila - Libertejidos

Beneficiarios: 8

Acciones Implementadas: 27

San Juan del Cesar - Curazao - Semillero Wiwa

Beneficiarios: 14

Acciones Implementadas: 32

Artes Muysquo

Beneficiarios: 29

Acciones Implementadas: 27

Santiago – Putumayo - Inga Awasca

Beneficiarios: 12

Acciones Implementadas: 22

Palmito – Sucre - Asojaspal

Beneficiarios: 10



Acciones Implementadas: 20

Usiacuri – Atlántico - Artesanías Lelimar

Beneficiarios: 13

Acciones Implementadas: 33

Componente	# actividades
Desarrollo Humano	43
Diseño y Producción	174
Comercialización, emprendimiento/marketing	68
Total	285

Parte de las acciones ejecutadas incluyó la compilación y compra de las necesidades en materias primas, herramientas e insumos, esto con el fin de atender las acciones de promover estrategias en las comunidades que posibiliten la comprensión el mercado hacia este nicho específico, se desarrolla producto en cada vigencia, para lo cual se hace necesario proveer a la comunidad de estas materias primas que sirvan como insumo para llevar a cabo este fin.

Para cada una de ellas se solicitan las necesidades, para así iniciar los procesos de contratación, discriminado por cuadros según características de los herramientas, materias primas industriales y materias primas en zona.

La materia prima en zona es aquella fibra de origen natural proteico o celulósico, que se da en zona y que pueden proveer los artesanos desde territorio, fortaleciendo además la cadena de valor de las comunidades y productos asociados.

Es así que el Programa de Moda y joyería, en su categoría prendas y accesorios, invirtió \$21.889.362 incluyendo transporte en la compra.

✓ 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 buscó 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. Estas actividades fueron enfocadas al aprovechamiento limpio de recursos naturales para el oficio. Las comunidades que recibieron estas capacitaciones son:

1. Grupo Nobza del municipio de Nobsa en el departamento de Boyacá, conformado por 19 artesanas es definido en principio para la transmisión de saberes, tras el retiro del grupo del programa se traslada la transmisión a Cuitiva – Boyaca para 13 artesanas. Este taller fue dirigido por la maestra Luz María Rodríguez, artesana del grupo Tejilarte del municipio de Sutatausa en Cundinamarca.
2. Grupo Artesanías Lelimar de Usiacurí Atlántico que cuenta con 13 artesanos y recibió la transmisión por parte de Elsy Rodríguez de forma virtual, la maestra hace parte del legado que deja Juanita Castillo de Sandoná en el departamento de Nariño.
3. Grupo Artes Muysco del municipio de La Cruz en el departamento de Nariño. Recibieron el proceso de transmisión de manera presencial por parte de la maestra Elsy Rodríguez. Esta comunidad cuenta con 46 miembros.

Reconocimiento a maestras artesanas:

MAESTRO/A	RECONOCIMIENTO
Elsy Rodríguez –Viviana cumbe	\$ 2.100.000
Luz María Rodríguez	\$ 2.100.00

✓ Participación en Proyectos Especiales:

Convenio Éxito – Artesanías de Colombia

En esta vigencia se adelantó el convenio con el grupo Éxito para la colección Arkitect by MAZ, Artesanías de Colombia parte desde la sugerencia de las comunidades y la diseñadora. En el marco de Colombiamoda 2021, se lanzó la colección que benefició 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. (pata de cabra)



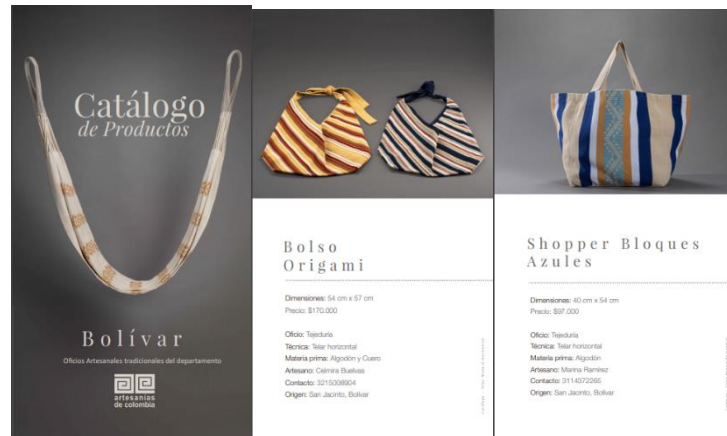
Distribución presupuestal:

PARTES	VALOR
Grupo Éxito	\$ 83.234.445
AdC	\$ 82.396.000
Total convenio	\$ 165.630.455

El convenio se pone en vigencia desde el mes de junio al mes de septiembre, las comunidades participan en Colombia Moda desfile Arkitect el 28 de Julio, con el acompañamiento de una líder por comunidad, logrando 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, actualizó 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 el viernes 21 de mayo.



Vístete de Colombia

En el marco de Expo artesanías 2021, se hizo acompañamiento a la estrategia financiada por Fontur – MINCIT, en donde participaron 20 marcas invitadas en la campaña que pretende visibilizar las marcas de diseño que vinculan con buenas prácticas a las comunidades artesanas, dicho proyecto rindió 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 Expoartesánías en la plataforma Moda Viva los derivados en producción del trabajo colaborativo. Para este año se contó 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

En el marco de Expoartesánías para la plataforma de Moda Viva, fueron entregados en consignación las producciones de:

- WARMI (Sylvia Sánchez)
- LAURA APARICIO (Laura Aparicio)
- MATAMBA ARTESANAL (Juanita Gil y Jennybeth Iguarán)
- WONDER FOR PEOPLE (Makis Medina, Manuela Sánchez)
- MARÍA LUISA ORTIZ (María Luisa Ortiz)
- ADRIANA SANTACRUZ (Adriana Santacruz)
- ISIDORA MALVA (Mónica Millán)
- JUAN PABLO SOCARRAS



- ✓ Participación en eventos comerciales:

Inauguración tienda los anticuarios

El día 28 del mes de julio es inaugurada la tienda de Artesanías de Colombia ubicada en la Calle de los Anticuarios con la colección de Moda y Joyería 2020. Se contó con entrevistas en vivo guiadas por Rocío Arias Hofman, en las que se encontraron marcas de diseño tales como: Wonder For People, Isidora Malva, A New Cross, Ceci Arango, María Luisa Ortiz, quienes a su vez participaron con la colección capsula.

Expoartesanías

La participación del programa de moda y joyería, se hizo en 115 metros que fueron ubicados en el pabellón 6 primer piso 1, allí fue expuesta la colección Palabras y Raíces que Anclan el Tiempo, con la participación de las comunidades beneficiarias y las 8 marcas de diseño en moda y 6 en joyería que realizaron el trabajo colaborativo con comunidades. En los 14 días de ferias se lograron ventas por el orden de: \$ 71.446.091.

DESCRIPCIÓN RESULTADOS	
BENEFICIARIOS	700
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, Usiacuri – Atlántico, Valle del Cauca Asobordar, Cartago- Bogotá – Santander, Charala	16
ACTIVIDADES VIRTUALES REALIZADAS • Componente de diseño y producción: 174, Componente comercial: e- marketing, emprendimiento: 68, Componente de desarrollo humano: 43	285
PROYECTOS ESPECIALES • Colección Arkitect by MAZ – 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. • Feria Bancolombia virtual	3
NEGOCIOS FACILITADOS (MM)	\$66
INGRESOS EXPOARTESANO – FERIA EXPOARTESANIAS	\$ 83,5
MATERIAL PEDAGOGICO DESARROLLADO	38
DISEÑADORES PARTICIPANTES Matamba; Isidora Malva; Warrni; Adriana Santacruz; Laura Aparicio; Wonder For People; Juan Pablo Socarras.	7

Principales resultados 2021

Categoría Joyería – Joyería y Bisutería

A continuación, se describen de manera general las principales acciones en el marco de esta categoría:

- ✓ Actualización de material para trabajo de campo:

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.

- ✓ Verificación de las comunidades y focalización de ellas

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 – Vetas	Varios Joyeros
Tolima – Ataco	Ajata
Risaralda – Quinchia	Arte y Joyas de Quinchía
Bogotá D.C.	Fundación La Esperanza
Valle del Cauca	Cali (Charlas)

- ✓ Actividades con comunidades

Risaralda – Quinchia - Arte y Joyas de Quinchia

Beneficiarios: 6

Actividades implementadas: 28

Bogotá – Fundación Liceo infantil La Esperanza

Beneficiarios: 8

Actividades implementadas: 10

Quindío – Quimbaya - Argentum Asociación de Orfebres, Asodisquim

Beneficiarios: 7

Actividades implementadas: 30

Caldas – Marmato - Asojomar

Beneficiarios: 5

Actividades implementadas: 13

Valle del Cauca – Cali

Joyereros independientes

Beneficiarios: 54



Actividades implementadas: 21

Bolívar – Mompox - Talleres Joyeros

Beneficiarios: 19

Actividades implementadas: 20

Santander - Vetas

Beneficiarios: 3

Actividades implementadas: 37

Tolima - Ataco - Ajata

Beneficiarios: 7

Actividades implementadas: 26

La comunidad de Ataco – Ajata, fue presentada en la semana de la Joyería, gracias al valor de trabajo con piedras semipreciosas y la evolución que han tenido desde el año 2020.

Alianza con Corpojova - Semana de la Joyería

Beneficiarios en Charlas: 275

Actividades implementadas: 4

Santafé de Antioquia:

Beneficiarios: 4

Actividades implementadas: 2

Medellín – Envigado

Beneficiarios: 31

Asesorías puntuales 14

Charla: 3

Comunidades	Actividades
Desarrollo Humano	14
Diseño y producción	156
Comercialización, emprendimiento/emarketing	39
Total	209

Atendiendo a sus acciones de promover estrategias en las comunidades que posibiliten la comprensión el mercado hacia este nicho específico, el programa desarrolla producto en cada vigencia, para lo cual se hace necesario proveer a la comunidad de estas materias primas que sirvan como insumo para llevar a cabo este fin.



Para cada una de ellas se solicitó las necesidades de materias primas, herramientas e insumos, para así iniciar los procesos de contratación.

Se realiza entrega de herramientas por un monto de \$19,9MM y como parte de materias primas se entrega plata por \$8,3MM

✓ 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 realizó la 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 fortalecieron 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.

MAESTRO	VALOR
FRANKLIN QUIÑONEZ	\$ 2.100.000
JORGE ELIECER BURGOS	\$ 2.100.000



LUCILA PAEZ PARRA	\$ 2.100.000
-------------------	--------------

✓ Participación en Proyectos Especiales:

Formulación del Proyecto con la Gobernación de Nariño

(Proyecto que queda formulado, ya que, debido a los tiempos contractuales de la Gobernación de Nariño, no es posible pasarlo a aprobación de ley de Garantías)

El proyecto se enfatizó 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 focalizarían grupos de mujeres y jóvenes para complementar la cadena de valor de la actividad minera aurífera en zona.

Se tuvieron en cuenta 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 pretendía reforzar las competencias de 15 joyeros más que se encuentran en el municipio de La Llanada.

Presupuesto del Proyecto:

PARTES	VALOR
Gobernación de Nariño	\$ 160.534.708
AdC	\$ 74.865.816
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 realizó el 21 de 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 aplaza para la vigencia 2022 por la focalización del grupo.

Colección capsula

Para la vigencia 2021, se realizan acciones desde la categoría Joyería, con el fin de vincular comunidades joyeras con marcas de diseño, dichas colecciones fueron expuestas y comercializadas en el stand de Moda Viva. Se contó con la participación de:

- Liza Echeverri
- Claudia Vallejo
- Ana buendia
- Catalina Echeverri
- Shawna Abadi

✓ Participación en eventos comerciales

El programa de moda y joyería con su categoría de joyería participa en el marco de Expoartesanias en el pabellón 8 primer piso, en la cual expone la colección de las comunidades beneficiarias Y con 3 grupos que son traídos a Bogotá: Grupo El Morro de Tumaco, Asociación de Joyeros de Mompox- ADOM y ASODOM, logrando ventas por: \$66,8MM



DESCRIPCIÓN RESULTADOS	
BENEFICIARIOS	710
DEPARTAMENTOS Municipios: Bolívar – <u>Mompox</u> , Antioquia - Santafé de Antioquia, Quindío – Quimbaya, Caldas – <u>Marmato</u> , Santander – Vetas, Tolima – Ataco, Risaralda – <u>Quinchia</u> , Bogotá D.C, Valle del Cauca	9
ACTIVIDADES VIRTUALES REALIZADAS • Componente de diseño y producción: 146 Componente comercial: e-marketing, emprendimiento: 42 Componente de desarrollo humano: 14	212
PROYECTOS ESPECIALES • Laboratorio de Bolívar "Bolívar a tu casa" Municipio de Mompox: 17 talleres • <u>Save the Children</u> (140.000 Euros) • Semana de la Joyería	43
NEGOCIOS FACILITADOS (MM)	\$ 35,5
INGRESOS EXPOARTESANO (MM) – FERIA EXPOARTESANIAS	\$ 77,3
MATERIAL PEDAGOGICO DESARROLLADO	38
DISEÑADORES CONVOCADOS Liza Echeverri; Claudia Vallejo; Ana <u>Buendia</u> ; Catalina Echeverri (<u>pijú</u> joyería); Ceci Arando; <u>Shawna Abadi</u> .	6

Principales resultados 2021

Por otro lado, y como parte de las iniciativas orientadas a cumplir el objetivo en estudio: fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas, se encuentran los programas que a continuación se describen:

Programa (Unidad) 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

En las horas practicas los alumnos desarrollan las piezas iconos que son presentadas bajo comité de evaluación el 31 de octubre, con el acompañamiento de los jurados: Leyla Molina, Claudia Garavito, Natalia Quiñonez y Manuela Castaño.

De los comentarios se desarrollan las colecciones de cada estudiante.



✓ Participación Expo artesanías:

Como ejercicio de mercadeo y fogueo en comercialización, los alumnos del técnico laboral por competencias en joyería participaron en Expoartesanías 2021, en el pabellón 8, con ventas por \$ 40,2MM una variación en ventas de 84% en relación al año 2019.

Los alumnos asisten a su ceremonia de graduación el día 16 de diciembre en el marco de Expoartesanías 2021, son certificados en el técnico laboral 13 estudiantes.

✓ Cursos Cortos:

Los cursos cortos planteados para esta vigencia son realizados de forma virtual, dichos cursos son convocados por medio de la página web de la entidad, tienen una duración de 40 horas y se establece límite de participantes de acuerdo al orden de inscripción.

