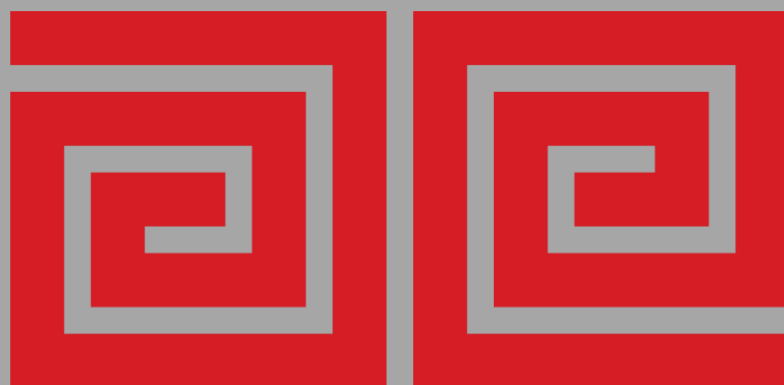




El progreso
es de todos

Mincomercio



artesanías de colombia

INFORME DE GESTIÓN
2020

MARZO 2021



TABLA DE CONTENIDO

INFORME DE GESTIÓN 2020 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 15

2. GESTIÓN POR PERSPECTIVA ESTRATÉGICA 2019..... 29

2.1. CLIENTE Y BENEFICIARIO 29

 2.1.1. Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías..... 29

 2.1.2. Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional..... 31

 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..... 100

 2.1.4. Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal..... 115

 2.1.5. Estrategia de apoyo al sector artesanal 121

2.2. PROCESOS INTERNOS 131

 2.2.1. Actualizar y alinear las prácticas del buen gobierno corporativo al modelo de gestión de la entidad 132

 2.2.2. Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés..... 136

2.3. APRENDIZAJE Y DESARROLLO 140

 2.3.1. Gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad..... 140



2.4.	SOSTENIBILIDAD FINANCIERA.....	142
2.4.1.	Apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas	142
2.4.2.	Administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación de la entidad.	148
2.4.3.	Identificar nuevas alternativas de generación de ingresos	149
2.5.	COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE.....	149
3.	ACCIONES EN EL MARCO DEL ACUERDO FINAL DE PAZ.....	154
4.	RETOS ARTESANIAS DE COLOMBIA 2019 - 2022.....	160



INFORME DE GESTIÓN 2020 ARTESANIAS DE COLOMBIA

El año 2020 trajo consigo un gran problema mundial, que a la vez se tradujo en grandes retos para el mundo, el país y para Artesanías de Colombia y el sector Artesanal. Un reto que llevó a repensar la forma de hacer las cosas, sin perder la misionalidad y el verdadero propósito de la entidad “Trabajar por el bienestar de los artesanos del país”

Es así que se emprendieron estrategias y actividades encaminadas a garantizar la gestión en las regiones, enfocado en iniciativas orientadas a mantener la productividad, la promoción y visibilización de la actividad artesanal aun en medio de la crisis. Así, como iniciativas que han permitido reactivar el sector. Es así que en 2020 se lanza la estrategia “Artesanos estamos contigo”, con ella la entidad se propuso gestionar recursos del Gobierno Nacional, gobernaciones, alcaldías, organizaciones internacionales y donaciones de ciudadanos, para atender necesidades de sustento básico, salud y comercialización de productos de los artesanos del país. En consecuencia, creó un plan de acción estructurado bajo las siguientes iniciativas:

- Acceso de artesanos a las medidas sociales del Gobierno Nacional
- Gestión de alianzas y donaciones
- Solidaridad institucional
- Refuerzo en la promoción y búsqueda de oportunidades comerciales para los artesanos

Luego de un análisis de contexto en el que se observa la necesidad de reajustar el planteamiento estratégico, y alineado con la estrategia en mención, se plantearon nuevas iniciativas que permitieron replantear las metodologías y canales de atención en cuanto a la oferta institucional, que permitió continuar prestando sus servicios, de manera virtual, y así mantener la dinámica de instalar y desarrollar capacidades técnicas para la producción y comercialización de las artesanías a nivel local, regional y nacional a través del fortalecimiento de los Laboratorios de Innovación y Diseño; fortalecer las estrategias de promoción, comunicación y visibilización del sector, fortalecer la integración de la actividad artesanal con las rutas turísticas y articular los programas de Artesanías de Colombia con



las políticas gubernamentales relacionadas con la economía naranja, entre otras, que durante 2019 ya habían empezado a dar fruto, y que aún en medio de la crisis se pudo avanzar.

Como parte de estas acciones, se continuó fortaleciendo los esfuerzos para aportar el crecimiento del sector, en el marco de iniciativas de legalidad, emprendimiento, formalización y productividad; así como acciones enfocadas en los pactos por la ciencia, la tecnología y la innovación; por la construcción de la paz; por la equidad de oportunidades para grupos étnicos y por una gestión pública y efectiva, alineado a las metas de gobierno en el Plan Nacional de Desarrollo

Las partes interesadas 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 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.

Es así que concluido el 2020, segundo año de este cuatrienio y un año lleno de incertidumbre y retos, se ha podido evidenciar importantes resultados enmarcados en los propósitos que han sido fijados y lo que se puede observar en aspectos como el garantizar ingresos de los artesanos, aun en medio de la crisis, esto a partir de nuevas estrategias e iniciativas de promoción que han permitido visibilizar la actividad artesanal y mejorar la participación en el mercado, la garantía de la cobertura demográfica, el fortalecimiento de programas especiales, permitiendo mayor inclusión de población según sus necesidades.

Es así que este informe presenta los resultados de la gestión de la entidad, durante la vigencia 2020, 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 2020 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 a través de una encuesta en el mes de marzo 2020.

De los 32 departamentos y la ciudad de Bogotá, 23 departamentos y Bogotá se atendieron a través de la metodología de atención integral de los Laboratorios de Innovación y Diseño. Estos 24 laboratorios fueron en los que se realizó la convocatoria. El resto de departamentos se atendieron a través de los programas especiales, en el marco de los Laboratorios de innovación y diseño.

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 del Rosario, facultad de creación y Agenda del Mar: 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: Al corte la entidad ha participado en diferentes mesas de trabajo, con el fin de establecer los pasos a seguir para lograr el compromiso. Estas mesas han



estado conformadas por la Superintendencia de Industria y Comercio, el Ministerio de Cultura, Vice Ministerio de Turismo y el Departamento Nacional de Planeación.

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”

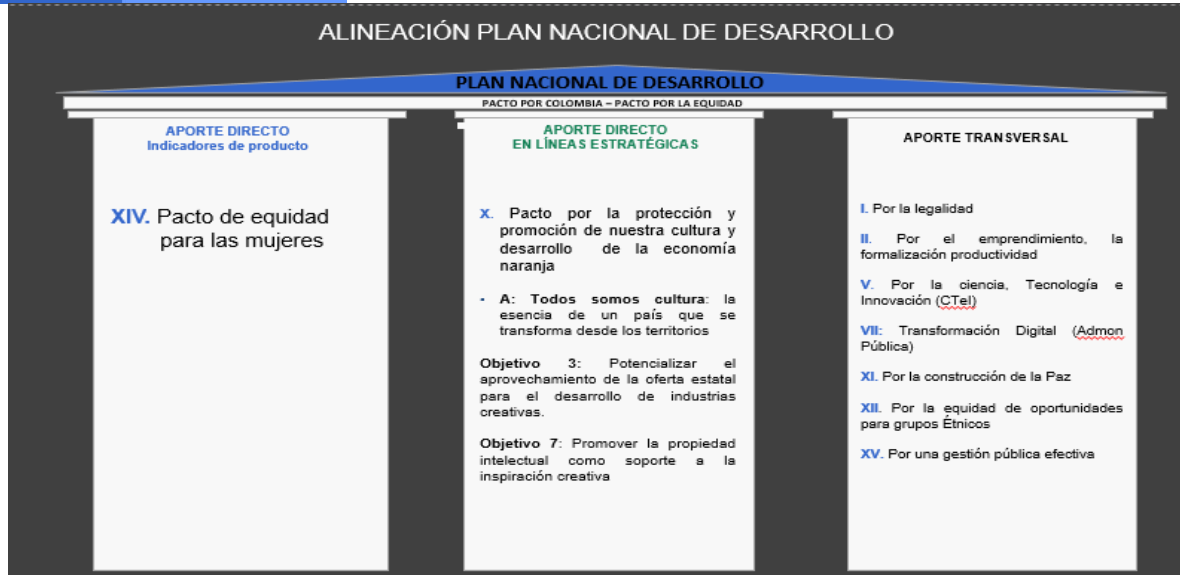
El indicador corresponde a Número de Mujeres atendidas en el Programa de Atención a Población Víctima y Vulnerable (APV).

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.

Así las cosas, durante 2020, teniendo en cuenta la contingencia de la pandemia COVID 19 desde el programa se está realizando un contacto y seguimiento de las comunidades y artesanas por vía telefónica y por medios electrónicos. En esta vigencia, se adelantaron acciones con 860 mujeres entre los meses de enero y diciembre en los departamentos de Antioquia, Bolívar, Córdoba, Magdalena, Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño. Esto significó un cumplimiento del 119% de la meta de 720 mujeres proyectadas en el marco de este programa.

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.



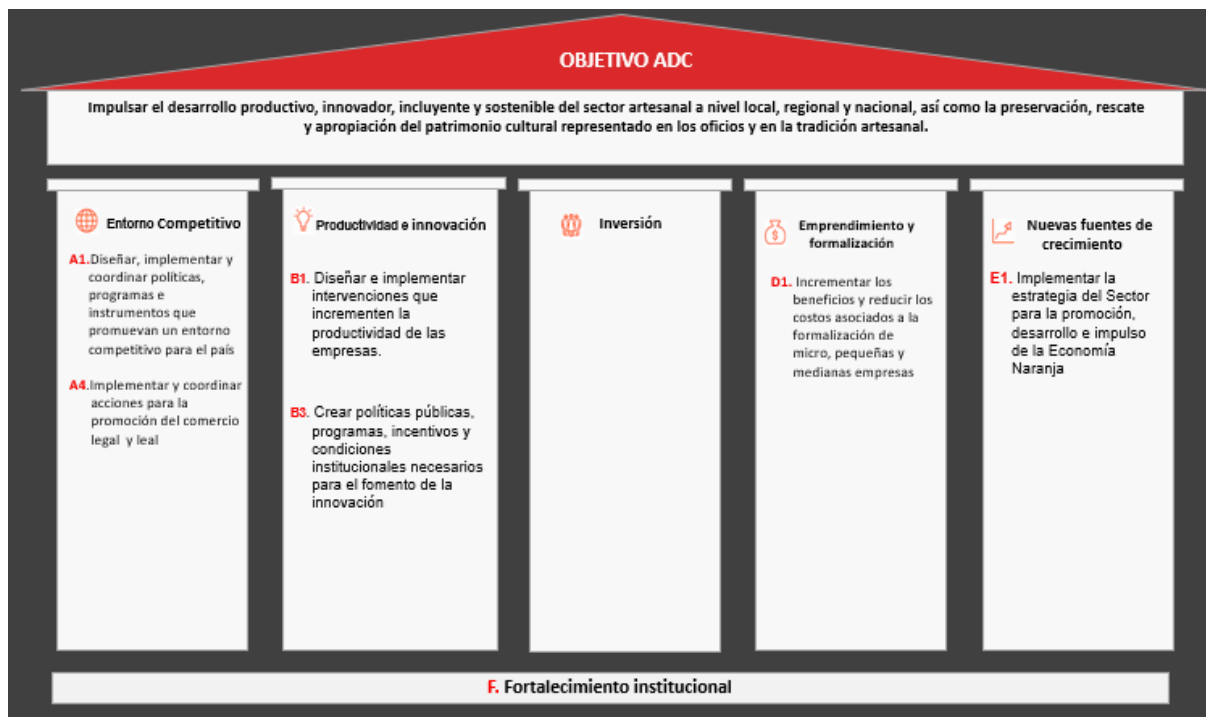
1.2. Alineación Plan Estratégico Sectorial