Resumen general cursos cortos

CURSO	DOCENTE	PARTICIPANTES	TEMATICAS
Metalurgia 3 cursos dictados	ELENA MORENO	180	Propiedades de los materiales, Nociones de Química Metales usados en joyería, Títulos, Legas, Fusión Tratamientos térmicos, Sustancias químicas en joyería, Sistemas de Medida, Tipos de Soldadura Proceso de Decapado. Recocido Cálculo de Mermas
Acabados de Superficie 2 cursos dictados	ELENA MORENO	110	Cinzelado Martillado Casado de metales Fusión Reconstituido de piedras Mokume Kum-boo Fold formig Anti-clastic formig Baños galvánicos -Electro formado -Resinas Patinas Esmaltes
Historia del Arte en joyería 3 cursos	ELENA MORENO	118	Edad de los metales Sumerios –Etruscos Los fenicios El antiguo Egipto Grecia antigua -Roma Antigua Eda Media El Bizantino -El arte Carolingio El Gótico El Renacimiento -El Rocco-El Barroco El Neo clásico -El art Nouveau El Art Deco La Joyería Contemporánea



Como ser competitivo en el mercado artesanal 3 cursos	ESMERALDA CASTRO	155	Introducción Al Mercadeo Plan De Mercadeo Diagnóstico de mercadeo artesanal en Colombia Decisiones De Producto Decisiones De Precio Decisiones De Plaza Decisiones De Promoción
Análisis de mi situación frente al nuevo mercado artesanal	ESMERALDA CASTRO	47 (37 certificado)	Conceptos Generales De Mercado Sistema económico Segmentación De Mercados Investigación De Mercados Análisis situacional
Presupuesto la clave de la sostenibilidad en la gestión y producción del oficio artesanal	ESMERALDA CASTRO	55	Generalidades De Los Presupuestos Conceptos generales Cedulas Presupuestales Presupuesto de Estados financieros Proyección de Estado de Resultados
Diseño para Joyería 2 cursos	KAREN PULIDO	142	Conceptos básicos de diseño

✓ Conferencias

- Derecho de Autor y registro de marca para el sector artesanal de joyería:

Dictado por el Abogado Alexander Parra

- Conferencias a Marruecos en técnica de joyería

Dos sesiones

Temática: Esmeralda en Colombia

Estado de la Joyería Artesanal

- De la Plaza a Harvard

Charla a cargo del expositor Valentín Sierra Arias, enfocada a compartir una historia de vida con artesanos, en pro del emprendimiento y cumplimiento de retos en la vida.

✓ Programas Especiales:

Convenio SENA – Artesanías de Colombia

Convenio SENA se firmó en la vigencia 2021 y su objetivo es 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.

Entre las actividades desarrolladas en la vigencia 2021, se destacan:

- El Sena presenta una propuesta sobre el plan para el desarrollo del convenio
- Artesanías de Colombia presenta un borrador del reglamento para él la gestión del comité con el objetivo de acordar la conformación de las mesas de trabajo (4)
- Se da a lugar reuniones preliminares de mesas de trabajo
- En el marco del convenio entre Artesanías de Colombia (ADC) y el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, se tiene contemplado trabajar en dos acciones específicas relacionadas con el proceso de evaluación y certificación de competencias laborales:
 - Reconocer los aprendizajes adquiridos a lo largo de la vida de los artesanos, a través de la ejecución de proyectos de evaluación y certificación de competencias laborales. Y la ejecución del proyecto Marco de Referencia Global
 - Participar en jornadas de construcción, revisión y actualización de instrumentos de evaluación destinados a la certificación de competencias laborales del SENA.

- 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.

La propuesta desde Artesanías de Colombia se fundamenta en:

Certificar como artesanos en su oficio en mínimo tres normas de competencia laboral, aplicando la estructura de la CNO vigente a la fecha (53-Artesano y los 16 oficios) y teniendo en cuenta las competencias requeridas para evidenciar un dominio del proceso artesanal. Ej: Certificación como Artesano Joyero, Artesano alfarero, etc.



Para la vigencia 2021, son expedidas las siguientes:

Mesa Sectorial/ Nombre Norma	Certificaciones Expedidas
ARTESANÍAS	395
Acondicionar arcilla según técnica de modelado	15
Adornar tela según técnica de calado	11
Configurar pieza artesanal según técnica de ensartado	81
Entrecruzar fibras según técnica de sombrerería	83
Entrecruzar fibras según técnica de tejido trenzado	83
Entrelazar fibras según técnica de anudado	22
Obtener fibras vegetales según técnica y características del material	77
Proyectar producción según requerimiento técnico	23
JOYERÍA Y RELOJERÍA	82
Aplicar acabados a la joya de acuerdo con procedimientos y ficha técnica	48
Ensamblar joyas según procedimientos técnicos y normativa	34
Total Certificaciones Expedidas	477

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.

DESCRIPCIÓN RESULTADOS	
BENEFICIARIOS (Técnico laboral en Joyería 8 presencial, cursos complementarios, certificaciones)	893
CURSOS CORTOS de (40 horas c/u) 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	16
CONFERENCIAS • 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:	477
HORAS ACADÉMICAS DICTADAS	620
DEPARTAMENTOS ATENDIDOS	26
VENTAS EXPOARTESANIAS (MM)	\$ 40

Principales resultados 2021



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 cierre de 2021 se dio por finalizada la revisión y actualización de los siguientes documentos referenciales:

- Capítulo, Tejeduría de la Cruz - Nariño 2021
- Capítulo Joyería, Ibagué - Tolima
- Capítulo Talla, calado y perforado en totumo, Girardot - Cundinamarca.
- Capítulo Arpa Llanera, Cuatro, Bandola, Guitarra y Maracas del Meta
- Capítulo Cestería en Mimbres y Yaré, Ibagué, Tolima.
- Capítulo Alfarería de la Cruz, Nariño

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

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



DESCRIPCIÓN RESULTADOS	META	FINAL
DOCUMENTOS REFERENCIALES ACTUALIZADO O EN PROCESO DE ACTUALIZACIÓN	6	6
FUNCIONARIOS DE ARTESANÍAS DE COLOMBIA CAPACITADOS POR ICONTEC PARA SER AUDITORES DEL PROGRAMA "SELLO DE CALIDAD"	5	5
ARTESANOS ATENDIDOS	368	
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 y 5 de información y sensibilización del Programa	10	
ARTESANOS ATENDIDOS POR MEDIOS ALTERNATIVOS Correo electrónico, Teléfono, Whatsapp	41	
ARTESANOS ATENDIDOS APOYO GRÁFICO SELLO DE CALIDAD	7	
SOLICITUDES Y DOCUMENTACIÓN RECIBIDA DE ARTESANOS INTERESADOS EN CERTIFICARSE	16	
EVALUACIONES DE PRODUCTO Y DE UNIDAD PRODUCTIVA Realizadas de manera digital o presencial	27	
SELLOS OTROGADOS EN 2021	14	

Principales resultados 2021

Como otros resultados se destacan los obtenidos en el marco del programa de Asesorías puntuales:

DESCRIPCIÓN RESULTADOS	
BENEFICIARIOS ATENDIDOS	484
CONVOCATORIAS PÚBLICAS	12
NÚMERO DE BENEFICIOS Participación de 441 beneficiarios en talleres y sesiones individuales (Diseño, Comunicación, Desarrollo Humano, comercialización y Educación Financiera)	1.980
TALLERES VIRTUALES EN DISEÑO	19
TALLERES VIRTUALES EN COMUNICACIÓN (Fotografía, diseño de catalogo, tipos de contenidos)	12
TALLERES VIRTUALES EN DESARROLLO HUMANO	2
TALLERES Y CHARLAS VIRTUALES EN EDUCACION FINANCIERA	11
TALLERES EN COMERCIALIZACION	8
VENTAS EXPOARTESANIAS (MM)	\$ 95

Principales resultados 2020

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 comprometiéndose al cierre de la vigencia \$7.191,2MM

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”.

a) 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 MM del Presupuesto General de la Nación (PGN), comprometiéndose un 99,6% al cierre de la vigencia que equivale a \$1.157,4MM.

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 se adelantaron acciones con 917 personas artesanas entre los meses de enero a diciembre en los departamentos de Cesar, Magdalena, Bolívar, Córdoba, Antioquia, Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño.

Al mes de diciembre de 2021, teniendo como punto de partida las coberturas del programa para este tipo de población se adelantó atención de la siguiente manera:

CESAR: Se realizaron visitas y acompañamiento pueblo Kancuamo, Valledupar

MAGDALENA: Pueblo Arhuaco, Santa Marta, Fundación, Ciénaga, Aracataca

CORDOBA: Montería, Tierra Alta, Puerto Libertador y Montelibano

BOLIVAR: Cartagena, Carmen de Bolívar, San Jacinto, Magangué.

ANTIOQUIA (ZONA URABA ANTIOQUEÑO): Apartado, Chigorodo, 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

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 desarrollan 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
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 encuentran:

Participación en Expoartesano Medellín, con producción de 19 unidades productivas, así mismo se ejecutó el 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.

Se adelantaron talleres a distancia en los componentes de diseño, desarrollo humano y comercialización, haciendo énfasis en capacidades y habilidades para la participación en espacios feriales, 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 realiza la asistencia técnica directa en los departamentos de Magdalena, Bolívar,



Córdoba, Antioquia, Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño. Se inician los primeros contactos directos y asistencias técnicas con las comunidades del departamento de Cesar pertenecientes al pueblo Kankuamo.

Se adelanta estrategia de transferencia metodológica APV Magdalena y municipio de La Tola, en trabajo con monitores.

Se llevaron a cabo 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.

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 continuo 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.

Se entrega el material fotográfico correspondiente al modelaje de accesorios y finalmente en el mes de diciembre se adelanta la actualización de los recursos web del programa con los correspondientes insumos



Otra actividad es realizar espacios de sensibilización y fortalecimiento institucional para la artesanía, se adelantaron los siguientes encuentros y espacios para la sensibilización con actores relevantes para el sector artesanal y personas artesanas en las regiones: 1. Convención artesanal Buenaventura; 2. Convención artesanal pueblo Kankuamo en la ciudad de Valledupar y 3. Encuentro e inauguración centro de acopio Pueblo Arhuaco en la ciudad de Santa Marta.

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 define y aplica el instrumento de medición de efectos no económicos.

Los datos más relevantes del programa se muestran continuación

DESCRIPCIÓN RESULTADOS	META	FINAL
RECURSOS PGN - AdC (MM)	\$ 1.162	\$ 1.157
BENEFICIARIOS FOCALIZADOS		
<ul style="list-style-type: none"> 9 departamentos - 27 Municipios 357 nuevos beneficiarios (39%) Cumplimiento: 101% 	900	917
ACTIVIDADES VIRTUALES / ASISTENCIA TECNICA		
<ul style="list-style-type: none"> Jornadas de asistencia en los departamentos de Cesar, Magdalena, 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) 	400	422
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN		
16 catálogos de comunidad actualizados. Articulación de Laboratorio Bolívar estrategia de Bolívar a tu Casa.		17
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. Almacenes ÉXITO y Centro Cultural Gabriel García Márquez 		5
NEGOCIOS FACILITADOS CON CLIENTES (MM)	\$ 83,9	
VENTAS EXPOARTESANO (MM)	\$ 65,5	
VENTAS EXOARTESANIAS (MM)	\$185,3	

Principales resultados 2021



B) 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 contó con una apropiación inicial de definitiva de \$1.144 MM por parte del Presupuesto General de la Nación, de los cuales fueron comprometidos un total de \$1.005 MM, es decir el 87,85% de los recursos asignados.

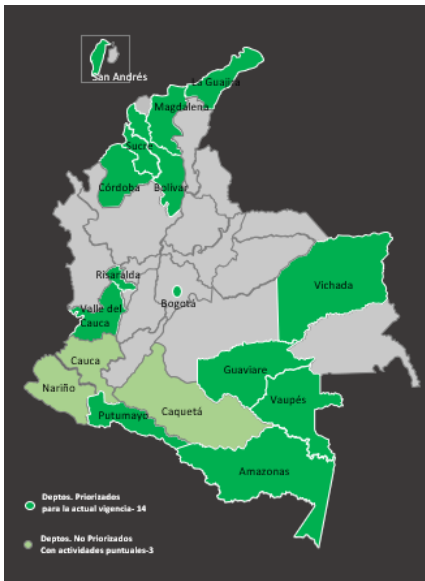
A través de la Línea Étnica de AdC, se promueve el reconocimiento y fortalecimiento de las tradiciones culturales vinculadas a la actividad artesanal de las comunidades, grupos o artesanos indígenas, (NARP) negros, afrocolombianos, raizales, Palenqueros y RROM, que asumen la artesanía como una de sus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

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

En este sentido en total se logró la atención de 15 Grupo artesanales con atención integral de los cuales al cierre del año, 2 se desvincularon.



#	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



En cuanto a beneficiarios se reporta un total acumulado final de 452, 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., 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.



Los criterios de selección considerados fueron:

- Grupos nuevos o con los que no se haya tenido atención integral.
- Organización por consolidar y/o fortalecer
- Responde a obligaciones jurídicas de atención o solicitudes gubernamentales.
- Responde a los criterios mínimos de atención según su nivel
- Con posibilidad mínima de un trabajo virtual.

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

A continuación, se presentan las fases para ejecución de las actividades en el desarrollo del proyecto:

- **Fase I: Alistamiento** En esta fase se busca realizar la estrategia metodológica de implementación del proyecto, la validación y actualización del perfil de los grupos artesanales a focalizar, el desarrollo del plan administrativo y técnico, vinculado a las estrategias de intervención y presentación de los perfiles del equipo técnico encargado de apoyar las actividades del proyecto
- **Fase II: Apertura territorial y/o virtual** Se realiza el primer contacto con los grupos a priorizar, se establecen los criterios de selección para la focalización y se formaliza la vinculación de los grupos beneficiarios para la presente vigencia



- **Fase III: Diagnostico participativo** Diagnosticar el estado actual del proceso productivo de cada grupo, evaluando la viabilidad técnica y comercial de los productos, así como las brechas que impiden su comercialización en la reactivación económica de sus economías propias, así como su situación respecto a la actual pandemia y su viabilidad de ejecución.
- **Fase IV: Implementación técnica** Adelantar acciones de asistencia técnica de acuerdo al potencial productivo y técnico de cada grupo productivo artesanal con el fin de fomentar los procesos de producción diferenciados con elementos de identidad propia y estándares de calidad orientados a las dinámicas del mercado actual
- **FASE V: Activación de mercados y plan comercial** Contribuir a la eficiente promoción, divulgación y comercialización de los productos artesanales étnicos.
- **FASE VI: Estrategias transversales** Activar el componente de comunicación y divulgación y realizar el seguimiento técnico, administrativo, financiero y logístico para la ejecución del proyecto. – Gestión y Articulación – Monitoreo y Seguimiento – Comunicación y Divulgación

Los datos más relevantes del programa se muestran continuación:

DESCRIPCIÓN RESULTADOS	META	FINAL
RECURSOS PGN - AdC (MM) • Avance: 87,85%	\$ 1.144	\$ 1.005
BENEFICIARIOS • 16 departamentos y Bogotá • 28 Municipios • Cumplimiento: 126%	360	452
GRUPOS ARTESANALES ATENDIDOS DE MANERA INTEGRAL Bolívar, Guaviare, Vichada, Sucre, La Guajira, Vaupés, Córdoba, Risaralda, Amazonas, Magdalena, Valle Del Cauca y Bogotá.	12	13
GRUPOS ARTESANALES ATENDIDOS DE MANERA PUNTUAL Caquetá, Cauca, La Guajira, Magdalena, Nariño, Putumayo, Risaralda, San Andrés, Sucre, Valle Del Cauca, Vaupés y Bogotá		29
ACCIONES DE ACOMPAÑAMIENTO A DISTANCIA (Componentes Socio Organizativo, Diseño, Comercial y Comunicaciones)		
TALLERES DE ASISTENCIA TÉCNICA	650	
CHARLAS Y/O CONVERSATORIOS VIRTUALES	16	
MATERIAL PEDAGÓGICO DESARROLLADO (Videos, podcast, infografías, cartillas digitales, Presentaciones)	21	
GESTIONES Y CONVENIOS Formalización de Convenio 2021 con Colombia Productiva-Fiducoldex	1	
RESULTADOS COMERCIALES		
NEGOCIOS FACILITADOS (MM)	\$72	\$ 51,5
EXPOARTESANO		\$ 58,8
SUBASTA NARRATIVA VIVA		\$ 28,8
EXPOARTESANÍAS (Etnias + Colombia Productiva)		\$ 316
TOTAL VENTAS PROGRAMA		\$ 403,6

Principales resultados 2021

✓ Logro a destacar

Resultado del conocimiento del sector y acciones implementadas durante los últimos años, encaminado a fortalecer la actividad artesanal, desde el año 2019 la entidad dio inicio a la



formulación del proyecto de Ley del artesano. Durante 2021 y en armonización con MinCIT y Ministerio de Cultura, fue definido y desarrollado el proyecto de ley de los oficios culturales, el cual fue sancionado en el mes de enero de 2022 (Ley 2184 del 6 de enero de 2022)

Esta ley busca beneficiar a las personas que ejerzan su práctica en los ámbitos de las artes, las industrias creativas y culturales y el patrimonio cultural cuyo saber se haya adquirido por la tradición oral, la práctica y el aprendizaje informal

En cuanto a temas de los oficios artesanales, esta ley incluye temas como:

- Registro Único de Artesanos de Colombia (RUAC)
- Consejo Nacional para el Desarrollo de la Actividad Artesanal
- Fomento a la transmisión de saberes
- Fomento a la formación en oficios artesanales
- Certificación de aprendizajes previos
- Creación de Red de Pueblos Artesanales y de Oficios
- Fortalecer Operaciones estadísticas y estudios cualitativos
- Promoción y comercialización

El reto a partir de 2022, es lograr dar inicio a su consolidación y puesta en marcha.

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

En el marco de la perspectiva cliente y beneficiario, y como resultado de todo lo anterior, se ha establecido este tercer objetivo estratégico el cual obedece al enfoque estratégico que durante los últimos años la entidad ha fortalecido, el cual consiste en 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 este, el principal grupo de interés y valor.

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



a) Fortalecer y alinear la actividad artesanal con el turismo cultural

A partir de esta iniciativa se logró sensibilizar y capacitar a 920 artesanos, lo que significa un cumplimiento del 100,1% 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 participaron 404 artesanos (beneficiarios en número de servicios).

Se realizan capacitaciones en mercadeo y ventas a 20 comunidades de Antioquia, Córdoba, Quindío, Risaralda, Santander, Cundinamarca, Bogotá, Boyacá, Huila, Tolima y Cauca, en las que se beneficiaron 361 artesanos.

Se han realizado 20 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, Caquetá, Risaralda, Magdalena, Córdoba, Quindío, Tolima y Valle A en las que se beneficiaron a 536 artesanos.

Se realizaron 20 capacitaciones en ecommere a comunidades de los departamentos de Nariño, Valle, Sucre, Caldas, Antioquia, Cesar, Bolívar, Risaralda, Cundinamarca, La Guajira, Amazonas, Boyacá, Huila, Choco, Meta, Atlántico, Cauca, Magdalena, Tolima, Sucre, en los cuales se beneficiaron a 122 artesanos mediante la implementación de 20 sesiones (talleres virtuales) de formación de capacidades y competencias digitales distribuidas en 6 módulos – Marketing digital, Redes sociales, promoción y venta digital, Finanzas y medios de pago, Logística, Estrategia de marketing digital - donde las sesiones tienen un componente teórico y otro práctico enfocado en “aprender haciendo” y se desarrollan de manera asincrónica con el fin de que los artesanos participantes gestionen el acceso a los contenidos.

En cuanto a la actividad asesorar sobre el desarrollo de imagen y manejo de marca a los artesanos, durante el año 2021, el componente de diseño gráfico del proyecto llevó a cabo



20 asesorías de desarrollo de marca y catálogo, mediante las cuales se buscó otorgar las herramientas necesarias a nivel de comunicación gráfica para que los artesanos, asociaciones y comunidades puedan generar una relación directa con sus compradores a través de una imagen gráfica sólida que transmita la esencia de la marca.

Se beneficiaron las comunidades de Acire – Usiacurí, Atlántico; Artesanos de Olaya – Cartagena, Bolívar; Asociación de Artesanos de San Jacinto – San Jacinto, Bolívar; Antoartezénú – San Antonio de Palmito, Sucre; Asoawpro – La Guajira; Pontezuela – Cartagena, Bolívar; Cooperativa Artesanal de Aguadas – Aguadas Caldas; Abuelo Arrendajo – Leticia Amazonas; Luthiers de San Jacinto – San Jacinto, Bolívar; Gerardo Chasoy Arte y Diseño – Sibundoy, Putumayo; Mujeres Indígenas de Ortega – Ortega, Tolima; Renacer – Buenaventura, Valle; La Paz – Quibdó, Choco; Artesanías de Cascajal – Magangué, Bolívar; Asokumali – Cumaribo, Vichada; Ipirawira – Leticia, Amazonas; Comunidad 20 de Julio – Puerto Nariño, Amazonas; Asoartes – Turbará, Atlántico; Paramo de Guina – Sativanorte, Boyacá; Aproarpecc – Candelaria, Cesar; Artesanas Afro de Quibdó – Quibdó, Choco y Athia Taller de artesanías Wayúu – Maicao, La Guajira, se beneficiaron 338 artesanos. Este proceso tuvo en cuenta dinámicas de co-diseño para la ejecución de las actividades y generación de productos finales donde el diseñador y el artesano son gestores en conjunto de los resultados en términos de diseño

Por otro lado, en el marco de esta iniciativa, se cuenta con el desarrollo del “**Mapa Turístico Colombia Artesanal**”. Aplicación digital, a la manera de guía de viaje interactiva, que propone, en una primera etapa, 12 rutas artesanales por distintas regiones del país, en la que se detallan las particularidades de 12 regiones del país con las rutas que llevan a los talleres de los artesanos elegidos por Artesanías de Colombia, así como las historias de vida de los 90 mejores artesanos del país.



Brindando una inmersión en las técnicas y los oficios, así como la actualidad del mundo artesanal del país, la web app busca incentivar el turismo artesanal en las rutas de Colombia, llevando a los viajeros a conocer, de primera mano, dónde, quiénes y cómo se



hacen las artesanías que los enamoran, invita al visitante a valorar la maestría de los oficios más tradicionales del país hechos a mano. La aplicación puede encontrarse fácilmente en www.colombiartesanal.com y descargarse para teléfono móvil, computadores o tabletas.

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 avanzó en entrevistas de las rutas turísticas, así como en las fotografía. Se aprobaron los diseños, fotos, textos y todo el funcionamiento de la PWA.

Se socializó Colombia Artesanal con diferentes entidades para lograr esfuerzos conjuntos. Se lograron apoyos de Procolombia y se trabajó en la presentación de un proyecto a Fontur que permita hacer difusión del mapa Turístico.

Como avances de 2022, producto de la gestión en el ultimo mes de 2021, se logró la Participación en FITUR con el apoyo de Procolombia, la participación en ANATO en el stand de Artesanías de Colombia y en el stand del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y se realizo la promoción y viaje de influenciadores.

b) 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	META	AVANCE
FERIAS INTERNACIONALES	1	1
FERIAS NACIONALES	2	2
FERIAS REGIONALES	25	55
EVENTOS NACIONALES	8	12
RUEDAS DE NEGOCIOS	4	5
TALLERES DE OFICIO	26	37
TOTAL	66	112
AVANCE		170%



✓ Ferias Internacionales

ExpoDubai

La entidad tuvo participación en el Pabellón de Colombia, el cual contó con un área de 2.000m2, en el “distrito oportunidad”.

En cuanto a la presencia comercial, se contó con una tienda de Artesanías de Colombia con más de 180 referencias de todo el territorio nacional.

Así mismo la feria contó con 93 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. En la feria se exhibió contenido gráfico, fotográfico y videos de toda la riqueza cultural alrededor del hacer de las artesanías.



Adicionalmente hubo demostración de oficio por parte de:

- Sibundoy, Putumayo – Etnia Kamentsá / Taller Ayata
- La Guajira - Etnia Wayúu / Fundación Indígena Kanasü

✓ Ferias Regionales

Se logró la participación en 55 ferias regionales de las 25 programadas, es decir un cumplimiento del 220%. Las ferias fueron

FERIAS REGIONALES	
1. Mercartesano en Pasto	28. II feria de moda y artesanías El Caraño Quibdó
2. Orígenes de mi Tolima en Ibagué	29. Ibagué Festival
3. Heroica Open en Cartagena	30. Feria Nativo, siempre Santander
4. Mercartesano Mujer en Pasto	31. Festival Nacional Autóctono de Gaitas de San Jacinto
5. Feria Chagrarte en Amazonas	32. Feria Tapiz Artesanal Ipiales
6. Marketplace Artesanal	33. Feria Mall Plaza Manizales
7. ANATO	34. Feria Mall Plaza Bogotá
8. Feria de La plata - Huila	35. Feria Mall Plaza Barranquilla
9. Feria Artesanal - Conmemoración cumpleaños de Córdoba	36. Feria Mall Plaza Cartagena



10. Día del sombrero Tolimense	37. Feria Pereira Artesanal
11. A Ibagué la reactivamos todos	38. Mercado Artesanal Claustro de las Aguas
12. Tapiz artesanal Cauca	39. Feria Tapiz Artesanal Ipiales "2da versión"
12. World Coffe Fair - Cajibío Cauca (Virtual)	40. Feria del Hogar
13. Tapiz artesanal Cauca	41. Feria Memorias
14. XXXIII Festival Confraternidad Amazónica	42. Feria Ganadera
15. Feria Plaza Emprende Mall Plaza Cartagena	43. Feria Tapiz Artesanal Tuluá
16. Feria Ribereña Barrancabermeja	44. Mercartesano Tapiz Artesanal Gastronómico Pasto
17. Feria Tapiz Artesanal Gastrodiversa	45. Feria Origen Bucaramanga
18. Feria Empresarial y Artesanal San Francisco de Asís	46. Feria Pereira reactiváte y Emprende
19. Feria Chagrarte - Amazonas	47. Feria Semana Putumayo
20. Feria Tapiz Artesanal Cafés Especiales	48. Mercado Artesanal Serrezuela
21. Feria Expo festival Valledupar	49. Feria de Bolívar a tu casa
22. Feria hecho a mano Villavicencio	50. Feria Alborada San José de Cúcuta
23. Feria Amatura Mocoa	51. Feria Nacional de Pitalito
24. Feria Artesanal y Cultural del Caribe Colombiano	52. Feria Piracucú de oro Amazonas
25. Feria Artesanía y Folklor Armenia	53. Feria Tapiz Artesanal Congreso Gastronómico Popayán
26. Feria Patrimonio Vivo Bucaramanga	54. Feria virtual Moviendo tradiciones del artesano a tu casa
27. Gran feria Hecho a mano Tolima	55. Feria virtual Moviendo tradiciones del artesano a tu casa

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.

En el 2021 este espacio logró vincular a 184 talleres artesanales de 26 departamentos y Bogotá, en la que se han generaron ingresos para los artesanos por valor de \$ 160,6MM. Se cuenta con 1.164 artesanías en línea.

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

Durante el año se adelantaron gestiones de free press para posicionar la plataforma además de la contratación de módulos que generan valor agregado.



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

¿COMO SE HA IMPLEMENTADO EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ARTESANÍAS DE COLOMBIA?



Creación campaña #ArtesanosEstamosContigo



Creación y/o apertura de canales de venta para tienda virtual como Instagram y Pagina Web



Alianza con marketplace posicionados en el mercado como Mercado Libre, Rappi



COLOMBIA MODA 2020
Alianzas con ferias virtuales como Colombia Moda, Sabor Barranquilla e Ixel Moda



Alianza con la plataforma de pago Wompi de Bancolombia.



Conformación de equipo de ventas e-commerce.



Alianza con transportador logístico..



Campañas digitales como Día sin IVA, 20 de julio, Amor y amistad

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

2020 - 2021			
Marketplace	\$	160.595.560	24 /12/ 2020 a 31/12/2021
Rappi	\$	7.938.000	28/10/2020 al 31/12/2021
Mercado Libre	\$	3.099.000	28/07/2020 al 31/12/2021
Instagram	\$	27.414.229	06/05/2020 al 13/01/2021
Página Web	\$	13.047.000	02/09/2020 al 28/12/2021
Total	\$	212.120.789	

✓ Eventos Nacionales

Se logra un cumplimiento del 150% en la participación de eventos de una meta de 8 eventos proyectados.



EVENTOS NACIONALES

1. Subasta aguas de vida
2. Visita del presidente electo de Ecuador a la Casa de Nariño
3. Compliance, Anticorrupción y Cooperación Internacional
4. Exhibición Cancillería Bogotá
5. Exhibición Cancillería Cartagena
6. Bogotá Casa Abierta
7. Seminario de denominaciones de origen
8. Lanzamiento de la Candidatura de Colombia a la Secretaría General de la CAF
9. Inauguración Tienda Promocional - Calle de los Anticuarios
10. Presidencia de la República desayuno con Congresistas norteamericanos
11. Ixel Moda
12. Lanzamiento de redes en el marco de Expoartesánías 2021

✓ 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 realizaron 37 talleres de demostración de oficio, beneficiando a 37 artesanos:

Los diferentes talleres tuvieron lugar de manera presencial y los de carácter virtual a través de las redes y portal web de la entidad.