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 2020: 1 acuerdo

Resultado 2020: 1 acuerdo

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

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

Meta 2020: 1 acción

Resultado 2020: 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 2020: 240 unidades fortalecidas

Resultado 2020: 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 2020: 59 Espacios de comercialización

Resultado 2020: 64 Espacios de comercialización

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

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

Meta 2020: 33 laboratorios de innovación y diseño

Resultado 2020: 33 laboratorios de innovación y diseño fortalecidos



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

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

Meta 2020: 500 talleres

Resultado 2020: 669 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 2020: 720 mujeres atendidas en el programa

Resultado 2020: 860 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 2020: \$ 4.240 Millones

Resultado 2020: \$ 1.739 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 2020: 600 Productos

Resultado 2020: 691 Productos

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

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

Meta 2020: 5 iniciativas

Resultado 2020: 5 iniciativas



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

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

Meta 2020: 120 signos distintivos tramitados

Resultado 2020: 149 signos distintivos tramitados

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

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

Meta 2020: 22 jornadas de capacitación

Resultado 2020: 28 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 artesanos que participan anualmente en eventos nacionales, regionales o internacionales de comercialización

Meta 2020: 819 artesanos

Resultado 2020: 861 artesanos

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

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

Meta 2020: 24 eventos

Resultado 2020: 25 eventos

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

Indicador de la entidad: Ingresos de los artesanos

Meta 2020: \$13.307 millones

Resultado 2020: \$6.945 millones



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

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

Meta 2020: 0,5 puntos

Resultado 2020: 4,8 puntos

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

Meta 2020: 80,6 puntos

Resultado 2020: 81,7 puntos

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

Meta 2020: 91,5% obligado

Resultado 2020: 88% obligado

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

Meta 2020: 100% de cumplimiento

Resultado 2020: 100% 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 2020: 100% de cumplimiento

Resultado 2020: 82% de cumplimiento

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

Meta 2020: 40% de avance

Resultado 2020: 37,7% de avance



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

Meta 2020: 98% de cumplimiento

Resultado 2020: 99,8% de cumplimiento

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

Meta 2020: 30% de avance del Programa

Resultado 2020: 24,3% de avance del Programa

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

Meta 2020: 80% de los funcionarios

Resultado 2020: 90% 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	Meta	
Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías	Barreras de comercialización gestionadas (% de cumplimiento)	N/A	N/A	100%	100%	100%	100%	100%

Durante 2019, luego de un análisis del contexto en esta materia, se concluyó el documento de "Identificación de Barreras para el comercio de Artesanías". Se identificaron 19 tipos de barreras y se realizó un estudio integral de cada uno con el fin de iniciar el proceso de acuerdos interinstitucionales, de acuerdo a la priorización realizadas de barreras, la cual arrojó como meta para 2020, la gestión de 12 de ellas. El 100% de estas barreras priorizadas fueron gestionadas durante el año, así:

Nombre Barrera	Descripción barrera	Tipo de barrera	Acción/compromiso	Entidades corresponsables	Avance 2020
Formalización	Se identifica que la mayoría de los artesanos colombianos son de Régimen No Responsable del IVA (antiguo Régimen Simplificado). La informalidad persiste ya que muchos de ellos no sobrepasan el tope de ventas para ser considerados responsables del IVA (anteriormente Régimen Común). Esta situación sucede a menudo cuando un (a) artesano líder representa un colectivo o una comunidad y recibe a su nombre las ventas de su grupo pero el monto de esta venta es finalmente distribuido entre cada uno de los artesanos. Este modelo de asociatividad conlleva a un desconocimiento de las implicaciones tributarias derivadas de la labor productiva en comunidad. En realidad, existe un gran desconocimiento por parte del sector artesanal sobre las implicaciones para ser responsables del IVA así como de los diferentes beneficios tributarios del Gobierno Nacional. Es importante trabajar de manera conjunta con las cámaras de comercio y la DANE para brindar mayor información al sector sobre las características de cada régimen y las implicaciones tributarias.	Legalidad	Se requiere realización de jornadas de capacitación para enfatizar en temas de formalización de artesanos y aprovechamiento de diferentes espacios como ferias del sector, congresos para socializar.	Cámaras de Comercio regionales SENA	Durante el año los equipos regionales de los laboratorios de innovación y diseño y los programas especiales elaboraron planes de acción relacionados con las capacitaciones y asistencia técnica basadas en contenidos digitales de temas del componente de comercialización y emprendimiento, se desarrollaron cápsulas, videos, posters gráficos, audios y presentaciones para atención integral. Se dictaron un total de 669 talleres a 4055 artesanos.
Precio Competitividad	El sector artesanal tiene particularidades que hacen que su precio varíe según la estación del año, obtención de la materia prima de bases naturales, procesos de producción, calidad y el valor del transporte. Esto dificulta la estandarización de precios para cada familia de producto, requisito que exige la SIC actualmente para la publicación de precios al público, ya que el precio es variable y se debe re cotizar con los artesanos cada vez que se presenta una oportunidad comercial. Los altos costos de la artesanía igualmente afectan la competitividad con otros mercados como Asia, India, Marruecos, entre otros.	Entorno competitivo	Se requieren campañas de sensibilización al comprador nacional e internacional que destaquen la historia detrás del producto, mejorar las tarifas de transporte nacional, impuestos y servicios que contribuyan a la disminución de costos finales.	Artesanías de Colombia	El SIART ha realizado 9622 publicaciones en redes sociales, logrando un alcance de 15.088.747 personas impactadas. 84 notas publicadas en el portal web de la entidad, 11 especiales de #ColombiaArtesanal, 135 campañas de email marketing, 7 ediciones del boletín Artesanía 360º, atendidos 14.905 solicitudes de información en las redes sociales y demás canales, se dio respuesta a 1.504 solicitudes de servicios en línea.
Precio Competitividad	Se requiere revisar los costos de producto final para ser más competitivos.	Entorno competitivo	Continuar trabajando de la mano con las comunidades para capacitar y estandarizar de la mejor manera sus costos de producción.	Artesanías de Colombia	Durante el año los equipos regionales de los laboratorios de innovación y diseño y los programas especiales elaboraron planes de acción relacionados con las capacitaciones y asistencia técnica basadas en contenidos digitales de temas del componente de comercialización y emprendimiento, dentro de las estrategias de las capacitaciones se brindaron 78 talleres de costos y estrategia de precios.
Herramientas Financieras	Hemos identificado que el sector artesanal requiere de mecanismos eficientes para financiar sus proyectos o compra de materia prima para posibles oportunidades comerciales que se presenten. Es importante que el Gobierno siga apoyando estos créditos y microcréditos para el sector artesanal.	Financiamiento	Programas de financiación por parte de entidades financieras y gubernamentales para el sector artesanal: compra materia prima, mano de obra, herramientas de trabajo	Ministerio de Comercio Bancobóx Inpulsó Ministerio de Agricultura Banco Agrario Ministerio de Cultura	INICIO DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA Y ACOMPAÑAMIENTO EN TRÁMITE Y GESTIÓN DE CRÉDITOS: OBJETIVO Brindar acompañamiento a los artesanos para los trámites y gestiones de créditos ante las entidades financieras. RESULTADOS PRINCIPALES: Solicitudes de crédito tramitadas: 396 Créditos aprobados: 40 Monto aprobado: \$297 Millones Monto aprobado en promedio: \$7,4 Millones Talleres de capacitación en finanzas: 62 Asistentes a capacitaciones: 1.732 Artesanos capacitados en finanzas: 560
Acceso a TICs y Comunicaciones	En algunas regiones el acceso a las comunicaciones tanto telefónicas como vía internet son muy limitadas. Consideramos que es una gran herramienta de comunicación con el sector para acercar mucho más la oferta con la demanda. El comercio B2B, B2C no es impulsado lo suficiente dentro del sector artesanal.	Productividad e innovación	El Gobierno debe seguir apostándole a estas alternativas impulsando capacitaciones y brindando herramientas que puedan facilitar la creación de portales web y plataformas de facilitación al comercio. El comercio B2B, B2C es una gran oportunidad igualmente para conectar al sector con la demanda nacional e internacional por lo cual se deben crear jornadas de capacitación en las regiones para que esta herramienta pueda potencializar el comercio nacional e internacional del sector.	Ministerio de Comercio Ministerio de las TIC Cámaras de Comercio SENA Empresa Privada	Artesanías de Colombia realizó el lanzamiento de la primera fase de implementación de la plataforma de comercio electrónico el 24 de diciembre de 2020 en la url www.artesaniadecolombiabienda.com.co , este nuevo espacio comercial digital es permanente y especializado en artesanía nacional de alta calidad, que permite la generación de ingresos para los artesanos y en donde contribuye sus creaciones de todas las regiones del país, propiciando la promoción y comercialización de las artesanías alrededor del mundo. Se consigue la Alianza con Claro: 4 meses de plan prepago para comunicación vía celular (redes, minutos ilimitados, 1.8 GB y capacitación) artesanos APV de los departamentos de Nariño, Cauca, Valle, Chocó, Urabá Antioqueño y Córdoba. Diez líderes en regiones (\$50.000.000)