TALLERES DE OFICIO	DEPARTAMENTO
1. Carlos Alberto Díaz- Marroquinería	Bogotá
2. Mary Ortega - Arte Vivo	Nariño
3. William de Jesús Contreras - Telar horizontal y vertical	Cundinamarca
4. Jaime Ledesma - Talla en piedra	Huila
5. Mauricio Nontoa – Cacho y hueso	Sogamoso
6. Jorge Enrique Ayala Becerra - Trabajo de Macramé	Bogotá
7. Yuris Díaz - Tejeduría en Palma Sará y Palma de Coco	Bolívar
8. Segundo Guillermo Plazas Rosas - Trabajo en madera	Boyacá
9. Martha Lindarte Artunduaga - Tejeduría en telar horizontal	Caquetá
10. Viviana Andrea Tombé Quelal - Tejeduría en crochet y telar	Cauca
11. Patricia Murillo Quiñones - Cerámica	Miraflores
12. Omar Bryans Betancourt - Marroquinería	Valle



13. Andrea Del Pilar Aponte Chaparro - Tejeduría en telar horizontal	Boyacá
14. Jaider Chadith García - Lutheria	Bolívar
15. Frida Padilla - Tejeduría en Iraca	Atlántico
16. Edilson Tanigama Cándido - Tejeduría en Chaquira	Risaralda
17. Miguel Antonio Jurado - Talla en totumo	Bolívar
18. Ramón Toquica Sandaná - Ebanistería	Bogotá
19. José Miguel García - Filigrana	Cauca
20. Miguel Ángel Avilés Prado - Alfarería	Tolima
21. Blanca Nubia Sierra - Cestería	Boyacá
22. Yenis González - Tejeduría	Atlántico
23. Fernando Narváez - Tejeduría	Putumayo
24. Eileen Guariyú - Tejeduría	La Guajira
25. Addo Possu - Lutheria	Valle
26. Laureano Melo - Alfarería	Boyacá
27. Nelly Flechas - Trabajo de Macramé	Boyacá
28. Claudia Marleny Ramírez - Tejeduría en guana	Nariño
29. María Diva Santiago - Tejeduría ancestral en lana	Valle
30. Luisa Astaiza - Bisutería artesanal y objetos utilitarios	Huila
31. Nelly Rodríguez - Tejeduría en palma de moriche	Córdoba
32. Jerson Rossemberg - Metalistería y Joyería	Santander
33. Hander Esquivel - Tejeduría en fibra natural	Córdoba
34. Gloria Bayer - Tejeduría en seda	Risaralda
35. Zoraida Collazos – Cestería en guadua	Valle
36. El guarrú y La Morena	Bogotá
37. Mochila Terciá	Bogotá

✓ 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 en 2021 se participó en 5 ruedas de negocios, es decir un 125% de cumplimiento, 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 DETURSIMO	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 INTERNACIONAL 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	CÉSAR 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	Medellin
2	Cachivaches	Carolina Villagran Yepes	\$ 30.000.000	Bogotá
3	Artesanías Santafe	Lina Johanna Gómez Rodríguez	\$ 17.000.000	Medellin
4	Marcela Villegas	Marcela Villegas	\$ 15.000.000	Bogotá
5	Ikonos Colombia	Vanesa 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	Medellin
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	Medellin
11	Aliazul	Ana Patricia Mesa Franco	\$ 5.000.000	Medellin
12	El dorado Art	Juan Sebastian Rivera	\$ 5.000.000	Bogotá
13	Decoración D'Casa	Mauricio Gutierrez V	\$ 5.000.000	
14	La Artesanía	Betty Plazas Silva	\$ 4.000.000	Bogotá
15	Casa Flormorado	Ana Maria Sandoval Plazas	\$ 4.000.000	
16	Nativa Colombia	Valentina Buendía Ruiz	\$ 2.500.000	Barranquilla
17	Beatriz Representaciones	Beatriz Marin Lopez	\$ 2.000.000	Medellin
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 Aristiz	\$ 275.000	Medellin
24	La casa de los promocionales	Lina Martinez	\$ 200.000	
25	Fango	Francisco Luis Jaramillo Cardona	\$ -	Medellin
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	

Rueda de negocios Expoartesánías 2021

En cuanto a esta iniciativa se resalta el éxito de la convocatoria y asistencia que llevo al logro de un monto total de compra en feria de compradores nacionales e internacionales por valor de \$1.916MM que tomando como referencia los \$1.453,7MM del año 2019 representa un 32% de crecimiento

Rueda de Negocios Nacional

Con la asistencia total de 81 empresas compradoras nacionales, se llevó a cabo la Rueda de Negocios del 7 al 30 de diciembre, en el marco de la Feria Expoartesánías 2021.



Esta Rueda de Negocios busca brindar a los artesanos nuevamente espacios después de pandemia, para exponer directamente su oferta de productos, así como la posibilidad de acceder a nuevos mercados e interactuar directamente con compradores nacionales e internacionales.

En esta versión de la Rueda de Negocios, los compradores tuvieron la posibilidad de realizar contacto con más de 650 expositores, buscando productos de su interés, realizando reuniones con los artesanos, concretando negocios y comprando de nuevo directamente en feria.

Las 81 empresas participantes en la rueda de negocios, reportan compras por valor de \$561.230.000 directamente en feria a los artesanos expositores. Adicional a estas compras, la dinámica de rueda de negocios genera como valor agregado nuevos contactos y nuevos proveedores que tanto los almacenes como comercializadores logran realizar, así mismo la posibilidad de ampliar los portafolios de producto.

Rueda de Negocios Internacional

En el marco de Expoartesanías 2021 se realizó con éxito la rueda de negocios internacional, los días 8, 9 y 10 de diciembre, con el apoyo de Procolombia y Corferias

En este espacio participaron 39 empresas provenientes de los siguientes países:

- 22 Empresas de Estados Unidos
- 2 Empresas de Alemania
- 1 Empresa de Bélgica
- 3 Empresas de Canadá
- 3 Empresas de España
- 2 Empresas de Francia
- 1 Empresa de Israel
- 1 Empresa de Italia
- 1 Empresa de Japón
- 1 Empresa de Londres
- 1 Empresa de México
- 1 Empresa de Reino Unido



El total de negocios en feria de estos 39 compradores asciende a la suma de \$1.354, 9 MM demostrando así que el sector artesanal se fortalece con la generación de espacios para la integración entre la oferta y la demanda del sector artesanal y con nuevas oportunidades de negocios a nivel internacional, generando crecimiento para el sector y reconocimiento en diferentes mercados.

✓ 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 Expoartesánías, en formato híbrido.

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





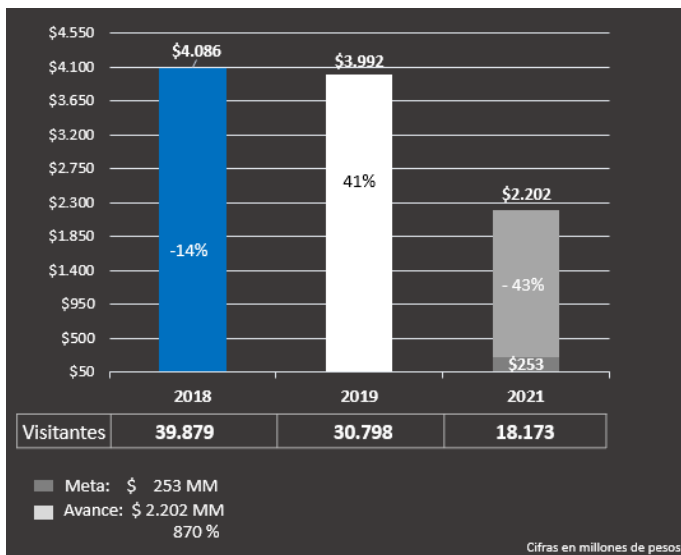
una disminución del 43% en cuanto a los ingresos.

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 trasmisiones de series audiovisuales

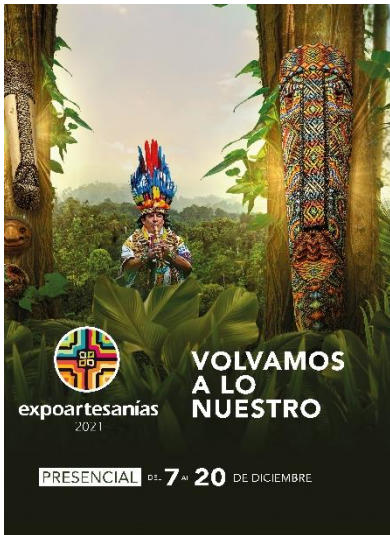
A continuación, puede observarse el comportamiento histórico de esta feria.



Comportamiento histórico – Expoartesano



Expoartesanías 2021



Expo artesanías 2021, fue la edición 31 de la feria artesanal especializada más destacada de la región latinoamericana en su categoría. La feria se realizó una vez más gracias a la suma de esfuerzos entre Artesanías de Colombia S.A. y Corferias, quien a través de un trabajo conjunto lograron brindar nuevamente la oportunidad a los artesanos del país de acceder al mercado nacional e internacional.

Esta edición de la feria estuvo marcada por el retorno a la venta presencial, luego de un año 2020 marcado históricamente por la pandemia mundial COVID-19, en donde la feria se realizó de manera virtual.

El retorno a la feria presencial, implicó que los expositores estuvieran vacunados con su esquema mínimo completo, que contaran con los mínimos de distanciamiento en términos de atención de público en sus stands, uso permanente de tapabocas, lavado de manos continuo, lo anterior con el fin de estar alineados a la normativa del gobierno nacional y distrital para eventos masivos.

Así mismo, esta nueva oportunidad para generar ventas presenciales tenía el reto de seducir al público formado y cautivo por los más de treinta años de trayectoria de la feria, capitalizar nuevos visitantes en nuevos segmentos del mercado en el público asistente y brindar la oportunidad a los compradores profesionales a nivel nacional e internacional de encontrar en un solo espacio comercial la amplia oferta artesanal y cultural del país.

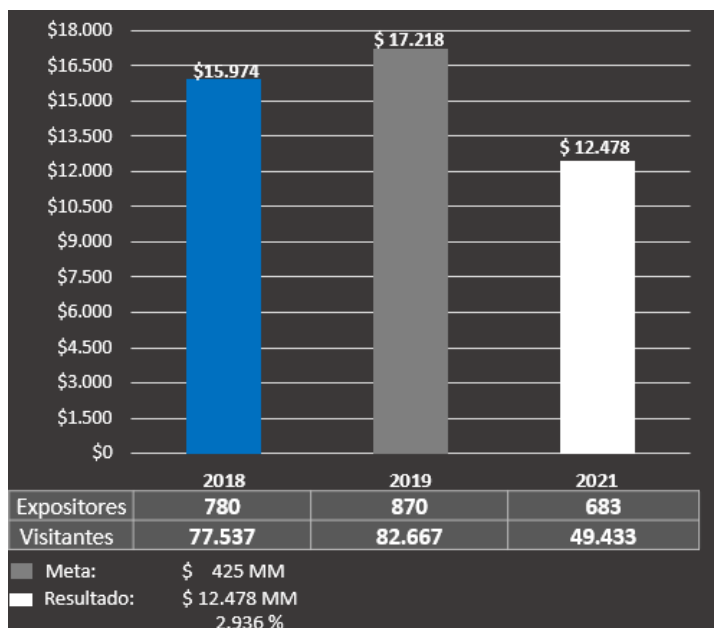
La feria contó con:

- Participación de artesanos contemporáneos, indígenas y tradicionales
- Expositores internacionales
- Entidades o proyectos institucionales
- Participación de proyectos institucionales de Artesanías de Colombia
- Rueda de Negocios Nacional / Internacional en alianza con Procolombia
- Agenda Cultural
- Se realizó en www.expoartesanias.com y en la plataforma ECONEXIA.



La exhibición ferial, se llevó a cabo en el recinto de Corferias en la ciudad de Bogotá, en los pabellones 3 nivel 1 y 2, 5, 6 nivel 1 y 2, 8 nivel 1 y en el área libre del pabellón 1, en los que 683 expositores de todas las áreas de artesanía y muestra complementaria lograron ventas por \$12.478,8MM en 14 días de feria (7 al 20 de diciembre).

A continuación, se puede observar el comportamiento de las ventas de los proyectos institucionales



Comportamiento histórico - Expoartesanias



La Troja

La feria Expoartesanías, estuvo acompañada de un espacio de conocimiento compartido entre artesanos, profesionales y representantes de cada sector quienes tuvieron su espacio para expresarse, contar historias y mostrar piezas artesanales.

Así mismo, se generaron espacios de Sonidos de Origen junto a grupos musicales tradicionales como lo son: Mochila Tercia', Guarrú y la morena y Grupo musical banda de los borrachos del Municipio de plata Huila, quienes tuvieron sus interpretaciones itinerantes por la feria.

La Troja Radio Digital, fue la gran novedad de la feria. Multiplataforma de comunicación que permitió compartir conocimiento sobre el sector artesanal en Colombia. La dirección editorial, concepción creativa y producción ejecutiva de sus contenidos están basadas en metodología periodística especializada (radio, televisión y medios digitales). Se contó con tres escenarios en simultánea:

RADIO DIGITAL: cabina especialmente diseñada con capacidad para cinco personas

ESCENARIO VIVO: área para presentaciones ante el público presente en feria

TRANSMISIÓN AUDIOVISUAL: vía Facebook y www.expoartesanias.com.co

En términos generales La troja contó con:

- Programación diaria en el marco de Expoartesanías.
- Duración: 11 días, 55 horas de contenido original
- Invitados: 168 personas (artesanos, empresarios, expositores, especialistas sectores de la economía y profesionales de Artesanías de Colombia).
- Siete (7) franjas de contenido diferenciado que incluyen demostración de oficios, presentaciones musicales, debates, mesas redondas, entrevistas en profundidad y paneles de conversación.

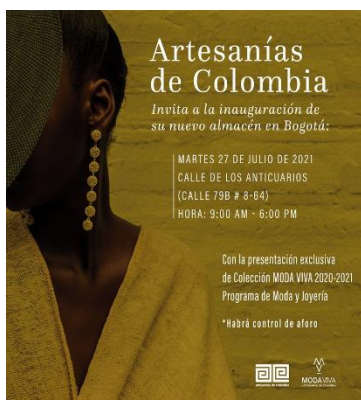
Fortalecer y ampliar canales de promoción y búsqueda de oportunidades comerciales de Artesanías de Colombia

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 realizó inversión en producto artesanal en 393 proveedores de artesanías, es decir un 53% de la meta equivalente a 737 artesanos proveedores; esto en 28 departamentos y Bogotá. El monto de la inversión alcanzó los \$2.060MM. Bogotá fue el lugar con mayor inversión en producto, con un 31,49% de la inversión, luego de la capital los departamentos con mayor concentración de inversión en producto fueron: Boyacá – 11,04%; Nariño con el 14,04%; Santander – 4,7% y Cauca – 4,56%, de participación.



Parte de esta iniciativa es la de promover espacios propios de Artesanías de Colombia como medio de articulación entre la oferta y la demanda, para el logro de este propósito la Entidad, en el año 2021 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 mayores ventas las cuales se encontraban en un promedio de \$100 MM 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 y 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 174% pasando de un promedio de ventas en el primer semestre de \$47,8 MM a un promedio mensual de \$131,3 MM desde el mes de julio. Esto aporta a la reactivación y genera grandes expectativas a 2022.

Por medio de estas tiendas y los canales de venta institucional, la entidad ha obtenido ingresos por ventas por un valor de \$4.205,6 MM 140,83% de la meta esperada para el año correspondiente a \$2.986 MM.

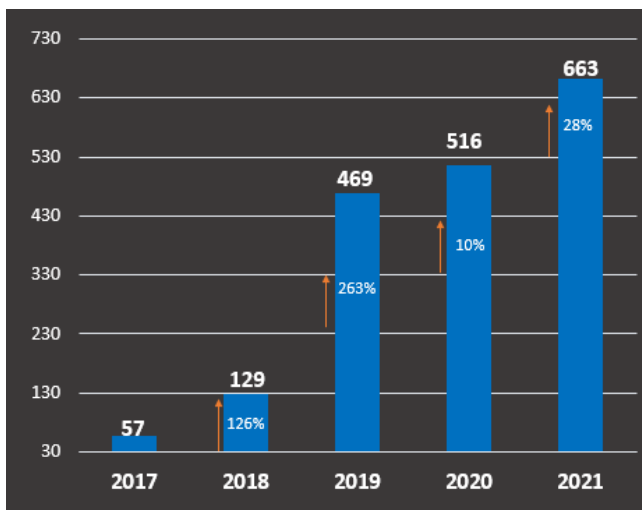
Vale la pena informar que esta ha sido una de las iniciativas más impactadas por la contingencia, pues ha derivado en un cierre de las tiendas desde la vigencia anterior, y en algunos meses de 2021 debido a las restricciones originadas por los picos presentados por el COVID-19.

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 \$2.370 MM y a través de las ventas Institucionales se ha logrado ingresos por \$1.835,6 MM

Otro de los logros significativos a destacar es el crecimiento de las exportaciones de Artesanías de Colombia en los mercados internacionales en un 28% (2020-2021) facturándose al cierre de la vigencia un total de \$663MM.

Se destaca la participación de los siguientes países:

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



Comportamiento histórico exportaciones

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

✓ Logros a destacar

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 e India.

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, Polonia, Reino Unido, Rusia, Turquía, Dinamarca, Italia, Chile, Hungría, Irlanda

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

Algunos resultados puntuales:

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

Embajada de Colombia en China y Japón

Gestiones para circuito de exposiciones museográficas y demostraciones de oficio virtuales, enmarcadas en el Plan de Promoción en el Exterior de la Cancillería.

Embajada de Colombia en Suecia

Invitación a diseñadores suecos a Expoartesanías 2021 con el apoyo de Procolombia.

- 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

Parte de las acciones mencionadas anteriormente, se ejecutan en el marco del proyecto “Mejoramiento y generación de oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano nacional” el cual para la vigencia contó con una apropiación de \$4.600 MM, de los cuales se comprometieron \$4.463MM que equivalen al 97,03%.



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

Parte final y transversal de la perspectiva de cliente y beneficiario se encuentra este objetivo estratégico, producto del gran reto con el que cuenta la entidad, identificado como parte de los ejercicios realizados con los artesanos representantes, de diseñar e implementar acciones para vincular a nuevas generaciones a la actividad artesanal. Es así que 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 Patajatamana, Matajuna, Flor de la Frontera, Jamucherra, Yotojoloín, Kamuschipa, y Mashuman 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 los oficios de tejeduría con hilo acrílico, técnicas telar vertical, crochet, peyón y trabajo en tela.

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.



Durante el último trimestre del año se llevaron a cabo las actividades planteadas en el plan de trabajo en los 6 municipios logrando al cierre de la vigencia realizar el proceso de transmisión de conocimientos a jóvenes y adultos, en 13 comunidades diferentes.

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.

En el transcurso del año 2021 se adelantaron 45 jornadas de capacitación y se acompañaron 143 trámites (132 marcas comerciales, 6 marcas colectivas y 5 registros de derecho de autor).



- ✓ Tramitar marcas comerciales individuales artesanales:

Se asesoró realizando el examen jurídico de viabilidad de las 132 marcas, así mismo, se procedió a diligenciar formularios y enviar instrucciones de consignación del costo de las solicitudes de marca – es necesario aclarar – que la radicación e inicios de procesos dependen del cumplimiento de las normativas legales y la disposición de los artesanos quien asume el costo de su solicitud.

Entre otras actividades en el marco del programa se destacan

- Ejecución de acciones conjuntas en el marco del convenio con la Dirección Nacional de Derecho de Autor – DNDA y SIC. Además de los avances frente al trámite de renovación del convenio suscrito con la Superintendencia de Industria y Comercio - SIC. Se adelantaron reuniones virtuales de los Comités Técnicos de los convenios para programar las actividades 2021.
- Acompañamiento a la segunda fase del Programa Suizo de Cooperación Internacional “Colipri” Programación de actividades para el año 2021 incluyendo la aplicación virtual de la Guía de Impactos de Denominaciones de Origen para las doce comunidades artesanales colombianas.
- Organización y participación en el Seminario web " Denominaciones de Origen del Departamento del Tolima" con apoyo de la SIC, Colipri (Cooperación Colombo Suiza), Asoarch, Serviarroz y Federación Nacional de Cafeteros.
- Participación en el seminario web “Cómo proteger y promover su cultura” Tema: Indicaciones Geográficas. Junio 30 de 2021. OMPI.
- Ponencia en el Simposio Mundial de Indicaciones Geográficas OMPI. Sept 6 de 2021.
- Apoyo legal a las cinco (5) comunidades artesanales que aparecen en la película “Encanto” de Disney.
- Participación en la construcción del CONPES de Mompox y de Propiedad Intelectual (nueva versión) de la mano del DNP.



DESCRIPCIÓN RESULTADOS	META	FINAL
JORNADAS DE CAPACITACIÓN Derechos de Autor, Consumidor, Usos signos distintivos y Marcas	40	45
RADICACIONES ADELANTADAS <ul style="list-style-type: none"> • 132 trámites de marcas • 5 registros de derecho de autor • 6 Registros de marca Colectiva 	120	143
BENEFICIARIOS ATENDIDOS Jornadas de capacitación - sensibilización	990	
DENOMINACIONES DE ORIGEN (Aplicación y análisis de resultados Guía de Impactos)*	12	

Principales resultados 2021

Preservar el patrimonio cultural inmaterial del sector artesanal

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

Para dar alcance a esta iniciativa 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 fue 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 se trabajó durante el año fueron: Tejedoras de Charalá, cestería Eperará- Siapidara, chaquiras Embera katio, Luthería de Tumaco, Tejeduría de Mampuján y cestería de Sandoná. Todos los productos de la investigación se divulgaron 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, se realizó publicación y promoción del conocimiento a través de la Revista Artífices en su formato digital. Allí se recopiló la historia de 50 artesanos (con los que se llega a 200) de todas las regiones de Colombia en la que el público en general podrá conocer su trabajo.

En este ejemplar los artesanos están ubicados en 41 municipios de 24 departamentos del país. Se contó con Comunidades indígenas, afro y tradicionales pertenecientes a las regiones caribe, Pacífica, Andina Orinoquia y Amazonía, por lo que se convierte en una muestra de la diversidad del trabajo artesanal, sus técnicas, tradiciones y culturas. Las historias recopiladas tuvieron un objetivo más allá de la Artífices y era hacer parte de la apuesta comercial más reciente de Artesanías de Colombia: El Marketplace. Esta Tienda Virtual entro a fortalecer y renovar las estrategias de habituales de venta para la artesanía.

En mayo, el mes de la Afrocolombianidad, el Centro Cultural de la Universidad de los Andes y Artesanías de Colombia rindieron un homenaje a los pueblos Negros, Afrocolombianos, Raizales y Palenqueros, NARP, a través de un recorrido virtual que exalta sus oficios artesanales, como aporte al testimonio vivo de las tradiciones culturales de nuestro país. Se incluyó (y aun continua vigente) la exposición virtual “Oficios Artesanales Afrocolombianos”, la cual exalta el invaluable aporte al patrimonio vivo del país, que realizan las comunidades negra, afro, raizal y palanquera a través de sus oficios artesanales.

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 se participó en el seminario virtual de cierre de la investigación "Relatos artesanales" en el que se compartieron experiencias con los artesanos que hicieron parte de la investigación.



Como parte de la gestión del conocimiento y de las acciones de diferentes procesos de la entidad, también ocurrieron otras estrategias de divulgación:

Voces 2021. Allí se dieron cita artesanos y conocedores del sector artesanal para compartir experiencias, conocimiento y oficios al público en general.

La Troja. Programa audiovisual y radial en esta oportunidad concebido por el equipo humano de Artesanías de Colombia para comprender la Colombia artesana. Participaron diversas comunidades artesanales y los profesionales de la entidad para transmitir una serie de programas, como una propuesta de comunicación y conocimiento compartido. Incluyó paneles de conversación, la proyección de piezas audiovisuales, espacios musicales, exposiciones virtuales, conversaciones con artesanas y artesanos de las regiones y los diversos lanzamientos de las colecciones que las comunidades artesanales crearon en colaboración con Artesanías de Colombia para los programas de Joyería, Diseño Colombia, Arte Vivo, Etnias y Laboratorios de Innovación y Diseño, entre otros.

En el espacio de la Troja se puso de relieve con la Revista Artífices; esta publicación abrió un espacio protagónico al relato de artesanos, para entender más de sus oficios y tradiciones vivas para sí mismos, para su comunidad y para terceros interesados en su labor. Igualmente, se abrió un espacio en la rueda de saberes para la exposición de los resultados finales de la investigación Relatos artesanales.

Encuentros de saberes ‘Palabra y Vida’. Fueron espacios de reflexión, diálogo e intercambio de experiencias sobre la actividad artesanal del pueblo Wayúu y su relación profunda con el mundo cultural, la educación, la cotidianidad y el Ser Wayúu. Los Encuentros tuvieron cuatro ejes temáticos, uno cada día: Tejiendo Territorio y conocimiento; Tejiendo el Cuerpo, Tejiendo el Legado y Tejiendo el Futuro. Todos ellos se basaron en los contenidos de la cartilla ‘Asalijawaa’, un documento que es el resultado del levantamiento del compendio de la cultura material e inmaterial del pueblo Wayúu, elaborado por el Laboratorio de Innovación y Diseño de La Guajira de Artesanías de Colombia. Se trata de una propuesta integral con dos componentes: la cultura material relacionada con oficios y técnicas de rescate, y la cultura inmaterial como el conjunto de las expresiones vivas del pueblo expresadas en el arte.



- ✓ Otras acciones de visibilización
- En alianza con la Universidad del Magdalena, durante la 1ª feria artesanal y cultural del Caribe Colombiano Se presentaron las cuatro memorias de oficio cada una correspondiente a una etnia de la Sierra Nevada de Santa Marta: Kogui, Wiwa, Arhuaco, y Kankuamo. Divulgamos el conocimiento artesanal para preservarlo, rescatarlo y valorarlo como parte del patrimonio cultural de nuestro país.
- VII Simposio Nacional de Patrimonio Bibliográfico y Documental organizado por la Biblioteca Nacional de Colombia, CENDAR participó propiciar espacios de reflexión teórica y práctica en torno a los avances, retos y posibilidades que presenta la gestión del patrimonio bibliográfico y documental colombiano, posicionando la importancia de este patrimonio para la sociedad colombiana, dentro de las agendas públicas, que incluya una perspectiva comunitaria e institucional.

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, se invirtió en 2021 en el mantenimiento a la colección física, pues al estar guardada por al menos 2 años sin uso, fueron tomadas medidas preventivas orientadas a garantizar su conservación.



Los dos sistemas sobre los que se consulta la información del CENDAR (Centro de investigación y documentación de la actividad artesanal) son KOHA (catálogo digital de la colección física) y DSPACE (biblioteca digital para consulta en línea) los cuales se mantienen activos y con servicio ininterrumpido, lo que 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.

Se cuenta con más 4.692 registros que contienen aproximadamente 6.000 recursos bibliográficos (documentos, vídeos, fotografías). Se catalogaron videos igualmente de material digitalizado de diferentes soportes y se está publicando en la biblioteca digital. La biblioteca digital cerró con 49.774 usuarios y un total de 61.357 visitas al cierre de la vigencia.

Por otro lado, se adelantó la construcción de un listado controlado de materias que contiene alrededor de 400 palabras relacionadas con el sector artesanal, que permitirá normalizar los campos de búsqueda, evitando repeticiones, homonimias, diversificación de resultados, creando un lenguaje unificado. Una vez completo, se convertirá en una herramienta para el análisis de información.

Los términos, además de contribuir con los procesos de indización de las bases de datos bibliográficas para facilitar la selección y recuperación de los temas contenidos, pretenden, con sus definiciones, precisar el valor semántico de su función descriptora específica, es decir, identificar la significación específica desde la que se ha efectuado su selección,



delimitando el sentido al que corresponden los temas desarrollados en la formulación de proyectos, informes de ejecución con que se da cuenta de los tipos y grados incidencia en las condiciones objetivas de trabajo y producción de los talleres, la prescripción de políticas de fomento y los estudios y diagnósticos sobre las características y factores de operación desde los que se desempeña la artesanía y el sector artesanal, y constituyen los contenidos temáticos de la documentación.

Por último, continua la implementación del VuFind es un sistema descubridor que ayuda a renovar el portal del CENDAR para mejorar concentrar las búsquedas en una sola interfaz los sistemas KOHA y Dspace haciendo más efectiva la búsqueda para el usuario final.

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, contó con una apropiación de \$250 MM del PGN y comprometió 97,9% de dicha apropiación, es decir \$244,8 MM.