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

Nombre Barrera	Descripción barrera	Tipo de barrera	Acción/compromiso	Entidades responsables	Avance 2020
Habilidades de Comercialización	Para atender las oportunidades del mercado nacional e internacional se requiere una mejor atención al cliente por parte del sector artesanal, fortalecimiento de habilidades comerciales, fidelización de clientes.	Entorno competitivo	La buena atención al cliente es uno de los requisitos más importantes a la hora de cerrar una venta. Se debe seguir capacitando al sector en ello para mejorar la experiencia del comprador y garantizar una fidelización con el objetivo de generar buenas relaciones a largo plazo que impacte de manera positiva la generación de ingresos para los artesanos. Se debe fortalecer el acompañamiento a las comunidades en temas de creación de catálogos, tarjetas de presentación y apertura de canales de comunicación, los cuales son herramientas claves para la venta.	Artesanías de Colombia	Artesanías de Colombia ha beneficiado a 625 unidades artesanales de los departamentos Antioquia, Atlántico, Boyacá, Caldas, Cauca, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander y Tolima con la capacitación en mercadeo y ventas. Ante la necesidad de mejorar y generar nuevas oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano dentro del marco de la emergencia sanitaria del 2020 y entendiendo las limitaciones para el desplazamiento de los asesores hacia las comunidades, se desarrolló un modelo de acompañamiento virtual a través de plataformas como Zoom, GoToMeeting, Google Meet, entre otras. Como parte de la estrategia, también se definió una lista de temas prioritarios y considerados como herramientas indispensables para los artesanos y la comercialización de sus productos ante las restricciones para vender en espacios físicos como ferias, talleres o almacenes propios y vitrinas comerciales previamente negociadas. Los ejes temáticos elegidos, encierran todas las actividades que se desarrollaron durante el 2020 y son las siguientes: ● Comercio electrónico ● Manejo de redes sociales ● Finanzas personales en tiempos de crisis ● Discursos de ventas y negociación ● Costos y precios
Financiera	Transacciones Bancarias: falta de bancos en zonas de difícil acceso, costos bancarios, capacitaciones sobre manejo de cuentas bancarias y programas de ahorro	Legalidad	Mejora en la socialización y accesibilidad al sistema bancario en todas las regiones del país.	Ministerio de Hacienda Entidades Bancarias MinCIT Bancoldex	INICIO DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA Y ACOMPAÑAMIENTO EN TRÁMITE Y GESTIÓN DE CRÉDITOS: OBJETIVO Brindar acompañamiento a los artesanos para los trámites y gestiones de créditos ante las entidades financieras. RESULTADOS PRINCIPALES: Solicitudes de crédito tramitadas: 396 Créditos aprobados: 40 Monto aprobado: \$297 Millones Monto aprobado en promedio: \$7,4 Millones Talleres de capacitación en finanzas: 62 Asistentes a capacitaciones: 1.732 Artesanos capacitados en finanzas: 560
Legalidad Materias Primas	Se desconoce la especie maderable empleada en la elaboración de los productos: este desconocimiento del cumplimiento de los requisitos mínimos normativos para el aprovechamiento y comercialización de materias primas es de origen silvestre. Se presenta incluso la imposibilidad del pequeño productor para dar cumplimiento a la norma por aspectos tales como tenencia de tierras y los costos asociados en la obtención de los requisitos y trámites, entre otros, que están directamente relacionados con la obtención de vistos buenos, necesarios para procesos de comercialización al exterior. Se requiere Plata certificada, para las exportaciones de joyería y en este momento es imposible conseguirla.	Legalidad	1. Acompañamiento y seguimiento en la solicitud de trámites de legalidad de materias primas ante autoridades ambientales: Mesas de trabajo con entes de control del orden departamental (CARs) y Nacional (Ministerios, Parques Nacionales Naturales e ICA) para identificar e implementar acciones que faciliten y den cumplimiento a los procesos de legalidad aplicables a algunas materias primas prioritizadas. -Asistencia técnica a artesanos y asociaciones para adelantar proceso de solicitud de permisos de aprovechamiento y registro de cultivos. 2. Iniciativas de investigación para el manejo adecuado de las materias primas empleadas en la actividad artesanal: identificación y caracterización de especies, diagnósticos de oferta y demanda de especies utilizadas en el sector artesanal, implementación de prácticas de repoblamiento).	Ministerio de Ambiente Ministerio de Agricultura Ministerio de Comercio CARs Academia (universidades e institutos de investigación)	Se logró el 100% de la implementación y coordinación de la acción proyectada para la vigencia para la promoción del comercio legal, orientada a crear iniciativas para el manejo adecuado de materias primas. Se logra hacer: Caracterización de especies; Estrategias de repoblamiento, plan de manejo; Material pedagógico a difundir para promover el comercio legal; Modelo de identificación de posibilidades de sustitución de especies maderables
Trámites de Exportación	Muchos de los grupos artesanales existentes en el país, poseen bajos niveles de formalización empresarial, un alto desconocimiento normativo en responsabilidades civiles y tributarias, y escasa participación en mercados internacionales. Registrarse como exportador y realizar procesos de exportación implican una serie de requisitos, compromisos y obligaciones tributarias que para el sector artesanal terminan siendo regresivas, en la medida que se desconocen las particularidades y dinámicas asociativas, comerciales y económicas de los diferentes grupos artesanales del país. Se identifican las siguientes oportunidades de mejora en el ejercicio comercial de venta hacia mercados internacionales: -Desconocimiento de los requisitos del país importador. -Desconocimiento de los operadores logísticos que prestan el servicio de exportación y los costos asociados. -Desconocimiento de los costos de trámites y envíos. -Desconocimiento del concepto y de los beneficios de las preferencias arancelarias que puede reducir o eliminar los derechos de importación, concedida por un país a otro en el marco de un acuerdo o de un instrumento unilateral. -Desconocimiento del certificado de origen, se desconoce quiénes pueden solicitarlo, a qué tipo de productos les aplica, como se hace la solicitud, tiempo del trámite, entre otros. -Desconocimiento en la obtención de Vistos Buenos: La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del visto bueno, deberá entonces el exportador tramitar ante la autoridad correspondiente y obtener con anterioridad a la exportación los vistos buenos o requisitos especiales, que de conformidad con las normas vigentes requiera su producto para ser exportado. Ejemplos: ICA: Certificado fitosanitario para productos o subproductos vegetales. Ministerio de Ambiente: Trabajo en maderas, guada, semillas, fibras naturales y demás productos del bosque. CAR/Secretaría de Ambiente: Carpintería y ebanistería, talla en madera. Se debe contar con el registro libro de operaciones. Asociación Nacional de Minería: Joyería, orfebrería en oro, plata, platino.	Exportación	Se debe trabajar en un plan metodológico de acompañamiento integral en procesos de exportación del sector artesanal, a través de un trabajo articulado entre Entidades y aliados estratégicos, que faciliten la dinámica exportadora y de normativas para trámites de certificación que se requieren para la exportación.	PROCOLOMBIA MinCIT Cámara de Comercio Ministerio de Minas Ministerio de Ambiente CAR Secretaría de Ambiente Ministerio de Agricultura	PROCOLOMBIA apoya la realización de Rueda de Negocios Internacional en el marco de las ferias artesanales Expoartesano y Expoartesanas a través de la convocatoria de compradores internacionales con el apoyo de las oficinas comerciales de Procolombia en diferentes países, con el fin de incrementar e impulsar las exportaciones de Procolombia artesanal colombiano. En el marco de la rueda de negocios de la feria Expoartesanas 2020 se programaron dos sesiones virtuales de capacitación para los artesanos participantes a cargo de Procolombia. 1. Que hacer y que no hacer en una Rueda de Negocios Virtual - Juan Diego Alzate. 2. Servicios Procolombia Para Exportar - Manuel Orozco. Las dos capacitaciones contaron con la participación de 83 personas.



MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE BARRERAS PARA EL COMERCIO DE LA ARTESANÍA COLOMBIANA					
Nombre Barrera	Descripción barrera	Tipo de barrera	Acción/compromiso	Entidades responsables	Avance 2020
Registro de Exportaciones DANE	A pesar de los múltiples esfuerzos que se han realizado para la identificación de las exportaciones del sector artesanal por partida arancelaria en los reportes del DANE, sigue siendo una dificultad el poder obtener una cifra real ya que muchas partidas siguen siendo generales y no permiten la desagregación y el detalle para identificar la cifra real de exportación de la artesanía en Colombia. Desde Artesanías de Colombia se viene sin embargo trabajando en un proyecto con el DANE para detallar un poco más estas partidas que esperamos permitan empezar a filtrar y contabilizar de manera más oportuna estas exportaciones. Por otro lado, una gran cantidad de artesanos realiza envíos internacionales vía courier que actualmente no se están registrando en los informes del DANE.	Exportación	Realizar trabajo conjunto con DANE para identificar la salida real de productos artesanales del país con partidas arancelarias y con apoyo de transportadoras y empresas privadas de Courier.	DANE	1.La desagregación de ocupaciones aceptada en la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO) del SENA implica que los artesanos podrán certificarse en sus oficios. Según entiendo esta certificación no tiene ningún costo para el artesano y el SENA contrata maestros artesanos para realizar las evaluaciones. 2.La desagregación lograda en el DANE, especialmente si pasa la Ley que están preparando, significa que podremos tener información estadística del Sector por Ocupaciones (Oficios) de los artesanos del país. 3.La obtención de información estadística del Sector Artesanal nos abre la posibilidad real de comenzar a trabajar seriamente en la cuenta satélite de Artesanías dentro de la cuenta Satélite de Cultura.
Canales de Comercialización	Las ferias y eventos comerciales son el principal canal de comercialización para los diferentes grupos artesanales del país, sin embargo para muchos productores se ha convertido en su único medio de promoción, posicionamiento comercial y generación de ingresos, lo que genera una alta dependencia de este canal para la sustentabilidad de su actividad productiva. No obstante, la problemática se agudiza teniendo en cuenta que hay una alta oferta de nuevos productores interesados en participar, pero al interior de las ferias los espacios comerciales son limitados.	Entorno competitivo	Se debe desarrollar una estrategia de comercialización y generación de vitrinas de venta permanentes con grandes superficies, plazas de mercado, tiendas especializadas y almacenes de cadena a nivel nacional para que la comercialización de los productos artesanales sea permanente y no dependa exclusivamente de su participación en las ferias y eventos que se realizan.	MinCIT Alcaldías Gobernaciones Cámaras de Comercio	Artesanías de Colombia ha promovido la divulgación y comercialización de estrategias virtuales como los canales online: MercadoLibre, Tienda Instagram, Página Web, alianzas con eventos y ferias regionales: Mercado de San Alejo, Ribereña - Feria Artesanal, Juntos nos reactivamos, Bolívar a tu casa, Subasta online Blue Label "Hilos de la Tierra", Tapiz Artesanal en Pasto, Subasta "Bogotá una joya solidaria", Mi Bogotá Week, Seven's Fashion Week, Celebración 20 de Julio - Conferencia: Innovación y Diseño para la preservación del patrimonio - AMF, Colombiamoda 2020, La Semana Digital de la Moda, Mississauga Latin Festival, Ixelmoda Online, Maison Objet en Paris, Tradición Artesanal, Festival Nacional Autóctono de Galitas, Colombia Crea Talento, Feria Selvedge World Fair Londres Feria Virtual CC Palmetto Plaza Cali, Foro Horizonte 2020 Comunidades artesanas, resiliencia y adaptabilidad, feria artesanal de Pitalito, Artesanos Maestros del Huila, Feria Virtual Tapiz Artesanal / Del Cauca a tu casa, Bazaar Bog, Marketplace Compra Región de Santander a tu casa, Sabor Barraquilla, Feria Virtual Artesanal Popayán, Marketplace Tienda Ya, Petronio.
Alianzas Productivas	Una de las barreras para la comercialización que enfrenta el sector actualmente, se relaciona con la baja capacidad de los diferentes grupos artesanales de coordinar esfuerzos, recursos y habilidades con el sector productivo de pequeñas, medianas y grandes empresas de reconocidos diseñadores, grandes superficies y tiendas especializadas, para de manera conjunta aprovechar oportunidades comerciales. Este tipo de cooperación favorece el intercambio de conocimiento, inserción en nuevos nichos de mercado, posicionamiento comercial y acceso a financiamiento.	Entorno competitivo	Se debe trabajar de forma articulada en un programa de estímulos y alianzas productivas que incentive al sector empresarial de pequeñas, medianas y grandes empresas a invertir y trabajar con diferentes grupos artesanales del país, en el aprovechamiento y apertura de nuevos nichos de mercado a nivel nacional e internacional bajo principios de comercio justo. Se debe realizar un trabajo conjunto igualmente con el sector privado para crear proyectos de responsabilidad social que permitan 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.	MinCIT Empresa Privada	Subasta alianza Diageo & Artesanías de Colombia: En el marco de la alianza Johnie Walker Blue Label y Artesanías de Colombia se trabajó sobre una edición especial de 300 botellas con la técnica del enchapado del tamo del trigo. Ingresos por un total de \$9.000.000. De estos, \$4.000.000 fueron destinados al fondo de Solidaridad por Colombia y \$5.000.000 fueron destinados al taller de Miguel de la Cruz. Se establecen diferentes alianzas para conseguir donaciones a los artesanos que mitigen el impacto negativo generado por la pandemia. Entre ellas: ANABARLO CONSTRUCTORA: 100 mercados para los artesanos de los municipios de Madrid, Mosquera y Soacha, departamento de Cundinamarca. (\$10.000.000) FUNDACIÓN JULIO MARIO SANTODOMINGO: 100 mercados para los artesanos en el departamento de Bolívar. (\$10.000.000) RAMO: 110 anechetas de productos para los artesanos de los municipios de Madrid, Mosquera y Funza, departamento de Cundinamarca. (\$11.000.000) ALPINA/AUTOGERMANA: Donación 13.200 litros de leche larga vida. Valor \$45.000.000 OCENSA \$210.000.000 FUNDACIÓN SOLIDARIDAD POR COLOMBIA: donaciones en efectivo: \$19.545.900 donaciones de mercados -Especie: \$93.123.741 donación Quila especies: \$ 2.673.253 FUNDACIÓN SOLIDARIDAD POR COLOMBIA: Se recibe la transferencia de liberartesanías por valor de \$ 269.509.892. (ITMR 30/09) Los aportes al sector artesanal por parte de diferentes empresas, gestionados por ADC, han sido monetizados. VER INFORME DE MONETIZACIÓN

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



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

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	RESULTADO	Meta	Meta	
Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional	No. Unidades productivas fortalecidas técnica y productivamente*	200	223	240	240	200	350	350
	No. Mujeres atendidas en el programa de Atención a Población Vulnerable (APV)**	210	1.187	720	860	720	720	1.187

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

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

Así mismo en el marco del programa de Atención a Población Vulnerable (APV) en lo corrido del año se logró atender un total de 860 mujeres. Este es el indicador de producto directo, en el PND.