2.2. PROCESOS INTERNOS

Antes de continuar con las perspectivas de apoyo, vale la pena resaltar que para la vigencia 2021 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 MM, de los cuales se comprometieron un total de \$1.696,4MM es decir el 99,7%. 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:



2.2.1. 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, sin embargo, a continuación, se pueden evidenciar los cumplimientos de cada uno de los planes alineados y su impacto en las estrategias encaminadas a fortalecer las dimensiones del MIPG:



AGRUPACIÓN ADC	ESTIMADO	REAL	Cumplimiento Indicador a Q1	POLÍTICAS O PLANES	ESTIMADO	REAL	Cumplimiento
Fortalecer la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación	95,00%	98,40%	100%	Política de Planeación Institucional	95,0%	98,0%	100,0%
				Plan anticorrupción y de atención al ciudadano	95%	98,80%	100,0%
Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro).	95,00%	93,71%	98,64%	Política de Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	95,0%	83,0%	87,4%
				Política de Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público (Plan de gasto público)	95,0%	93,0%	97,9%
				Política de Defensa jurídica y del proceso de gestión legal	95,0%	100,00%	100,0%
				Política de Gestión de adquisición de bienes y servicios	95,0%	100%	100,0%
				Plan de Austeridad	95,0%	94%	98,9%
				Plan de activos fijos	95,0%	91%	95,8%
				Ejecutar plan de seguimiento a consumos	95,0%	100%	100,0%
				Plan de acción de la Coordinación de Gestión Administrativa	95,0%	100,0%	100,0%
				Ejecutar el plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles	95,0%	82,4%	86,7%
Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano)	95,00%	94,67%	99,65%	Plan de acción (Estrategia) Participación ciudadana	95,0%	100,0%	100,0%
				Política de racionalización de trámites	95,0%	84,0%	88,4%
				Política de Servicio al ciudadano	95,0%	100,0%	100,0%
Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital"	95,00%	94,70%	99,68%	Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - PETI	95,0%	94,7%	100%
				Plan de tratamiento de Riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información	95,0%	85,0%	89,5%
				Plan de Seguridad y privacidad de la Información	95,0%	94,0%	98,9%
				Plan de Mantenimiento de Servicios Tecnológicos	95,0%	95,0%	100,0%
Fortalecer la dimensión de evaluación por resultados	95,00%	100,00%	100%	Política seguimiento y evaluación del desempeño institucional	95,0%	100,0%	100,0%
Fortalecer la dimensión de Información y Comunicación	95,00%	98,20%	100%	Política de Transparencia y acceso a la información pública y lucha contra la corrupción	95,0%	100,0%	100,0%
				Liderar la documentación e implementación del plan de acción para la política de gestión de la información estadística.	95,0%	0,0%	0,0%
				Política de Gestión Documental	95,0%	100,0%	100%
				Plan Institucional de Archivos de la Entidad - PINAR	95,0%	100%	100,0%
				Plan de Conservación Documental	95,0%	100,0%	100,0%
				Plan de Preservación Digital	95,0%	91,0%	95,8%
Fortalecer la dimensión de Control interno	95,00%	97,61%	100%	Política de Control Interno	95,0%	97,6%	102,7%
Fortalecer la dimensión de Gestión Estratégica del Talento Humano	95,00%	88,20%	93%	Plan de la Ruta de la Felicidad	95,0%	90%	94,7%
				Plan trabajo del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo	95,0%	90%	94,7%
				Plan de trabajo de la ruta del calidad	95,0%	84,20%	88,6%
				Plan de trabajo de la ruta del crecimiento	95,0%	67,0%	70,5%
				Plan de trabajo de Gestión del Conocimiento e innovación	95,0%	100,0%	100,0%
				Plan de trabajo del Código de Integridad	95,0%	98,0%	100,0%

Resumen cumplimiento planes alineados y políticas MIPG



Como parte de las actividades dirigidas a mantener el Sistema de Gestión de Calidad de Artesanías de Colombia, durante la vigencia 2021 se adelantaron 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. Así mismo se llevo a cabo la auditoria de seguimiento al SGC por parte de ICONTEC, los días 27, 28 y 29 de octubre, en la cual fueron auditados 9 de los 13 procesos que se están trabajando oficialmente.

Como parte de las acciones de fortalecimiento organizacional fue revisado y actualizado el mapa de riesgos de la entidad, incluyendo riesgos estratégicos, de seguridad de la información y de corrupción. El mapa fue publicado en el portal web y a través de comunicaciones internas.

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

Durante la vigencia se adelantó el ejercicio de actualización de partes interesadas y grupos de valor con la realización de mesas de trabajo en la que participaron colaboradores de diferentes áreas. El ejercicio fue desarrollado bajo la metodología de matriz de poder e influencia y se definieron las partes interesadas. A partir de la clasificación realizada, se actualizó la matriz de relacionamiento incluyendo su frecuencia de actualización. Se adelantaron reuniones 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 a partir de 2022.

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. Se realizó actualización de terceros responsables, asociación del código del sistema al código de la placa física de cada uno de los activos, así como la identificación y existencia física. Durante el año se registraron los movimientos en el inventario de consumibles y registrados en el ERP. Así mismo, 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.
- **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, de agua, de generación de residuos y de combustible. El plan logró con un cumplimiento del 94% 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 alcanzó un cumplimiento del del 82%, entre las actividades ejecutadas se encuentran: Coordinar la limpieza de áreas comunes y de ornato: paredes, ventanas y puertas; jornadas de fumigación contra rastreros y voladores, incluye desratización; limpieza de tejados de muros circundantes para las sedes de la entidad que lo requirieron.

Este objetivo, como se mencionó, incluye adicionalmente todas las iniciativas de la implementación la Política Pública de Gobierno Digital en la cual se tuvo un gran avance en los habilitadores transversales, que soportan los componentes de esta Política, en especial Arquitectura Empresarial T.I. y en Seguridad y Privacidad.



Al respecto es importante destacar que la constante evolución del gobierno electrónico en Colombia, ha dejado clara la importancia de las TIC para mejorar la gestión en las entidades públicas, así como los servicios que el Estado presta al ciudadano, no obstante, ahora surge una nueva realidad en donde la política de Gobierno Digital no solamente mejora los procesos y los servicios existentes, sino que permite llevar a cabo procesos de transformación digital que modifican la forma en que tradicionalmente el Estado se ha venido relacionando con el ciudadano.

En relación a la Política de Seguridad y Privacidad de la Información se avanzó en la implementación del Sistema de Gestión y Seguridad de la Información (SGSI), mediante el desarrollo del Modelo de Seguridad y Privacidad de la Información (MSPI), esto soportado con los Planes de Gestión de Riesgos y de Seguridad y Privacidad de la Información respectivamente, y su respectiva ejecución.

Para dar continuidad y mantener en práctica lo dispuesto en aspectos de Gobierno Digital, y la gestión que en materia de TIC´s la Entidad constantemente realiza, se llevó a cabo la renovación y ampliación de la infraestructura tecnológica de la Entidad, y se actualizó la tendencia tecnológica de Infraestructura Convergente o Convencional, definido totalmente por hardware, hacia un enfoque de Infraestructura Híper Convergente (HCI) totalmente definido por Software, que integra en un solo equipo el procesamiento (servidores), el almacenamiento y la conectividad (red), que permite a futuro la ampliación y actualización tecnológica de manera más ágil, funcional y económica.

Con esta nueva y novedosa arquitectura tecnológica de última generación, se da un paso muy grande, y se avanza aún más hacia los procesos de Transformación Digital, permitiendo mantener e implementar de manera más ágil, oportuna, funcional y segura enfoques de Nube Privada, para las nuevas tendencias de teletrabajo, trabajo y procesos remotos en general, muy importantes y necesarios para mantener vigencia en una economía cada vez más digitalizada y globalizada.

De igual manera esto es un avance muy grande para a futuro, con una mayor incursión en los servicios de Nubes Públicas, generar un ecosistema de Nubes Híbridas que permitan un



mayor y oportuno ambiente de alta disponibilidad, para la implementación de Planes de Restauración de Desastres (DRP) y de Continuidad de Negocio (BCP) de manera más ágil y rápida.

Igualmente, para dar continuidad a estos procesos de transformación digital, se actualizó el sistema de seguridad perimetral (Firewall), por un equipo de mayor capacidad, a fin de dar mayor alcance y protección en temas de Ciberseguridad, muy importantes para estos procesos de conectividad, transformación digital, Nubes de Datos, trabajo y procesos remotos. Así mismo, para garantizar la funcionalidad y oportunidad en estos procesos de transformación digital, se amplía y mantiene la capacidad y cantidad de canales de Internet, en alta disponibilidad, a fin garantizar la total debida y necesaria conectividad.

En resumen, para apalancar y avanzar en estos procesos transformación digital se ha venido implementando enfoques de Software como Servicio (SaaS), Infraestructura como Servicio (IaaS), y Computación en la Nube, entre otros; además de la debida actualización del parque TI, en estado de obsolescencia.

Todo lo anterior bajo los preceptos de derecho de autor, mediante el uso de software legal, usado en los equipos de la entidad.

En términos generales se continua la implementación del PETIC y los planes que lo complementan. El mismo presenta un cumplimiento del 94,70%. En cuanto al avance de las actividades programadas correspondientes a las rezagadas de años anteriores, el cumplimiento fue del 98%.

Por otro lado, y en el marco del proceso de implementación del Art. 17 de la Ley 2052 de 2020, fue creado el proceso de relacionamiento con la ciudadanía como un proceso estratégico para la entidad. Fue creada su caracterización, incluidos los indicadores de proceso y fue socializado a los colaboradores a través de comunicaciones internas.

Como parte de las actividades ejecutadas en el marco de las políticas de relacionamiento se destacan:



Servicio al ciudadano:

- Actualización del portafolio de servicios, ciclos de vida de servicios y atributos de atención
- Traducción en cuatro (4) lenguas nativas: Embera Chami, Ikun - Arhuaco, Wayuunaiky y Kamsá ó Kamëntšá, del portafolio institucional y la carta de trato digno
- Fue adquirida la herramienta "Live Chat", como mejora en el relacionamiento con la ciudadanía. Se encuentra en proceso de configuración con el portal WEB, la herramienta ya está disponible producto de la validación de herramientas para mejorar la atención.
- Continuó el proceso de publicación de documentos para piezas de comunicación en lenguaje claro, así como los manuales de participación en ferias.

Participación ciudadana y rendición de cuentas:

Se reconocieron es los siguientes espacios de participación ciudadana aportes para la entidad:

- **Como Vamos:** Espacio de diálogo entre la alta dirección y los colaboradores de la entidad, en el cual se da a conocer los diferentes avances de la gestión e identificar expectativas, logros y necesidades de este grupo de valor
- **Encuentros Regionales:** Son espacios de dialogo con la comunidad en general relacionada con el sector artesanal: Entes (privados, públicos, mixtos) ciudadanía y artesanos. Allí se sensibiliza a los participantes y se reciben sus propuestas para mejorar o innovar en los procesos planteados por Artesanías de Colombia.
- **Convención Artesanal:** Con el mismo objetivo y principio de acción a los encuentros regionales, el programa APV (Atención a la Población Víctima y Vulnerable) realizó con los pueblos Afro (Buenaventura), Kankuamo (Valledupar) y Arhuaco (Santa Marta).

2.2.2. 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 visibilización 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.

Para operacionalizar este objetivo se cuenta con los planes de acción de comunicaciones internas, externas (Medios y Artesanos) y digital los cuales como resultado de su ejecución presentaron los siguientes resultados:

Elaboración de 88 boletines de prensa de los eventos y acciones que ha que organizado y en las que participa la entidad, 11 boletines internos enviados a correos institucionales, 11 boletines “Artesanías 360°” en el cual se comunica sobre los principales avances de la gestión institucional y su impacta en el sector y se realizó un total de 198 campañas de email marketing, esto para un total de 697 publicaciones, lo que equivale a 114% de cumplimiento sobre la meta de 613 publicaciones.

En cuanto a comunicaciones en medios se logró identificar un total de 1.281 apariciones en medios de comunicación, lo que se ha observado a partir del monitoreo a medios, lo que se evidencia en el impacto a lo resultados del indicador estratégico de monto por free press”

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 desde 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 2021 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, 125 noticias sobre el sector artesanal, entre las cuales ocho (8) corresponden específicamente a la gestión de la entidad. Se hicieron 3.272 publicaciones e stories relativas al marketplace y al área comercial, en las redes oficiales de la entidad. Se publicaron nueve (9) especiales.

En cuanto a redes sociales el total de seguidores fue de 210.363. El alcance en redes sociales fue de 22.960.695 y la interacción total fue de 1.634.782 por parte de la comunidad. Adicionalmente se gestionaron 13.226 mensajes orientados a atender las solicitudes de servicio en línea.

Durante 2021 se continuó la ejecución de la iniciativa Artesano Digital, la cual para 2021 partió de la premisa: “El Covid aceleró nuestro mundo digital” y construyó el temario en un ejercicio de participación conjunta con la comunidad que integra la estrategia. Todos aportaron desde su experiencia y necesidades actuales de cara a un mercado cada vez más dinámico.

Fueron diez webinars generales dirigidos al todo el sector artesanal y dos específicos dirigidos a artesanos que ya han participado en la estrategia en años anteriores y quienes, además, hayan sido reconocidos por los Premios #ArtesanoDigital.



2.3. APRENDIZAJE Y DESARROLLO

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

La perspectiva de Aprendizaje y Desarrollo, está orientada a mejorar la calidad de vida laboral, propiciar el desarrollo y crecimiento profesional de los funcionarios de la entidad y a promover la transformación de la cultura organizacional de la entidad para esto ha formulado los planes institucionales en el marco de la ruta de la felicidad, el crecimiento, la calidad, el plan de cultura y el de seguridad y salud en el trabajo.

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 2021, 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. El resultado de la medición fue evidenciado en el capítulo anterior de este documento, objetivos estratégicos, donde se resalta la certificación que obtuvo la entidad como un “Gran Lugar para Trabajar.” – “Great Place to Work”.

Dentro de los principales resultados de la vigencia se destacan:

Ruta de la felicidad:

- Acompañamiento psicosocial durante periodo de pandemia, asumida a través de trabajo en casa y preparación del retorno a la presencialidad.
- A través de la Resolución 843 del 18 de noviembre de 2021 se aprobó el teletrabajo en las modalidades de autónomo y suplementario
- Otorgamiento del salario emocional: día libre por cumpleaños; día de la familia; pasadía en Lago sol de Compensar.

Sistema de Gestión SST

- Diseño de protocolos de bioseguridad, seguimiento a las condiciones de salud, adquisición de elementos de bioseguridad para la mitigación de la pandemia
- 3 capacitaciones (manejo de estrés / cargas / uso de EPP
- Actualización del profesiograma / matriz de riesgo / planes de emergencia
- Realización de exámenes médicos ocupacionales tendientes a valorar las condiciones de salud de los funcionarios y acompañamiento frente a acciones preventivas y correctivas producto del diagnóstico.
- Ejecución de acciones en SGSST que dan lugar a una calificación de cumplimiento de condiciones del 100% ante la evaluación del Ministerio de Trabajo.
- Auditoría externa del SGSST con un resultado de implementación del 98%

Ruta de la calidad

- Diseño de la herramienta para la evaluación de desempeño de los trabajadores oficiales



- Revisión de manuales de funciones y actualización de los mismos en una oficina y una subgerencia.

Ruta del crecimiento:

- Programa de liderazgo
- Formación en segunda lengua
- Actualización en contratación
- Capacitaciones en gestión financiera / documental / derechos humanos/ atención en población en condición de discapacidad/ planeación/ servicio al ciudadano/ cultura organizacional
- Inducción a funcionarios nuevos

Código de integridad:

- Curso virtual de Integridad, Transparencia y Lucha Contra la Corrupción.
- Documentación de la política de conflictos de interés
- Evaluación de la apropiación del Código de Integridad
- Cumplimiento lineamientos 2013 de 2019

Gestión del conocimiento y la innovación:

- Fue implementado, como parte de la creación del sistema integrado de información, el primer tablero de control (beneficiarios) y se recopiló el protocolo para que los de caracterización y feria puedan ser subidos.
- Se consolidó Drive institucional, en el cual se encuentra la información clave de gestión institucional, es decir la de mayor interés y solicitud por parte de ellos grupos de valor.
- Fue identificado y documentado para su gestión, los riesgos relacionados con fuga de capital intelectual.
- En cuanto a temas de innovación, como parte de este plan, se evidenció al cierre del año una participación del 51% de los servidores públicos de la entidad que participaron en espacios de innovación, es decir 43 funcionarios de los 85 funcionarios de planta con los que contaba la entidad para final del 2021. Se destacan espacios como:
 - Participación del SIEAA en las mesas de trabajo del Departamento



Administrativo Nacional de Estadística-DANE

- Mesa Técnica de Economía Naranja (DANE MinCultura)
- Participación en mesa de diseño de economía Naranja
- Mapa turístico Artesanal
- Ley de los oficios
- Universidad del Rosario (Enciclopedia de oficios)
- Programa entre pares
- Sistema Vufind
- Exposición virtual con la universidad de los Andes
- Metodologías Para Asistencia Técnica A Distancia

Entre otros que han sido detallados en diferentes capítulos de este documento.

En términos generales los cumplimientos de los planes fueron:

Ruta de la felicidad: 90%

Plan SGSST: 90%

Ruta de la calidad: 84%

Ruta del crecimiento: 67%

Plan Código de integridad: 98%

Plan de gestión del conocimiento: 100%



2.4. SOSTENIBILIDAD FINANCIERA

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

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.

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, objetivo estratégico de la entidad.

A continuación, se muestra de manera más a 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 logró apalancar un monto de \$1.465 MM, que incluyen los \$133,4MM 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 17,6% de apalancamiento; es decir un 139,6% de cumplimiento sobre la meta que buscaba lograr para la vigencia \$1.049 MM de cofinanciación.

Es así que durante la vigencia se ha logrado un monto total de \$9.807 MM de inversión en las regiones, en lo corrido del año.



Este monto de cofinanciación es producto de 6 convenios y 12 alianzas en el orden nacional, 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 “Arkitekt 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.
6. CONVENIO DE COOPERACIÓN CELEBRADO ENTRE LA FIDUCIARIA COLOMBIA



DE COMERCIO EXTERIOR S.A. FIDUCOLDEX, ACTUANDO EN SU CONDICIÓN DE VOCERA Y ADMINISTRADORA DE COLOMBIA PRODUCTIVA Y ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A.: 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.

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.
 6. ALIANZA CON LA ALCALDÍA DE SAN ANTERO CÓRDOBA: Respalda iniciativas de fortalecimiento del sector artesanal que desarrollen capacidades e incentiven el emprendimiento de oportunidad
 7. ALIANZA CON LA SECRETARÍA DE CULTURA DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA: Respalda iniciativas de fortalecimiento del sector artesanal que desarrollen capacidades e incentiven el emprendimiento de oportunidad
 8. ALIANZA CON EL INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR: Respalda iniciativas de fortalecimiento del sector artesanal que desarrollen capacidades e incentiven el emprendimiento de oportunidad
 9. ALIANZA CON LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA: Apoyar las iniciativas de fortalecimiento del sector artesanal como una forma de contribuir a la creación, circulación de nuestra cultura a través del arte y los oficios; así como, los procesos de emprendimiento cultural.
 10. ALIANZA CON LA ESCUELA TALLER NARANJA: Ayudar a Artesanías de Colombia en sus gestiones respecto a conocer la inversión que otras instituciones han adelantado en el año 2021 para invertir en el sector artesanal
 11. ALIANZA CON FONTUR: Alquiler de espacios, diseño, montaje y desmontaje Stand de Lanzamiento y presentación del Mapa Turístico "Colombia Artesanal" y Estrategias BTL de artesanos, demostración de oficio y logística.
 12. BLUECARIBU S.A.S. Feria Digital Artesanos Caribe

El convenio con Colombia Productiva continuará su ejecución durante 2022. Este 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 7 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 ejecutadas 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)).
6. ALIANZA CON LA "SECRETARIA DE DESENVOLVIMIENTO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, EMPREENDEDORISMO E ARTESANATO" BRASIL: Viaje funcionario a Brasilia-Brasil, 23-29 octubre, para desarrollo de plan de trabajo con el Programa Brasileiro de Artesanía - PAB del Ministerio de Economía y establecer un memorando de acuerdo, entre el PAB y Artesanías de Colombia con el fin de desarrollar nuevas acciones conjuntas, teniendo en cuenta que ya están en funcionamiento dos Laboratorios de Competitividad en Ceará y en Benjamín Constan



(en frontera con Leticia). (Tiquetes, alojamiento, transporte interno y alimentación)

7. 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 (en doble vía); Fortalecer las capacidades institucionales de los dos países para la atención de la cadena de valor de la actividad artesanal en joyería y marroquinería

Adicionalmente se ha logrado un total de 13 convenios (Acuerdos / MDE – Memorandos de entendimiento) de cooperación, de una meta de 8, es decir un 163% de cumplimiento. Adicionalmente se contó con la participación en 29 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
- MdE Craft Council Netherland - CCNL
- Fundación Artesanías de Chile y Prochile
- FENACAPTUR-Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo del Ecuador
- Programa Brasileiro de Artesanías PAB del Ministerio Economía

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: 7 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
- Programa de Formación, Mentoría y Establecimiento de Contactos en Materia de Propiedad Intelectual para Emprendedoras de Pueblos Indígenas y Comunidades Locales de la OMPI
- Exposición “Native Hands: Fine Folk Art” en Washington DC- EEUU (artesana)
- Conferencia sobre Sello Origen para el Programa Formación “Mi Origen, Mi Valor” del INAPI – Chile
- Participación en curso de APC Colombia: Debates actuales de la cooperación internacional y cómo entenderlos
- Taller virtual sobre la Cooperación Iberoamericana con los Representantes de Colombia, Bolivia, Ecuador y Perú, convocado por Cancillería Colombia y SEGIB región Andina a los representantes de los programas de cooperación Iberoamericanos de la SEGIB



- Asamblea General World Craft Council – WCC
- Talleres y plan de trabajo conjunto con el Programa Brasileiro de Artesanía del Ministerio de Economía

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 logró un monto que asciende a los \$1.065,4 MM (valor aproximado de acuerdo a monetización de patrocinios en especie). Este valor equivale a un cumplimiento del 116,7% de la meta que correspondía 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, que han sido monetizadas:

ALIANZAS Y PATROCINIOS	
ALIADO - ALIANZA - PATROCINIO	TOTAL
DIAGEO: Subasta	\$ 20.064.800
SERVIENTREGA: Charla Capacitación Nacional	\$ 3.000.000
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	\$ 4.680.000
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	\$ 33.100.000
CLARO (TELEFONÍA MÓVIL)	\$ 30.000.000
CREPES & WAFFLES	\$ 650.000
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
HOLCIM	\$ 1.100.000
ECOPETROL	\$ 250.000.000
BANCO DE BOGOTÁ	\$ 90.000.000
SERVIENTREGA (Expoartesánías)	\$ 70.000.000
INNPULSA	\$ 10.000.000
JARDÍN BOTÁNICO	\$ 60.000.000
TOTAL	\$ 1.065.398.600

La gráfica que se muestra a continuación detalla el histórico de alianzas y patrocinios, incluyendo en 2020, la gestión de Iberartesánías (Cooperación):



Comportamiento histórico

2.4.2. 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 diferentes iniciativas y acciones orientadas a monitorear la situación financiera y presupuestal, permanentemente.

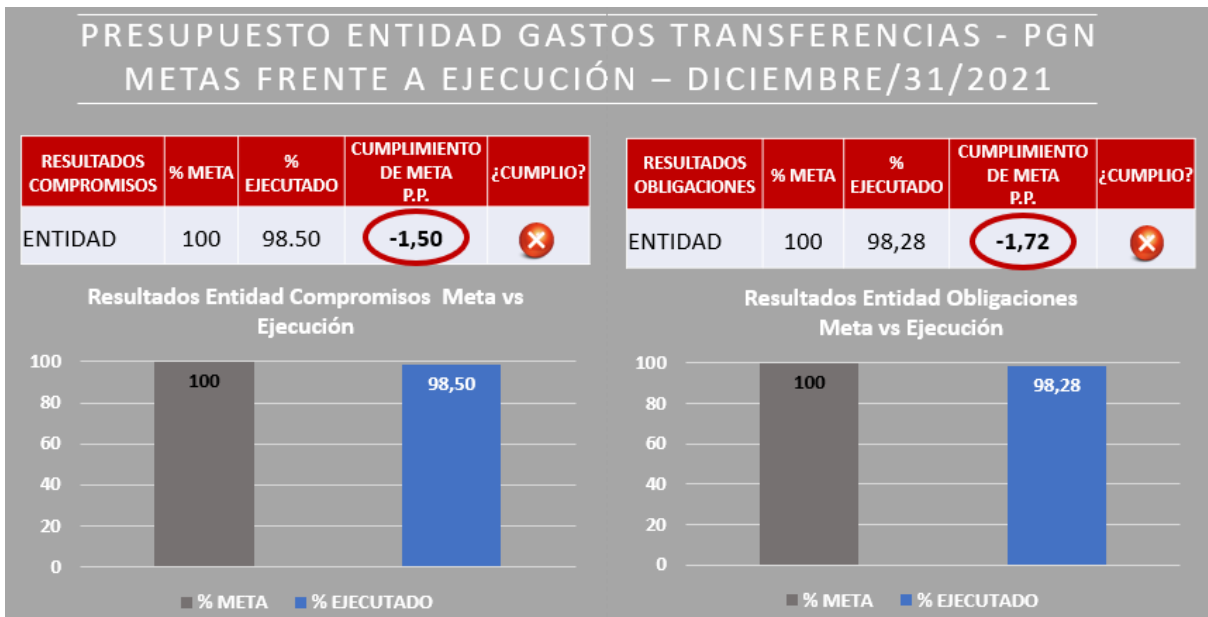
Informe ejecución presupuestal cierre 2021

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 y esta apropiación además incluye los recursos por convenios.

A continuación, se refleja el presupuesto de la entidad y su ejecución con corte 31 de diciembre.



CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	APROPiación VIGENTE	TRANSFERENCIAS + CONVENIOS			
			COM PROMISOS PRESUPUESTALES ACUMULADOS	OBLIGACIONES ACUMULADAS	% COMPROMISO	% OBLIGADO
A	A - GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	13.476.094.853	13.436.831.120	13.434.485.477	99,71	99,69
A01	A01 - GASTOS DE PERSONAL	11.415.456.908	11.415.340.907	11.415.340.907	100,00	100,00
A0101	A0101 - PLANTA DE PERSONAL PERMANENTE	11.415.456.908	11.415.340.907	11.415.340.907	100,00	100,00
A010101	A010101 - SALARIO	7.273.493.207	7.273.493.207	7.273.493.207	100,00	100,00
A010102	A010102 - CONTRIBUCIONES INHERENTES A LA NÓMINA	2.218.566.379	2.218.450.379	2.218.450.379	99,99	99,99
A010103	A010103 - REMUNERACIONES NO CONSTITUTIVAS DE FACTOR SALARIAL	1.923.397.322	1.923.397.321	1.923.397.321	100,00	100,00
A02	A02 - ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	1.823.239.122	1.799.624.186	1.797.278.543	98,70	98,58
A0202	A0202 - ADQUISICIONES DIFERENTES DE ACTIVOS	1.823.239.122	1.799.624.186	1.797.278.543	98,70	98,58
A020201	A020201 - MATERIALES Y SUMINISTROS	181.011.564	178.563.792	178.157.894	98,65	98,42
A020202	A020202 - ADQUISICIÓN DE SERVICIOS	1.642.227.558	1.621.060.394	1.619.120.660	98,71	98,59
A03	A03 - TRANSFERENCIAS CORRIENTES	154.805.654	154.805.654	154.805.654	100,00	100,00
A0304	A0304 - PRESTACIONES SOCIALES	65.651.714	65.651.714	65.651.714	100,00	100,00
A030402	A030402 - PRESTACIONES SOCIALES RELACIONADAS CON EL EMPLEO	65.651.714	65.651.714	65.651.714	100,00	100,00
A0306	A0306 - INSTITUCIONES SIN ANIMO DE LUCRO QUE SIRVEN A LOS HOGARES	89.153.940	89.153.940	89.153.940	100,00	100,00
A030601	A030601 - A INSTITUCIONES SIN ANIMO DE LUCRO QUE SIRVEN A LOS HOGARES	89.153.940	89.153.940	89.153.940	100,00	100,00
A08	A08 - GASTOS POR TRIBUTOS, MULTAS, SANCIONES E INTERESES DE MORA	82.593.169	67.060.373	67.060.373	81,19	81,19
A0801	A0801 - IMPUESTOS	68.728.241	53.195.445	53.195.445	77,40	77,40
A080101	A080101 - IMPUESTOS NACIONALES	11.887.500	10.858.000	10.858.000	91,34	91,34
A080102	A080102 - IMPUESTOS TERRITORIALES	56.840.741	42.337.445	42.337.445	74,48	74,48
A0804	A0804 - CONTRIBUCIONES	13.864.928	13.864.928	13.864.928	100,00	100,00
A080401	A080401 - CUOTA DE FISCALIZACIÓN Y AUDITAJE	13.864.928	13.864.928	13.864.928	100,00	100,00
C	C - GASTOS DE INVERSIÓN	16.725.231.889	16.295.775.476	16.248.187.716	97,43	97,15
C3502	C3502 - PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS COLOMBIANAS	14.486.402.223	14.061.881.662	14.014.293.902	97,07	96,74
C3502020070	C3502020070 - MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPTIMIZACIONES - SEC ARTESANAL COLOMBIANO NACIONAL	4.600.000.000	4.463.432.978	4.438.967.651	97,03	96,50
C350202000703502024	C350202000703502024 - SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ACTIVIDAD ARTESANAL	2.669.500.000	2.581.564.854	2.562.088.007	96,71	95,98
C350202000703502027	C350202000703502027 - SERVICIO DE DIVULGACIÓN DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL	49.500.000	49.500.000	49.500.000	100,00	100,00
C350202000703502105	C350202000703502105 - SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA A UNIDADES ARTESANALES PARA ACCEDER A MERCADOS ELECTRONICOS	1.881.000.000	1.832.368.124	1.827.379.644	97,41	97,15
C3502020080	C3502020080 - FORTALECIMIENTO GESTIONAMIENTO ARTESANAL A NIVEL NACIONAL	250.000.000	244.762.634	244.762.634	97,91	97,91
C35020200803502027	C35020200803502027 - SERVICIO DE DIVULGACION DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL	18.000.000	17.969.000	17.969.000	99,83	99,83
C35020200803502107	C35020200803502107 - SERVICIO DE INFORMACION SOBRE EL SECTOR ARTESANAL	133.072.000	127.865.634	127.865.634	96,09	96,09
C35020200803502109	C35020200803502109 - DOCUMENTOS INVESTIGACION SOBRE EL SECTOR ARTESANAL	98.928.000	98.928.000	98.928.000	100,00	100,00
C3502020090	C3502020090 - FORTALECIMIENTO ACT ARTESANAL, UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO ECONOMICO Y REG 2019-2023 NACIONAL	7.330.301.742	7.191.202.948	7.172.568.045	98,10	97,85
C35020200903502007	C35020200903502007 - SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL DESARROLLO DE INICIATIVAS CLÚSTERES	850.855.000	843.763.524	843.763.524	99,17	99,17
C35020200903502012	C35020200903502012 - SERVICIO DE APOYO PARA LA INCUBACIÓN Y FOMENTO DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL	460.328.000	459.685.945	455.287.945	99,86	98,91
C35020200903502024	C35020200903502024 - SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ACTIVIDAD ARTESANAL	3.695.471.742	3.599.407.221	3.599.847.221	97,40	97,41
C35020200903502026	C35020200903502026 - SERVICIO DE DISEÑO Y/O MEJORAMIENTO DE PRODUCTOS ARTESANALES	1.666.071.970	1.630.771.241	1.616.094.338	97,88	97,00
C35020200903502107	C35020200903502107 - SERVICIO DE INFORMACION SOBRE EL SECTOR ARTESANAL	657.575.030	657.575.017	657.575.017	100,00	100,00
C35020200100	C35020200100 - APOYO Y FOMENTO ACT ARTESANAL COMUNIDADES O GRP ETNICOS, EXPRESION ECONOMIA PROPIA NACIONAL	1.144.080.000	1.005.105.263	1.005.105.263	87,85	87,85
C350202001003502019	C350202001003502019 - SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ACOMPAÑAMIENTO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL	63.900.000	63.900.000	63.900.000	100,00	100,00
C350202001003502026	C350202001003502026 - SERVICIO DE DISEÑO Y/O MEJORAMIENTO DE PRODUCTOS ARTESANALES	552.170.000	547.919.660	547.919.660	99,23	99,23
C350202001003502027	C350202001003502027 - SERVICIO DE DIVULGACION DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL	528.010.000	393.285.603	393.285.603	74,48	74,48
C35020200110	C35020200110 - INCREMENTO COMPETITIVIDAD E INCLUSION PRODUCTIVA ARTESANA VICTIMIA Y VULNERABLE DEL PAIS NACIONAL	1.162.020.481	1.157.377.839	1.152.890.309	99,60	99,21
C350202001103502002	C350202001103502002 - DOCUMENTOS DE LINEAMIENTOS TÉCNICOS	72.440.800	72.440.800	72.440.800	100,00	100,00
C350202001103502022	C350202001103502022 - SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA A LAS MIPYMES PARA EL ACCESO A NUEVOS MERCADOS	243.677.011	243.511.371	239.538.160	99,93	98,30
C350202001103502024	C350202001103502024 - SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ACTIVIDAD ARTESANAL	732.745.369	728.274.846	727.760.527	99,39	99,32
C350202001103502027	C350202001103502027 - SERVICIO DE DIVULGACION DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL	54.253.500	54.247.022	54.247.022	99,99	99,99
C350202001103502047	C350202001103502047 - DOCUMENTOS DE PLANEACIÓN	58.903.801	58.903.801	58.903.801	100,00	100,00
C3599	C3599 - FORTALECIMIENTO DE LA GESTION Y DIRECCION DEL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	2.238.829.666	2.233.893.814	2.233.893.814	99,78	99,78
C3599020040 OAPI	C3599020040 OAPI - FORTALECIMIENTO GES INST Y BUEN GOB DE ARTESANAL NACIONAL OAPI	1.144.397.274	1.141.015.295	1.141.015.295	99,70	99,70
C35990200403599067	C35990200403599067 OAPI - DOCUMENTOS DE LINEAMIENTOS TÉCNICOS	85.967.089	85.967.089	85.967.089	100,00	100,00
C35990200403599068	C35990200403599068 OAPI - DOCUMENTOS DE PLANEACION	34.620.750	34.620.750	34.620.750	100,00	100,00
C359902004035990921	C359902004035990921 OAPI - SERVICIOS DE INFORMACION ACTUALIZADOS	427.209.707	427.143.324	427.143.324	99,98	99,98
C359902004035990923	C359902004035990923 OAPI - SERVICIOS TECNOLÓGICOS	596.599.728	593.284.132	593.284.132	99,44	99,44
C3599020040 SAF	C3599020040 SAF - FORTALECIMIENTO GES INST Y BUEN GOB DE ARTESANAL NACIONAL SAF	555.432.392	555.360.635	555.360.635	99,99	99,99
C35990200403599064	C35990200403599064 SAF - SERVICIO DE IMPLEMENTACION SISTEMA DE GESTION	45.733.333	45.733.333	45.733.333	100,00	100,00
C35990200403599067	C35990200403599067 SAF - DOCUMENTOS DE LINEAMIENTOS TÉCNICOS	10.000.000	10.000.000	10.000.000	100,00	100,00
C35990200403599072	C35990200403599072 SAF - SERVICIO DE EDUCACION INFORMAL PARA LA GESTION ADMINISTRATIVA	499.699.059	499.627.302	499.627.302	99,99	99,99
C3599020050	C3599020050 - ADECUACION INMUEBLES PROP ARTECOL NIVEL NACIONAL	539.000.000	537.517.884	537.517.884	99,73	99,73
C35990200503599012	C35990200503599012 - SEDES MODIFICADAS	-	-	-	-	-
C35990200503599013	C35990200503599013 - SEDES RESTAURADAS	84.603.896	84.603.896	84.603.896	100,00	100,00
C35990200503599014	C35990200503599014 - SEDES CON REFORZAMIENTO ESTRUCTURAL	199.423.469	199.423.469	199.423.469	100,00	100,00
C35990200503599016	C35990200503599016 - SEDES MANTENIDAS	254.972.635	253.490.519	253.490.519	99,42	99,42
TOTAL ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.		30.201.326.742	29.732.606.596	29.682.673.193	98,45	98,28



La gráfica anterior evidencia el comportamiento de compromisos y obligaciones al cierre de la vigencia.

2.4.3. 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”. Aunque para la vigencia no se contemplaba meta en términos de recursos, en el mes de septiembre se alquiló el Claustro de Las Aguas, sede principal de la entidad, para la producción de la novela “La Reina del Sur” a la empresa AGSTUDIOS, obteniendo ingresos por \$23, 8 millones.



2.5. COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE

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 Misional y el Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA) y

2.5.1. Contribuir a la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas

- **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 incluyo:
 - 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

Herramienta identificación de especies

- Diseño de ficha de identificación en campo de las especie Palo sangre (*Brosimum rubescens*), Pelacara (*Clarisia racemosa*), Aguarráz (*Ocotea cymbarum*), Choco (*Hymenolobium petraeum*) y Guamo cerindo (*Inga nobilis*), con el fin de promover su uso potencial en la producción artesanal y la conservación de especies bajo presión de uso. La ficha relaciona: Nombres comunes, Descripción general (fuste, corteza, hojas, flores y fruto) estado de conservación y fenología, Registro fotográfico de la especie.



- **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 Ecoaliza 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 la más 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 4273 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, toner 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 mineral de plata, muebles en madera, compra de cuero, mantenimiento eléctrico e hidráulico, papelería y arrendamiento de espacios comerciales.
- Jornadas de sensibilización permanente al interior de la entidad en temáticas de interés ambiental, a través de comunicaciones internas:
- 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.
- Tips de uso racional y eficiente del agua y la energía eléctrica.



- Campaña “regresa a la oficina en bicicleta”
- Desarrollo de la semana ambiental virtual 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.
- La entidad generó en 2021, 40.3 Ton CO2 en el desarrollo de sus actividades productivas. Este dato es superior al obtenido en el año 2020 (29.7 Ton CO2), a causa del aumento importante en el consumo de energía, combustible y generación de residuos ordinarios no aprovechables, debido a que se retomaron en alternancia las actividades laborales, en el segundo semestre del año.
- De otro lado, Artesanías de Colombia concertó por segunda vez el documento Plan Institucional 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.



3. 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 continuó 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, como se mencionó anteriormente.

Para este 2021 se destinaron \$1.536,97 MM para la atención de los 44 municipios PDET y \$135,5MM 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 31 de diciembre de 2021, los Laboratorios de Innovación y Diseño atendieron 717 artesanos, lo que corresponde al 50% de la meta total para esta vigencia y se ejecutó el 100% de la apropiación (\$1.536.970.000) para esta gestión, esto en relación con los 44 municipios PDET.

En relación con la atención a los 4 resguardos indígenas, a 31 de diciembre de 2021 se atendieron 66 artesanos y se ejecutaron \$ 134.610.900, es decir un 99,34% de lo apropiado.



4. RETOS ARTESANIAS DE COLOMBIA 2019 - 2022

Para la vigencia 2022, último año de este cuatrienio, Artesanías de Colombia ha identificado los siguientes retos y metas a alcanzar, los cuales fueron definidos como resultado del análisis de las bases del PND, un trabajo participativo con diferentes partes interesadas, un análisis del contexto estratégico de la entidad y el desarrollo que ha tenido la planeación institucional.

El producto de su análisis llevó a la inclusión de iniciativas enfocadas en estos retos, como parte del plan de acción para 2022:

✓ Programas de Desarrollo productivo e incluyente:

1. Fortalecer los mecanismos de gestión de alianzas y recursos para regresar a los números pre pandemia:
 - \$ 4.196 MM de apalancamiento y patrocinios esperados, para el desarrollo de proyectos de fortalecimiento de la actividad artesanal de las regiones.
2. Ejecutar convenios y contratos estratégicos como Convenio SENA, U del Rosario, Fundación Michelangelo, CP, Grupo Éxito
3. Posicionar el mapa turístico Colombia Artesanal y fortalecer los talleres incluidos en las rutas.
4. Implementar la Ley de fortalecimiento de los oficios, especialmente los artículos específicos relacionados con el sector artesanal como:
 - Registro Único de Artesanos de Colombia (RUAC)
 - Consejo Nacional para el desarrollo de la Actividad Artesanal
 - Creación de Red de Pueblos Artesanales y de Oficios
 - Reconocimiento, cualificación y certificación de los artesanos
 - Fortalecimiento de información estadística y cualitativa del sector
5. Construir los catálogos de cualificaciones para el sector artesanal.

✓ Promoción y generación de oportunidades comerciales:

1. Alcanzar las cifras totales de ingresos de los artesanos del año 2019.
2. Recuperar el alcance en términos de expositores, ventas y visitantes de las ferias organizadas por Artesanías de Colombia en asocio con terceros, con relación a los



antecedentes del año 2019.

3. Aumentar la participación en ferias y escenarios internacionales, de la mano con aliados como la Cancillería, las Embajadas y Procolombia.
4. Posicionar los canales de ventas online, logrando un crecimiento en ventas, y superar las dificultades para abrir el canal de Amazon en Estados Unidos.
5. Optimizar la operación logística de la entidad para garantizar la cadena de suministro a los diferentes canales comerciales, así como el adecuado cuidado y custodia de la mercancía.

✓ **Direccionamiento estratégico y planeación**

1. Definición del redireccionamiento estratégico de la Entidad para el nuevo cuatrienio 2022-2026: (Plan Nacional de Desarrollo) con la participación de los diferentes grupos de valor y la formulación de metas retadoras alineadas al contexto organizacional.
2. Actualización de los procesos de ADC, logrando mayor eficiencia a la prestación del servicio y mejorando la cultura organizacional, orientado a la recertificación del SGC
3. Avanzar en los procesos de transformación digital orientado a aumentar la productividad, eficiencia y confiabilidad de la operación apoyada en tecnología, en:
 - Eficiencia de la operación remota
 - Seguridad de la información
 - Ampliación de capacidades de infraestructura
 - Herramientas de colaboración,
 - Herramientas de análisis de datos para la toma de decisiones
4. Fortalecimiento de la gestión del conocimiento y la gestión de la información, ejecutando entre otras acciones:
 - Levantamiento de un estado del arte con miras a realizar un compendio de simbología de las comunidades indígenas de nuestro país.
 - Implementación del sistema integrado de información sobre y para el sector artesanal, que permita mejorar la divulgación de la gestión.
5. Fortalecimiento de la estrategia digital mediante la producción de nuevos contenidos multiformato, en nuevos canales.



- ✓ Gestión estratégica de las comunicaciones:
 1. Posicionar el ecosistema digital del sector con roles de herramientas digitales complementariedad definidos. (Página Web, redes, Marketplace, Mapa Artesanal)
 2. Contribuir con la generación de visitas a las plataformas digitales por medio de contenidos relevantes y atractivos para las audiencias
 3. Comunicar gestión ADC (2018-2022) en un formato novedoso para mayor impacto y relevancia (infografía, video, espacio digital)
 4. Lograr mayor consumo de contenidos de comunicación interna.
 5. Gestionar publicaciones en medios internacionales

- ✓ Fortalecimiento organizacional:
 1. Continuar trabajando para mejorar la percepción de ambiente laboral.
 2. Implementar el teletrabajo.
 3. Iniciar la implementación de los archivos de gestión en el Sistema de Gestión Documental SGD – SADEH
 4. Implementar firma digital y manejo de documentos electrónicos y expedientes digitales.
 5. Implementar la contratación de forma digital.