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

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	RESULTADO	Meta	Meta	
Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal	No. de comunidades intervenidas (Valor del patrimonio cultural)	N/A	N/A	9	26	20	22	68

Para el año 2019 la meta era 0. Durante 2019, se realizaron talleres de rescate de oficios y/o técnicas artesanales y se inició el proceso de transmisión de saberes con un levantamiento del estado del arte. En 2020, en el marco de la estrategia "Artesano estamos contigo" se dio inicio al Programa Transmisión de Saberes artesanales el cual se llevó a



cabo en 26 comunidades del país, con un total de 30 maestros artesanos de diferentes oficios artesanales y 531 beneficiarios de los cuales el 31,5% fueron niños y jóvenes menores de 17 años, promoviendo así el relevo generacional

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

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	RESULTADO	Meta	Meta	
Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.	Ingresos de los artesanos (Monto anual esperado / % de incremento)	\$ 28.323*	\$ 28.831	\$ 13.308	\$6.945	\$ 7.292	\$ 7.656	\$50.724**
		5%	7%	N/A	N/A	5%	5%	

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

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

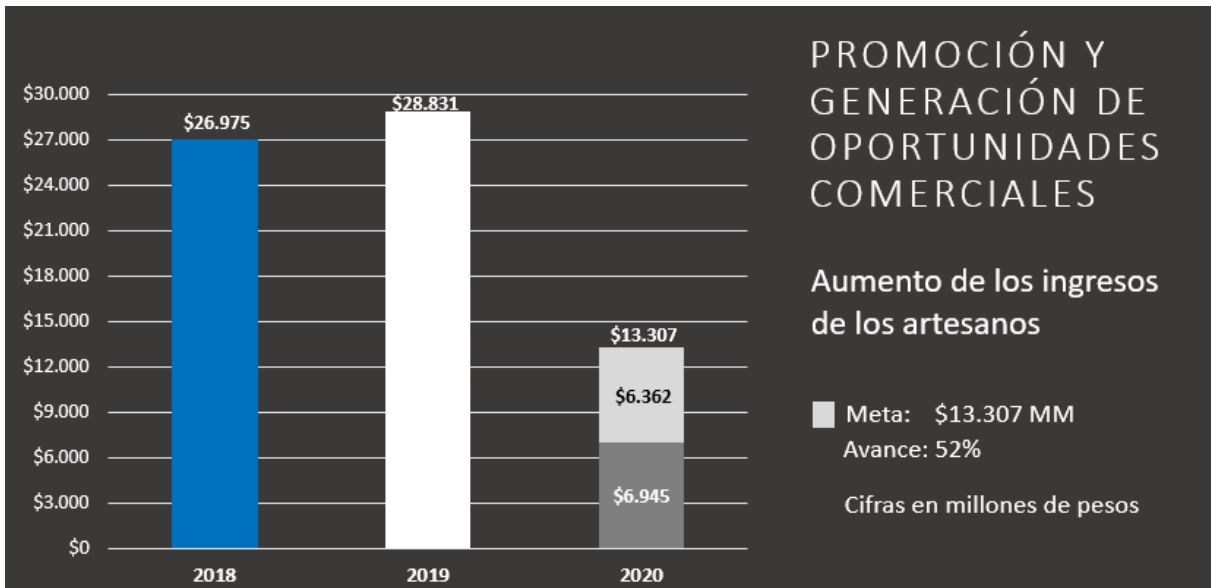
Es así que resultado de las iniciativas que se fortalecieron y/o implmentaron con otros canales, entre las que se encuentran: la participación en ferias regionales, las ferias organizadas por AdC en Asocio con terceros, el ingreso por inversión en producto y otras oportunidades de comercialización, se cuenta con los siguientes resultados de ingresos de los artesanos: Participación de ferias regionales: \$615MM; participación en ferias organizadas por AdC: \$645 MM (Este monsto incuye \$6MM resultado de las ruedas de negocios gestionadas en el marco de estas ferias); inversión en producto artesanal \$2.315 MM; oportunidades comerciales facilitadas a los artesanos: \$3.370 MM. Es así que a la



cierre de 2020 se facilitaron ingresos a los artesanos por valor \$6.945 MM, lo que equivale a un 52% de la meta equivalente a \$13.308MM

A continuación, se discrimina por iniciativa los ingresos percibidos por los artesanos en 2020. Cada una de estas iniciativas y sus resultados serán expuestas de manera más específica a lo largo de este informe.

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



Comportamiento anual ingresos de los artesanos



Procesos Internos (Dos objetivos estratégicos)

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

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

En el mes de marzo de 2019 se presentó el FURAG II con los avances de la gestión de la vigencia 2018 y bajo los nuevos requisitos de la versión 2 del MIPG. El resultado de este FURAG II fue publicado por el DAFP en el mes de mayo y el mismo se convirtió en la línea de base para el cuatrienio y sobre la cual se planteó la meta del indicador de producto incluida en el PND, en el pacto XV “Por una gestión pública eficiente”. Con base en lo anterior se establecieron las metas para los próximos cuatro años. El FURAG presentado arrojó como resultado para la entidad un total de 78,6 puntos, línea de base tomada en AdC para la proyección del cuatrienio.

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

Estos resultados se presentaron de manera general a la alta dirección y líderes de política. Así mismo, se generó por cada dimensión y política un reporte de preguntas Vs Respuestas por índices y sub índices. Se realizaron mesas de trabajo con cada líder durante el mes de junio y se presentaron al Comité Institucional, los resultados y ajustes de los planes de trabajo priorizando aquellas recomendaciones dadas por el DAFP. Con el fin de ejecutar actividades propias en el proceso de implementación del MIPG se estableció plan de trabajo, el cual se anexa con el resultado de las acciones emprendidas en la vigencia, con el 100% de cumplimiento en cada una de ellas.

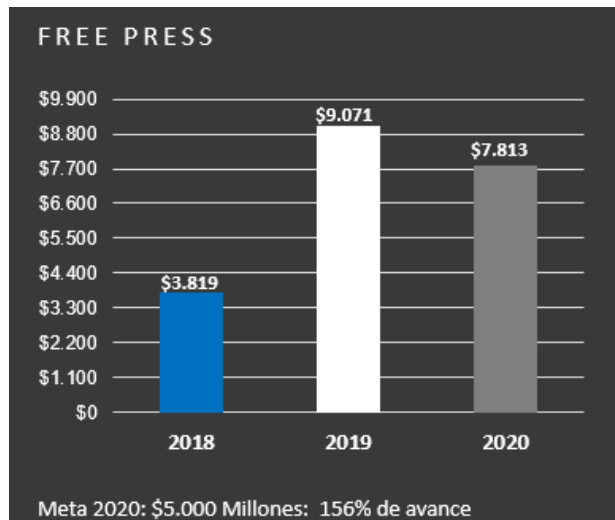


6. Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés

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

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta*	RESULTADO	Meta	Meta	
Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés	Valor Free Press	\$ 4.201	\$ 9.071	\$ 5.000	\$ 7.813	\$ 8.047	\$ 8.288	\$ 33.219
		10%	137%	NA	156%	3%	3%	

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





Aprendizaje y desarrollo (Un objetivo estratégico)

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

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

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

Sostenibilidad Financiera (tres objetivos estratégicos)

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

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	RESULTADO	Meta	Meta	
Apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas	Recursos obtenidos por medio de alianzas estratégicas	\$9.760	\$ 10.205	\$ 4.240	\$ 1.884	\$ 1.962	\$ 2.060	\$ 16.111

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

En 2020 se esperaba percibir recursos provenientes de alianzas estratégicas por un monto total de \$4.240 millones. El monto esperado incluía \$2.902 millones por cofinanciación con organizaciones del orden territorial y nacional; \$538 millones de apalancamiento con organizaciones de orden internacional y \$800 millones por patrocinio de eventos.



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

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

ALIANZAS ESTRATÉGICAS								
INICIATIVA	Real 2018 (Línea Base)	Meta 2019	Resultado 2019	2020				2021
				Meta	Meta Ajustada	RESULTADO		Meta
MONTO DE RECURSOS COFINANCIACIÓN DE INICIATIVAS, CON ORGANIZACIONES DEL ORDEN NACIONAL Y/O TERRITORIAL	\$ 5.764	\$ 5.710	\$ 5.799	\$ 5.804	\$ 2.902	\$ 729	25%	\$ 765
MONTO DE RECURSOS OBTENIDOS POR COOPERACIÓN INTERNACIONAL	\$ 775	\$ 1.050	\$ 1.076	\$ 1.076	\$ 538	\$ 270	50%	\$ 284
MONTO DE RECURSOS OBTENIDOS POR ALIANZAS Y PATROCINIOS	\$ 2.939	\$ 3.000	\$ 3.330	\$ 3.363	\$ 800	\$ 886	111%	\$ 913
MONTO TOTAL	\$ 9.478	\$ 9.760	\$ 10.205	\$ 10.243	\$ 4.240	\$ 1.884	44%	\$ 1.962

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

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta Ajustada	Resultado	Meta	RESULTADO	Meta	Meta	
Administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación de la entidad	Ejecución presupuestal (obligaciones)	91,18%	91,4%	91,51%	88%*	92%	92%	92%

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

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

La meta equivale a los ingresos que se generen sobre los que se proyecten generar para cada vigencia, a partir de las estrategias que se formuló en 2019. Teniendo en cuenta la contingencia a causa de la emergencia económica decretada por el Gobierno, debido a la pandemia por Covid-19, esta iniciativa no es posible operacionalizar en la vigencia. Para 2021 la línea estratégica se ajusta desde el objetivo en adelante, ampliando el alcance que



se busca lograr. La meta del indicador asociado corresponde el cumplimiento de las iniciativas proyectadas en la vigencia. Para 2021 se espera alguna iniciativa con aprovechamiento del Claustro de las Aguas.

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

Comunidad y medio ambiente (Un objetivo estratégico)

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

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021	2022	TOTAL MARCO ESTRATÉGICO 2019-2022
		Meta	Resultado	Meta	Avance	Meta	Meta	
Promover el manejo adecuado de los recursos naturales y materias primas, para contribuir a la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas	Cumplimiento Plan de Gestión Ambiental PGA (% cumplimiento del plan)	95%	97,3%	95%	99%	95%	95%	95%

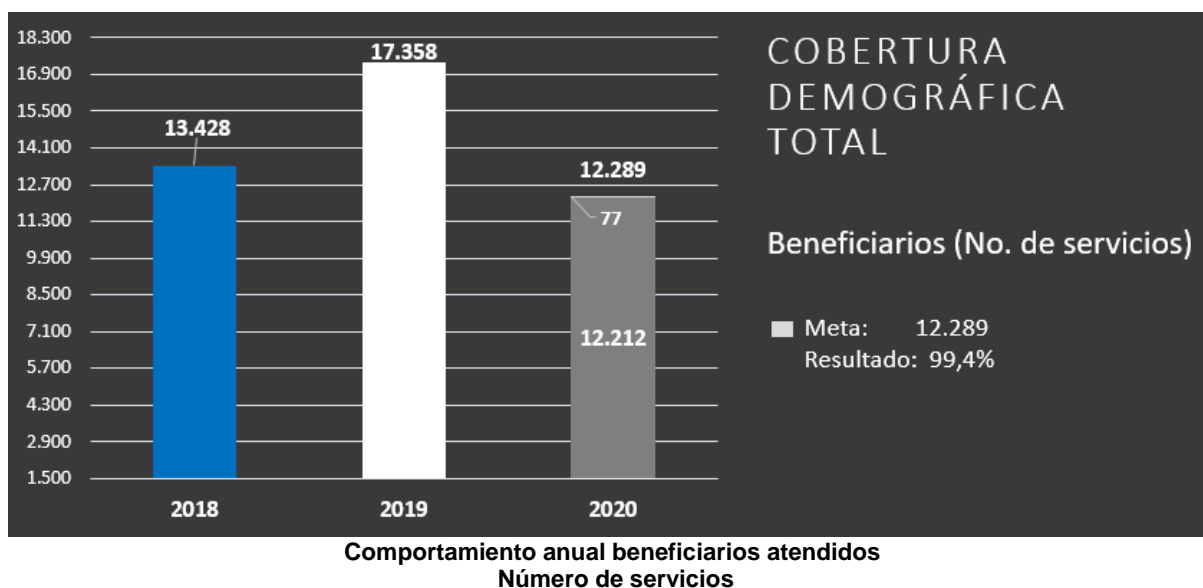
El Plan de Gestión Ambiental (PGA) en 2020 estuvo conformado por los programas de ecoeficiencia con 32 actividades formuladas y el programa misional con 5 actividades proyectadas. Al cierre del año se Implementó el 98% de las actividades contempladas dentro de los programas de ecoeficiencia. Dos (2)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

Por otro lado, se ejecuta el 100% de las actividades contempladas dentro del programa misional. En conclusión, se obtiene un cumplimiento de implementación del PGA del 99%.



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

Es así que durante 2020 producto de esta intervención se logró atender a 12.212 beneficiarios, que equivale a un cumplimiento sobre la meta que equivalía a 12.289 (ajustada, la meta inicial del año era: 12.289) de la vigencia del 99,4%. Esta atención se resume en las siguientes iniciativas, las cuales recogen las actividades generales de la atención en la vigencia: resultado de la atención a través de los laboratorios de Innovación y diseño (7.844 beneficiarios – 97% de la meta), el programa de atención a grupos étnicos (483 beneficiarios – 134% de la meta), el programa de Atención a Población Vulnerable (APV) (1.014 beneficiarios – 113% de la meta), los beneficiarios de la inversión en producto artesanal (608 beneficiarios – 87% de la meta) y beneficiarios de las estrategias de promoción y generación de oportunidades comerciales (2.263 beneficiarios – 102% de la meta).



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



BENEFICIARIOS ATENDIDOS (NÚMERO DE SERVICIOS)						
PROGRAMA / PROYECTO / INICIATIVA						
Programas / proyectos / iniciativas	Resultado 2018	Resultado 2019	Meta 2020	Meta ajustada 2020	Resultado 2020	Observaciones
Beneficiarios de Fortalecimiento de la actividad artesanal	7.539	11.478	8.100	8.100	7.844	Los Laboratorios al mes de diciembre se atendieron 7844 beneficiarios. Se logra fortalecer los 33 laboratorios de innovación y diseño (32 departamentos y Bogotá). Al mes de Diciembre impartieron 971 talleres y contenidos de la siguiente manera: Componente Desarrollo Humano: 166 talleres, Componente de Producción y Calidad: 50 talleres, Componente Diseño: 448 talleres, Componente Comercial: 337 talleres, Emprendimiento: 27 charlas, Sello de Calidad Hecho a Mano: 25 Charlas, Programa Propiedad Intelectual: 7 Charlas con el apoyo de Superintendencia de Industria y Comercio – SIC y la Dirección Nacional de Derecho de Autor - DNDA (Derecho de autor y Artesanías, Registro de marcas para artesanos, Protección al consumidor). Se gestionaron 43.888 ayudas a los artesanos en 24 departamentos. De otro lado, en el mes de diciembre, en el módulo de diseño se desarrollaron 523 videoconferencias, 532 talleres de diseño, 660 cápsulas de diseño, 9735 asesoría puntuales, 35 cartillas de diseño, 294 catálogos de productos de las unidades productivas artesanales y 1328 piezas de comunicaciones.
Beneficiarios atendidos población vulnerable y desplazada (APV)	910	1.495	900	900	1.014	Durante el mes de diciembre, teniendo en cuenta la contingencia como consecuencia de la pandemia COVID 19, se implementó la estrategia de mantener la atención y continuidad del Programa, realizando contacto, seguimiento y asistencias técnicas de las comunidades artesanales por vía telefónica, por medios electrónicos y asistencias técnicas presenciales en el mes de diciembre en el departamento del Magdalena. Es así que entre enero y diciembre se logró la atención de 104 artesanos, en los departamentos de Magdalena, Bolívar, Córdoba, Zona del Uraba Antioqueño, Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño.
Beneficiarios atendidos grupos étnicos	1.700	1.609	360	360	483	Como resultado del cierre de la vigencia 2020, se beneficiaron un total de 483 artesanos pertenecientes a 28 grupos étnicos artesanales. De los cuales: *10 grupos étnicos recibieron atención integral, ubicados en los departamentos de: Bolívar, Caquetá, Cauca, Cesar, La Guajira, Nariño y Bogotá, mediante asesorías de acompañamiento virtual y la socialización de material pedagógico como parte de las estrategias que se desarrollaron a distancia (Audios, videos, imágenes, podcast, cartillas digitales, infografías, entre otros). *18 grupos artesanales recibieron atención puntual y se encuentran ubicados en los departamentos de: Putumayo, Bolívar, Casanare, Cesar, Guaviare, Sucre, Vaupés, Nariño, Magdalena, Vichada, La Guajira, Risaralda y San Andrés Islas y Bogotá. De los 483 beneficiarios reportados, 434 se encuentran ubicados en los Departamentos focalizados para la actual vigencia y 49 en Risaralda, Magdalena y Putumayo, Departamentos que no están priorizados para esta vigencia, pero se brindó acompañamiento puntual a grupos que venían de vigencias pasadas y requerían un acompañamiento dada la contingencia actual. Como resultados comerciales, se realizaron 2 ferias comerciales digitales, Expoartesano y Expoartesanas. Adicionalmente, se gestionaron negocios facilitados por un valor de \$75.966.250.
Beneficiarios de inversión de producto artesanal para vitrinas y ventas institucionales	557	669	702	702	608	Con corte diciembre se compró producto artesanal a 608 proveedores de artesanías ubicados en 30 departamentos del país. El monto de la inversión en producto artesanal fue de \$2.562.482.568,59. Esto para un cumplimiento del 87% de la meta de beneficiarios.
Artesanos beneficiados estrategias de promoción y generación de oportunidades comerciales	1.132	1.153	1.211	2.227	2.263	A diciembre se ha logrado beneficiar 2.263 artesanos (Esto corresponde a un 102% de cumplimiento sobre la meta), a través de las diferentes estrategias de promoción implementadas, lo cual incluye: ferias regionales, ferias organizadas por ADeC en asociación con terceros, ruedas de negocios, eventos y talleres de demostración de oficio. A 31 de diciembre se participó en 25 ferias regionales, nacionales e internacionales: Carnaval Artesanal de Pasto, Feria de Manizales, Farex Cartagena, Feria Anato, Feria Expomalocas realizadas con presencia de artesanos, otras realizadas a través de medios virtuales como: La Gran Feria Virtual Juntos Nos Reactivamos, Tapiz artesanal realizada en Pasto, Día del sombrero Tolimense, Colombia moda, Feria Seven Santander Fashion Industry, Palmetto Play 2020, Sabor Barranquilla, Feria Tapiz Artesanal del Cauca a tu casa, Maestros Artesanos del Huila OMA, Feria Tapiz Artesanal del Valle del Cauca, Feria Maison & Objet Paris, Feria Selvedge World Fair Londres, Feria Artesanal de Pitalito, Colombia Crea Talento, Feria Chagarte Amazonas 2020, Feria Bazzarbo 2020, Feria del Hogar, Feria Mi Bogotá Week, Feria Tienda Ya y Feria Compra región de Santander a tu casa. Se organizaron dos ferias artesanales nacionales Expoartesano y Expoartesanas. Se participó en siete eventos: Visita Davos, visita damas americanas Bogotá, una joya solidaria, Subasta alianza Diageo & Artesanías de Colombia, Participación 20 de Julio México, participación en Mississauga Latin Festival y la participación en el M.O.D. Se realizaron el Foro Horizonte, Voces y La traja en el marco de Expoartesanas. Se han realizado 25 talleres de oficio. Se ha publicado y promocionado en la página web de ADC el directorio artesanal que incluye información comercial y de producto de 215 artesanos. Se ha participado en cuatro ruedas de negocios en la macro rueda 80 de Procolombia, en la rueda de negocios realizada en el marco de Colombia moda en Medellín, en la rueda de negocios organizada en el marco de Expoartesano y en la rueda de negocios realizada en el marco de Expoartesanas 2020. Un total de 64 espacios más tres espacios de visibilización de la actividad artesanal.
Total beneficiarios	13.428	17.358	12.275	12.289	12.212	



2. GESTIÓN POR PERSPECTIVA ESTRATÉGICA 2019

A continuación, se presentan los resultados de la gestión realizada en 2019 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 2020 se logró concretar el segundo acuerdo, para el cuatrienio, que contribuya a 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 2020, se logró gestionar las 12 barreras priorizadas, de las 19 identificadas y a trabajar durante lo que resta del cuatrienio.



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.

El planteamiento de la estrategia de reactivación productiva como resultado de la emergencia sanitaria, se muestra a continuación:



- Protocolos de bioseguridad para el desarrollo de la actividad productiva
Determinación de los criterios técnicos a implementar en las unidades productivas para garantizar las medidas de protección de contagio, de acuerdo a las resoluciones 666 y 675 del 24 de abril de 2020.

Identificación de requisitos establecidos por los entes municipales y departamentales para el registro de las empresas, empleados y protocolos de bioseguridad.

Construcción, de un modelo de protocolo de bioseguridad para ser implementado por el sector artesano en Colombia, socializado y divulgado a través de charlas, Facebook Live, publicaciones en las redes de sociales de la entidad.

Orientación y acompañamiento a unidades productivas en el cumplimiento de los requisitos establecidos por los entes municipales y departamentales para el registro de los protocolos de bioseguridad.

- Diagnóstico de necesidades y Desarrollo de un plan de implementación
Con base en un muestreo de unidades productivas, ante la situación generada por la emergencia sanitaria, se identifican los requerimientos de las comunidades artesanas en elementos de bioseguridad, insumos, herramientas y materias primas, con el fin de determinar las estrategias de apalancamiento que satisfagan dichas necesidades.
 - Materias primas locales: que permitieron el fortalecimiento de 107 grupos –con 225 talleres y unidades productivas (UP) de todo el país.
 - Herramientas e insumos de ferretería, (205 unidades productivas) lana (43 UP), cuero (10 UP) insumos de bisutería, chaquiras, telas, y tintes (92 UP)
 - 1770 kilos de hilos acrílico para fortalecer la labor productiva del oficio de la tejeduría de artesanos de 7 departamentos: La Guajira, Bolívar, Córdoba, Cauca, -Nariño, Putumayo y Antioquia
- Construcción de material pedagógico
A partir de los aspectos críticos identificados durante las jornadas de capacitación impartidas, se desarrolla y estructura material pedagógico para 22 contenidos de



procesos técnicos en los oficios de trabajo en cuero, trabajo en madera y totumo.

Oficio trabajo en madera: contenidos en las temáticas de:

- Generalidades de la madera
- Secado y preservación de la madera,
- Condiciones de taller,
- Elaboración de banco de trabajo,
- Fabricación y afilado de herramientas para talla,
- Proceso de talla,
- Acabados naturales y sintéticos,
- Adhesivos y empaque de producto en madera.

Oficio trabajo en cuero: contenidos en las temáticas de:

- Generalidades del oficio del cuero: Condiciones del taller, el cuero como materia prima, técnicas del oficio, insumos y herramientas),
- Procesos de modelado, corte, costura, acabados.

- Capacitación técnica

Oficio trabajo en madera y totumo:

Ciclos de capacitación técnica y asistencia técnica puntual especializada en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Santander, Norte de Santander, Huila, Antioquia, Eje Cafetero, Atlántico, Córdoba, Sucre, Bolívar y Putumayo.

24 capacitaciones técnicas vía remota a través de convocatorias regionales

26 asistencias técnicas puntuales especializadas vía remota

Oficio trabajo en cuero:

Ciclos de capacitación técnica en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Santander, Norte de Santander, Antioquia, Tolima, Bolívar y Valle del Cauca.

39 capacitaciones técnicas vía remota a través de convocatorias regionales

20 asistencias técnicas puntuales especializadas vía remota

Se fortalecieron 240 unidades productivas en los oficios de trabajo en madera y trabajo en cuero a partir de las capacitaciones y asistencia técnicas para el mejoramiento de procesos productivos, llevadas a cabo en las diferentes regiones del país.



- Acompañamiento en la formulación de proyectos

Como parte de las necesidades identificadas en el acceso a materias primas, se realizó acompañamiento en la formulación y postulación de proyectos ante la Agencia de Desarrollo Rural, en la línea de financiamiento de proyectos rurales, orientados al establecimiento de cultivos, con el fin de garantizar la proveeduría de las materias primas.

- Palma estera en Chimichagua, Cesar
- Iraca en Aguadas, Caldas
- Paja blanca en Guacamayas, Boyacá.

Por otro lado, y con el fin de alcanzar el objetivo en desarrollo, los equipos regionales de los laboratorios de innovación y diseño y los programas especiales elaboraron planes de acción relacionados con las capacitaciones y asistencias técnicas basadas en contenidos digitales de temas del componente de comercialización y emprendimiento, se desarrollaron cápsulas, videos, piezas gráficas, audios y presentaciones para atención integral. Es así que se dictaron un total de 669 talleres a 4055 artesanos, esto equivale a un cumplimiento del 134% en la meta proyectada para el año 2020 (500Talleres).

Como parte de esta iniciativa se reportaron un total de 656 artesanos capacitados en habilidades empresariales: costos, Asociatividad, trabajo en equipo y en mercadeo.

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

LABORATORIOS DE
INNOVACIÓN
Y DISEÑO

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.

En el marco de los laboratorios, como principales resultados de la vigencia se resalta el proceso de convocatoria para la participación en los proyectos. Entre el 6 y 26 de febrero de 2020 se realizó un proceso de inscripción para llegar a todos los artesanos que hacen parte



de un taller artesanal, una unidad productiva, un grupo o una comunidad o una asociación artesanal, interesados en hacer parte del proceso de capacitación y fortalecimiento que se adelantaría durante la vigencia, en cada departamento.

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

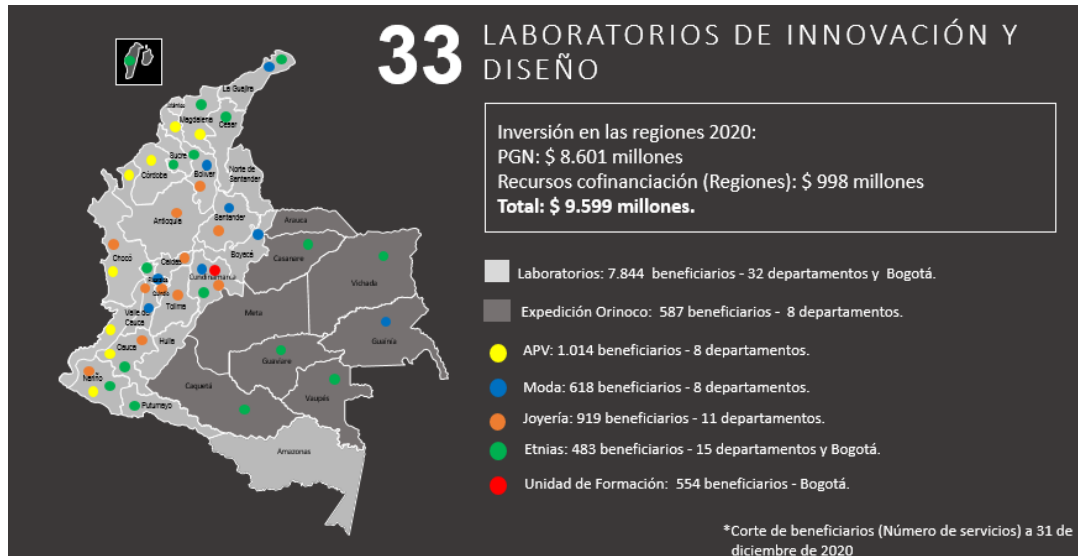
En el 2020 se desarrollaron actividades en los laboratorios de innovación y diseño de los 32 departamentos y la ciudad de Bogotá, los cuales ofrecieron programas, metodologías y actividades específicas de acuerdo tipo de población, a la vocación artesanal de cada región y a la identificación de necesidades establecidas a través de una encuesta en el mes de marzo 2020.

De los 32 departamentos y la ciudad de Bogotá, 23 departamentos y Bogotá se atendieron a través de la metodología de atención integral de los laboratorios de innovación y diseño. Estos 24 laboratorios fueron en los que se realizó la convocatoria. El resto de departamentos se atendieron 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
- Programa Nacional de Moda y Joyería
- Expedición Orinoco

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 distintos a los presentados en esta guía.

En este sentido, en 2020 los Laboratorios atendieron 7.844 beneficiarios (incluyendo la atención en el marco de los programas de Sello de calidad, Moda Viva, Programa Nacional de Joyería y Propiedad Intelectual), discriminados de la siguiente manera por departamento y programa:



Se han atendido beneficiarios en 405 municipios. Se han logrado apalancar \$ 999 MM, a través de diferentes convenios y alianzas regionales, nacionales e internacionales, de este total \$729MM corresponden a la gestión en las regiones. (Como se mostrará más adelante en este documento).



DEPARTAMENTO	ACUMULADO DICIEMBRE
Amazonas	229
	9,2
Antioquia	599
	6,1
Arauca	65
	6,4
Archipiélago De San Andrés	1
	2,0
Atlántico	316
	14,0
Bogotá	687
	9,5
Bolívar	233
	8,0
Boyacá	567
	12,1
Caldas	222
	5,3
Caquetá	68
	6,0
Casanare	153
	4,5
Cauca	255
	8,1
Cesar	141
	8,8
Chocó	331
	1,7
Córdoba	224
	23,0
Cundinamarca	369
	11,2
Guainía	44
	5,5
Guaviare	32
	2,1
Huila	208
	6,1
La Guajira	491
	4,3
Magdalena	350
	6,5
Meta	160
	9,0
Nariño	297
	6,2
Norte de Santander	186
	9,8
Putumayo	137
	6,0
Quindío	142
	8,5
Risaralda	149
	5,5
Santander	270
	11,5
Sucre	222
	20,3
Tolima	240
	8,4
Valle del Cauca	391
	8,7
Vaupés	25
	8,6
Vichada	40
	1,3
TOTAL x MES	7844
	8,7

Esta atención se logró través de 971 jornadas entre talleres, asesorías y vídeos enviados



por WhatsApp a las comunidades, distribuidas por componente de la siguiente manera:

Componente Desarrollo Humano: 136 talleres / Tema: (Caracterización componente social, Territorio vivo, Liderazgo, solidaridad e identidad, Ciclos territoriales: Tiempo y territorio, Desarrollo humano y problemáticas actuales, Autonomía y Autodeterminación, Taller Plan de vida artesanal, Trasmisión de saberes, Adaptación al cambio – Autoconocimiento, ¿Cómo transmitir un saber artesanal?, Reflexión para el progreso, La artesanía como plan de vida)

Componente de Producción y Calidad: 50 talleres / Tema: (Conoce cómo hacer el protocolo de bioseguridad de tu Unidad Productiva, Anatomía y secado de la Madera, Generalidades Oficio de Trabajo de Cuero, Cuero: Elaboración de Moldes, Asistencia técnica oficio trabajo en madera, Acabados Naturales de la Madera, Preservación de la madera)

Componente Diseño: 448 talleres / Tema: (Tendencias comerciales - Análisis 2020, Actualización y pronóstico de tendencias, Artesanía como estilo de vida, Fotografía de producto, Inspiración en lo natural - 2020 un tiempo para estar en casa, Inspiración para el desarrollo de nuevos productos, Productos Souvenir, activación del mercado local y turístico después del COVID 19, Sensibilización al diseño, Taller de co diseño- Tendencias y color, Taller de tendencias en decoración de interiores, Taller inspiración y referentes para el desarrollo de nuevos productos, Tendencias de bienestar en tiempos de crisis y Superficies naturales, 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: 337 talleres (incluye charla Sello de Calidad, Programa Propiedad Intelectual y Emprendimiento) / Tema: (Prepárese para el futuro, Taller Cualidades del



liderazgo Emprendedor y Taller Comercio Electrónico: Dónde puedo vender mis productos en tiempos de crisis, Plan de Mercadeo, Taller de Redes Sociales: Date a conocer, construye y consolida tus redes sociales, Taller de estrategias de promoción, Medios de pago, Cómo vender artesanías por redes sociales, Análisis de costos, Estrategias de precios, Discurso de Ventas, Canales de distribución, Finanzas Personales, Habilidades en Ventas, logística-Empaque-Etiqueta, fidelización de Clientes. Creación tienda virtual, Acompañamiento cierre de negocio)

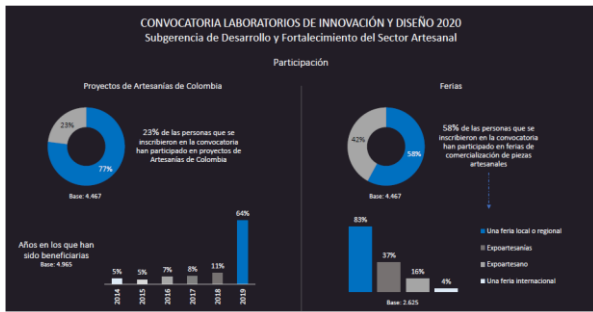
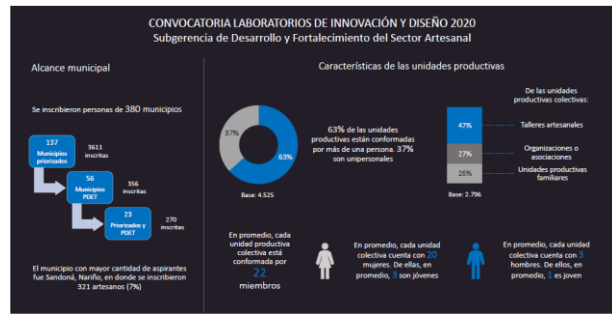
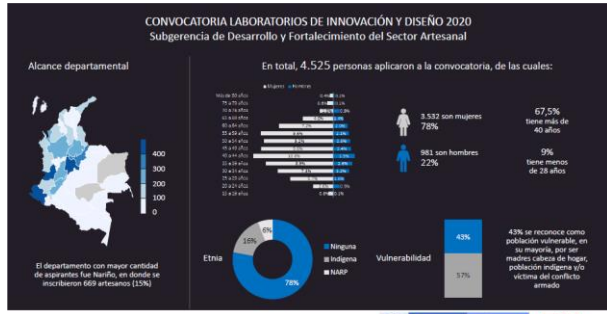
En este componente, además, se abrieron canales virtuales de capacitación y comercialización, y convocando a las compras solidarias y a los aportes voluntarios, entre otras acciones. Se destaca un total de \$486.901.700 de negocios facilitados a través del apoyo de los Laboratorios de Innovación y Diseño, cifra que incluye las estrategias de marketplaces (Santander a tu casa, Bolívar a tu Casa, AMA Huila, Tapiz Artesanal, entre otras)

Emprendimiento: 27 charla (Socialización crédito avanza Colombia, Educación financiera; Tips de inversión, La inversión y el crecimiento de la unidad productiva, Finanzas personales)

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

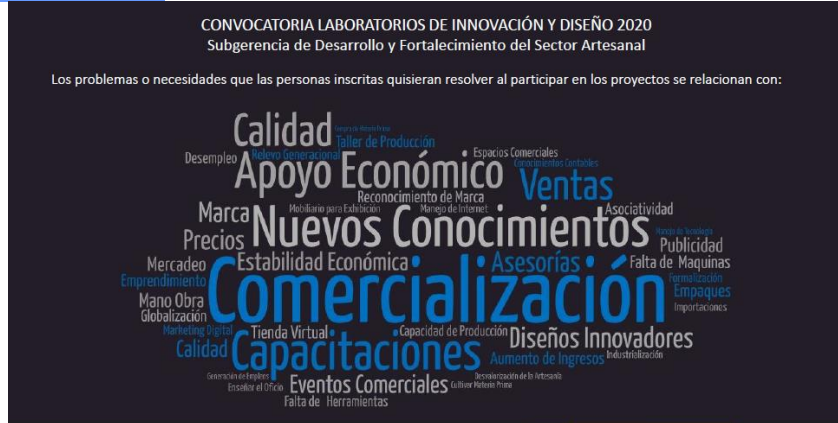
Programa Propiedad Intelectual: 7 Charlas con el apoyo de Superintendencia de Industria y Comercio – SIC y la Dirección Nacional de Derecho de Autor - DNDA (Derecho de autor y Artesanías, Registro de marcas para artesanos, Protección al consumidor)

De otra parte, a través de los laboratorios de innovación y diseño se aportó a la estrategia Artesano Estamos contigo, con el fin de brindar atención a las comunidades artesanales, en el marco de la emergencia sanitaria. En este sentido se realizó una encuesta para identificar las necesidades de las unidades productivas artesanales de los diferentes departamentos, la cual arrojó los siguientes resultados:



En esta encuesta se incluyó un DOFA en el que se destacaron unos temas relevantes identificados en la infografía como los títulos de mayor tamaño:





A partir de estas necesidades identificadas se realizaron los talleres y contenidos indicados anteriormente.

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

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

Como parte de esta estrategia gestionaron alianzas con entidades públicas y privadas, que



permitieron el acceso de artesanos a las ayudas del Gobierno Nacional, la entrega de mercados, elementos de primera necesidad.

Como resultado, 16.046 artesanos registrados en el Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal, se beneficiaron de los programas Familias en Acción, Jóvenes en Acción, Adulto Mayor y Devolución del IVA, de estos 2.649 artesanos fueron integrados al Programa Ingreso Solidario.

También se logró que 1.166 artesanos se inscribieran a la primera convocatoria a los BEPS- Estampilla Procultura y 653 artesanos apoyados por ADC fueron ganadores de la convocatoria Comparte lo que somos y fueron apoyados con \$1.500.000 por el Ministerio de Cultura.

De otro lado, se gestionaron US\$70.000 con el Fondo de Vulnerabilidad de Iberoartesanías para apoyar la reactivación económica. De los cuales se dotaron unidades productivas con herramientas y materias primas por \$246 millones de pesos.

Los Laboratorios de Innovación y diseño lograron gestionar 43.880 ayudas entregadas en las regiones por entidades aliadas.

Más adelante se verán los resultados integrales de la estrategia “artesano estamos contigo”.

DICIEMBRE - 2020	
RECURSOS PGN - AdC (MM) Ejecutado: \$ 6.600,9	\$ 6.696
RECURSOS GESTIONADOS DE COFINANCIACIÓN (MM) Meta: \$2.902 (Cofinanciación Nacional)	\$ 729
BENEFICIARIOS Meta: 8.100	7.844
TALLERES REALIZADOS (talleres, asesorías y vídeos enviados por WhatsApp a las comunidades)	971
SOCIOS Y ALIADOS <u>Iberartesanías</u> , Convenio de cooperación - <u>ENEL Green Power Colombia SAS ESP</u> , Convenio interadministrativo Municipio de <u>Tenjo</u> , Municipio de Fusagasugá, Fondo Mixto de Cultura de Sucre, Gobernación de Magdalena, Escuela del amor, Dulcería Lucerna	8
AYUDAS INSTITUCIONALES ENTREGADAS EN LAS REGIONES POR DIFERENTES ENTIDADES ALIADAS 24 departamentos beneficiados	43.888
NEGOCIOS FACILITADOS EN LAS REGIONES (MM)	\$ 486
ORDENES DE COMPRA (MM) 26 Departamentos	\$ 970

Principales resultados 2020



¿Qué servicios y programas se ofrecen en los Laboratorios de Innovación y Diseño?

Servicio	A quién va dirigido	Cómo se accede
<p>Asistencia técnica integral a través de talleres teóricos y prácticos con 5 componentes temáticos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Caracterización 2. Desarrollo Humano y social 3. Co-diseño 4. Producción y Calidad 5. Promoción y Comercialización. <p>Los mejores productos de cada laboratorio integran una colección que se presenta en Expoartesanías, Expoartesano y otros mercados y eventos artesanales a lo largo del año.</p>	<p>A talleres artesanales, unidades productivas, grupos, comunidades o asociaciones artesanales 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 la página web de Artesanías de Colombia y sus redes sociales. (1 en el año).</p> <p>*Cupos limitados de acuerdo a disponibilidad de recursos en cada departamento.</p> <p>*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.</p> <p>*Cupos limitados por mes.</p> <p>*No tiene costo para el artesano.</p>
<p>Capacitación y asesoría jurídica de la mano de la Superintendencia de Industria</p>	<p>A todos los artesanos productores.</p>	<p>Se programan jornadas de capacitación en derechos de autor y</p>



<p>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.</p> <p>Tarifas preferenciales para el registro de marcas de los artesanos, así:</p> <ul style="list-style-type: none">• Tarifa registro de marca individual para artesanos: \$80.500 / (\$1.166.500 tarifa de mercado).• Tarifa registro de marca colectiva para artesanos: \$111.000 / (\$1.547.000 tarifa de mercado).		<p>registros de marcas a lo largo del año para los beneficiarios de los programas de Artesanías de Colombia.</p> <p>*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.</p> <p>*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</p>	<p>Artesanos con productos que cumplan altos estándares de calidad.</p>	<p>A través de la página web de Artesanías de Colombia.</p> <p>*La participación no tiene</p>



compras para convertirse en proveedores de las tiendas promocionales de Bogotá, Medellín y Cartagena.		costo para el artesano. *Después de la inscripción, se surte un proceso de curaduría para verificar estándares de calidad, 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.

¿Qué actividades generales se adelantan desde los Laboratorios?

- Diagnósticos y caracterizaciones (departamento, municipio, comunidad, productos).
- Plan de Acción para cada Laboratorio.
- Gestión, formulación y ejecución de proyectos.
- Capacitaciones y asesorías.
- Mesas regionales de apoyo a la actividad artesanal en las que participan artesanos y entidades para identificar necesidades y oportunidades para fortalecer el sector artesanal de cada departamento.
- Elaboración de Bitácoras de diseño por municipio (registro de implementación de talleres de codiseño).
- Identificación de artesanos para postular al reconocimiento de la Medalla a la Maestría Artesanal
- Convocatoria de artesanos para las jornadas de registro de marca y demás servicios que ofrece la entidad en los territorios.
- Identificación de Maestros artesanos para transmisión de oficios.
- Identificación de Rutas turísticas de los departamentos.



- Levantamiento del calendario de ferias y fiestas de los departamentos.
- Apoyo a ferias artesanales locales.
- Apoyo a comisiones y eventos de programas especiales.
- Participación en mesas preparatorias y en Talleres Construyendo País y seguimiento a compromisos.

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

Programas que ofrecen los Laboratorios de Innovación y Diseño

Programa	A quién va dirigido	Cómo se accede
<p><u>Programa Nacional de Moda y Joyería</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	Comunidades vulnerables y/o en condición de desplazamiento del	*No tiene costo para el artesano.



capacitaciones de orden técnico, social, cultural y comercial, así como dotación de materias primas, insumos y herramientas.	litoral Pacífico, Urabá Antioqueño y el departamento de Bolívar.	
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.

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 2020, se realizaron 9 encuentros regionales, de manera virtual

Otra iniciativa ejecutada en el marco de los laboratorios es la de caracterización sociodemográfica de los artesanos del país, logrando entre 2014 y 2020, identificar y caracterizar 33.047 artesanos. De las 33 divisiones políticas (32 departamentos y Bogotá) 31 han sido caracterizadas, logrando así una cobertura del 93,9%. Producto de los diagnósticos y caracterizaciones regionales se logró la documentación de las infografías.

Bajo la estrategia de los Laboratorios de innovación y Diseño, se inicia en 2020 “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.

Por otro lado, se destaca que, en 2020, fue entregada la Medalla a la maestría, con los siguientes resultados:



2020	
TOTAL INSCRIPCIONES	271
COBERTURA EN DEPARTAMENTOS INCLUYENDO BOGOTÁ <i>(Faltó Vichada y San Andrés y Providencia)</i>	31
POSTULANTES PRESELECCIONADOS PARA LA EVALUACIÓN POR PARTE DEL JURADO EXTERNO	30
GANADORES DE LA MEDALLA A LA MAESTRÍA ARTESANAL 2020	6
JURADOS EXTERNOS <small>Claudia Hakim de Neme, Directora Museo de Arte Moderno de Bogotá Julia Miranda, Directora Parques Nacionales Naturales de Colombia Diego Guamizo, Diseñador especialista en trabajo con comunidades Weilder Guerra, Gerente del Centro Cultural de San Andrés del Banco de la República, Juan Pablo Aschner Decano facultad Creación de la Universidad del Rosario.</small>	5

Los ganadores de la Medalla 2020, se enlistan a continuación:

Categoría Ganadora	Nombre del o la ganadora	Municipio, Departamento	Oficio
Tradicional	Crucelina Chocho	Chocó, Litoral del San Juan	Cestería
Contemporánea	Francisco Javier Silva Gómez	Boyacá, Guacamayas	Cestería
Comunidad	Cooperativa Multiactiva De Artesanos De Pitalito "COARPI"	Huila, Pitalito	Tejeduría
Fomento	Fundación Gases del Caribe	Atlántico, Barranquilla	Tejeduría
El Legado	Darío De Jesús Agudelo Bermúdez	Antioquia, Jericó	Guarnielería
Maestro de Maestros	Ernesto Gutiérrez Jara	Huila, Palermo	Tejeduría

Productividad y competitividad del sector artesanal

Así mismo y con el fin de fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional, se han implementado 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:



Mejoramiento de procesos productivos:

Asistencias técnicas orientadas a mejorar y fortalecer los procesos productivos identificados como críticos con el fin de optimizar los procesos de transformación, mejorar las capacidades instaladas de las unidades productivas y aumentar su competitividad.

- Oficio de cestería - paja mawisa en la Alta Guajira a las comunidades Wayúu de Kajashivou, Sijolu y kaparala, en el marco del proyecto de cooperación con Nueva Zelandia, en los procesos de:
 - Tintura
 - Tejido
 - Acabados
 - Seguimiento a la producción

- Oficio de tejeduría en telar y en aguja y trabajo en tela, en el municipio de Uribia, corregimiento de Wimpeshi, a 11 comunidades Wayúu, Cañaverál, Romana, Yotojoloín, Mashumana, Utkap, Flor de la Frontera, Kalinchon, Jaika Kalinchon, Patajatamana, Jamucherra y Paliyawain, en el marco del proyecto con Enel:
 - Diagnóstico y caracterización de oficios
 - Talleres de calidad para el desarrollo de productos que faciliten la comercialización de los mismos.
 - Talleres de estandarización de dimensiones y procesos en la elaboración de mochilas y chinchorros, en las comunidades de Cañaverál, Romana, Yotojoloín, que permitan optimizar los tiempos de producción, mejorando la organización interna y la productividad de los grupos.

Desarrollo de producto

- Oficio de Joyería, comunidad joyera de Marmato – Caldas, con el fin de promover la reactivación de la labor productiva:



- Talleres de diseño
- Estrategias de recolección y toma de información
- Medios virtuales de comunicación (imagen de producto, manejo de redes, desarrollo de catálogo de producto artesanal).

Emprendimientos Artesanales Fortalecidos

Con el fin de promover la reactivación productiva de las unidades artesanales se imparten asistencias técnicas técnico – productivas a diferentes unidades productivas:

Oficio de joyería en las comunidades artesanas de Mompo, Ataco, Segovia y Quimbaya, enfocadas a los componentes de diseño con desarrollo de producto y comercialización, con el uso de los medios virtuales.

Asimismo, en el marco del “Proyecto de Asistencia Técnica Para el Fortalecimiento del Sector Artesanal del Departamento del Magdalena” se fortalece técnicamente a los artesanos del departamento dedicados al oficio de trabajo de la madera, a través de la capacitación y asistencia técnica especializada, impartidas vía remota para el perfeccionamiento y mejoramiento técnico de procesos productivos en las temáticas de: conocimiento de la madera como materia prima, secado, preservación o inmunización, ensambles, acabados naturales, acabados industriales, proceso de talla, mejoramiento de las condiciones de trabajo, optimización de la materia prima y empaque de producto.

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



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

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

Programa Arquitectura-Artesanía:

Durante el año 2020 se consolidó el programa, (objetivo, productos, inspiración, requerimientos), incluyendo los paneles desarrollados para expoartesánías 2019 (12) Desarrollando muestras especializadas en diferentes materiales (22 materiales y 90 muestras), y muestras de pomos como accesorios para mobiliario (23 materiales y 180 muestras). se desarrollaron fichas para cada muestra con las especificaciones de cada material, origen, oficio y técnica artesanal. Así mismo todo este material se consolidado en



una tabla de Excel con los datos técnicos y proveedores de cada una de las muestras. Se realizaron avances en el diseño de catálogo para la promoción de los paneles arquitectónicos y fibras naturales disponibles, junto con los accesorios para mobiliario (pomos). Se realizó el registro fotográfico de las muestras disponibles. Este material fotográfico alimentó la presentación del proyecto, convirtiéndose en un elemento de consulta del programa.

La presentación del programa y sus muestras físicas fueron socializadas a diferentes empresas y clientes interesados en las propuestas de acabados y recubrimientos arquitectónicos artesanales en las que se cuentan: Arkitekt de almacenes éxito y Hunter Douglas. Para Hunter Douglas se concretó un total de 7 muestras finales, que han sido remitidas para su evaluación. En el mes de noviembre se contrató una arquitecta para liderar el programa, y desarrollar la hoja de ruta del mismo durante el año 2021

DICIEMBRE 2020	
COMUNIDADES VINCULADAS	34
PÁNELES DE GRAN FORMATO DESARROLLADOS	12
MUESTRAS DESARROLLADAS Y CATALOGADAS PARA ACABADOS	53
MUESTRAS DE ACCESORIOS (pomos, agarraderas) DESARROLLADAS	199
MUESTRAS DE TEXTILES ARQUITECTÓNICOS DESARROLLADAS	30
ALIANZAS ESTRATÉGICAS CONCRETADAS PARA DESARROLLO • Hunter Douglas • Arkitekt	2

Principales resultados 2020

Programa Arte Vivo-Artesanía:

Los principales resultados del programa Arte Vivo 2020 son los siguientes:

1. Se lograron realizar colaboraciones entre 11 Artistas y 16 comunidades y artesanos de diferentes regiones del país, como resultado se co-crearon 109 obras en diferentes oficios y técnicas artesanales como son: Cestería, Talla en Madera (Bancos), Talla de objetos utilitarios, Alfafería, Cerámica, Pintura sobre Yanchama, Tejido, Barniz de Pasto.
2. El proyecto colaborativo Lengüitas sagradas (2020), entre la comunidad Koreguaje y su taller Masipai “gente sabia” (Florencia, Caquetá) y la artista Juliana Góngora, se presentó en la galería Lokkus de Medellín. Esta instalación fue adquirida por la Fundación Kadist de San Francisco, California, para su programa Colección de Artistas, que se consagra a la difusión de sus obras con el fin de afirmar un lugar necesario en el corazón del arte contemporáneo.



3. Dos colaboraciones del programa Arte Vivo fueron ganadoras de la Beca encuentros entre Artistas y Artesanos del Ministerio de Cultura. Las cuales fueron las siguientes: En Barro del grupo constituido por la artista Camila Sanjinés y el artesano Laureano Melo (Ráquira) y Mopa – Mopa Otro acercamiento del grupo constituido por la artista Marcela Calderón y la artesana Mary Ortega (Pasto).

4. Registro fotográfico de la Colección Arte-Vivo 2020, de las obras que fueron co-creadas y se encuentran en las bodegas de Artesanías de Colombia.

2020 - 2021	
COMUNIDADES DE ARTESANOS	16
OFICIOS Y TECNICAS ARTESANALES	97
NUMERO DE PIEZAS ELABORADAS	117
PROPUESTAS GANADORAS DE LA BECA ENCUNTROS DE ARTISTAS Y ARTESANOS <ul style="list-style-type: none"> Propuesta de la artista Camila Sanjinés y el artesano Laureano Melo, titulada "Pájaros" Piezas de cerámica de Ráquira y la propuesta de la artista Marcela Calderón y la artesana Mary Ortega, con la propuesta Mopa-Mopa 	2
ARTISTAS VINCULADOS	11
PARTICIPACIÓN ARTBO	1
ELABORACIÓN CATÁLOGO COLECCIÓN 2020	1
Lengüitas Sagradas Instalación co-creada entre el Taller Koreguaje, de Florencia, Caquetá y la artista Juliana Góngora, adquirida por la Colección Kadist, San Francisco, EE.UU.	100

Principales resultados 2020

Programa Moda y Joyería:

En los Programas de Moda y Joyería en el transcurso del año 2020, como logros a resaltar se encuentran:

25 comunidades atendidas en 12 departamentos, un total de 1537 beneficiarios. Se desarrollaron 474 talleres en los componentes de desarrollo humano, diseño – producción y comercialización con marketing.

- Desarrollo humano:

Desde este componente se generan por primera vez acciones de acompañamiento a las



comunidades de moda y joyeras del país, se hace prioritaria ante la situación de pandemia y acciones de desplazamiento que se adelantaron por grupos al margen de la ley.

Así mismo bajo la subasta Bogotá una Joya, iniciativa de Cámara de Comercio de Bogotá, fueron entregados 147 mercados, a los cuales se les hizo seguimiento y entregadas las constancias pertinentes.

Diseño y Producción:

Se desarrollan 250 referencias nuevas lanzadas en el marco de Expoartesanías 2020, las que componen la campaña fotográfica de Visibilización con 16 piezas y 99 para promoción on line.

El seguimiento a producción fue uno de los aspectos que cobró alta importancia dentro de este componente, en consideración de las 4 compras institucionales que se llevaron a cabo y la participación de las comunidades en eventos comerciales.

Como parte de la estrategia de fortalecimiento productivo son entregadas a comunidades materias primas, herramientas e insumos por el orden de: \$ 42.000.000

- Comercial – marketing:

Componente que inicia también en esta vigencia apoyando a las comunidades, haciendo énfasis en marketing digital logrando negocios facilitados por \$ 153.000.000

Compras institucionales de colecciones anteriores y de la vigencia actual por \$ 253.000.000

- Vínculo con marcas de diseño:

Con el grupo éxito se ha estado trabajando para la colección Arkitekt, que debido a la pandemia fue aplazado para el mes de Julio evento Colombiamoda 2021.

Así mismo se vincula a las comunidades de San Agustín y Sandona con la firma Mario Hernández

La colección cápsula relaciona a diseñadores con las comunidades, se han vinculado en este año a 15 diseñadores, que están trabajando con talleres artesanales para generar una colección que será ofertada tanto en el Market Place como en Expoartesanías 2020, vinculan a 14 comunidades y se desarrollan 46 referencias.

- Participación en eventos:

Artesanías de Colombia, se vincula a Colombiamoda con la presentación en la plataforma de Mercado Libre, propuesta por el evento.



Programa Moda viva:

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

El programa pretende crear una relación virtuosa, justa y exitosa entre la industria de la moda y las comunidades artesanales del país.

Entre las actividades generales se encuentran:

- Focalización de Comunidades: Convocatoria y definición.

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

Categoría Moda:

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

Moda	
Nivel 1 - acompañamiento permanente	
Departamento	Comunidades



Santander	Charalá
Valle	Cartago
	Roldanillo
La Guajira	Maicao
	San Juan del Cesar
Boyacá	Duitama
Guainía	Porvenir
Caldas	Belen de Umbria
Asesorías Puntuales y compra de producto	
Bogotá	Bogotá
Bolívar	San Jacinto
Charla tendencias en colaboración con laboratorios	
Región Cundiboyasense	Región Cundiboyasense
Región sur Andina	Región Sur Andina
Santander	Santander
Eje Cafetero	Eje Cafetero
Valle	Valle
Solo Compra de producto	
Putumayo	Valle del Sibundoy
Nariño	Sandona
Santander	Curití



**Atención 2020 – Programa de Moda y Joyería
Comunidades de Moda**

- Investigación de tendencias para socializar.

En la categoría moda, la fase inicial se desarrolla con base en el estudio de tendencias la



cual cobra pertinencia para comunicar a los artesanos tanto de forma general como específica, según características materiales del producto desde la Moda se diversifica en 3 presentaciones, discriminadas así:

Moda:

- Prendas
- Accesorios de Moda
- Bisutería

- Desarrollo trabajo con comunidades:

La vigencia 2020, ha sido afectada en la ejecución de sus actividades por la pandemia COVID – 19, lo cual llevo a implementar acciones haciendo uso de las tecnologías de la información y comunicación, como se ha mencionado anteriormente. Para cada uno de los grupos de artesanos fue implementada un canal de comunicación según la disponibilidad en la región y/o económica para acceder a señal, para facilitar dicha labor se desarrolla material pedagógico, que estimule el conocimiento e inquietud de los artesanos:

Componente de diseño y producción:

- Patronaje:
 - Toma de Medidas (ppt)
 - Cartilla toma de medidas femenino y masculino
 - Cartilla toma de medidas femenino.
- Producto y proceso
 - Taller análisis de producto
 - Taller paletas de color
 - Taller de origen natural
- Presentación – audios sobre historia de la moda

Componente comercial e-commerce:

Presentación:

Importancia del manejo de las redes

- Facebook como medio efectivo de promociones y lanzamientos de producto
- Facebook como vitrina comercial y de fidelización de clientes
- Instagram como generadora de valor de marca a través de contenido
- Instagram como plataforma dinámica para la exhibición de producto



- Departamentos – Municipios – Actividades:

Departamento: Valle del Cauca: Asociación Asobordar

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

Beneficiarios: 14 representantes de 16 asociaciones

Actividades: 42

Componente D. Humano: 4

Liderazgo y solidaridad, Resolución de conflictos, Tema: comunicación asertiva, Trabajo en equipo.

Componente Diseño y Producción: 22

Taller Historia y negocio de la Moda: 12

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

Talleres análisis de producto; tendencias Moda y Artesanía; tendencias en bordados; taller de Co diseño; validación de diseño de producto, 3 Molderia – Patronaje, 2 Asesoría prototipos

Componente Comercial: 16

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

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



incógnito, concurso copa contando el cuento, Instagram como Generadora de Valor de Marca a Través de Contenido

Implementación campaña de diciembre, revisión campaña diciembre, Asesoría Copa contando un cuento, Instagram como Plataforma Dinámica Para la Exhibición de Producto

Departamento: Santander

Municipio: Charalá

Beneficiarios: 12

Actividades: 35

Componente diseño: Taller Historia y negocio de la Moda: 13

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

Componente Diseño y Producción: Producto 10

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

Componente Comercial: 13

Capacitación importancia de las redes sociales, Facebook - fidelización clientes

Vitrina facebook y fidelización, revisión campaña de amor y amistad, Evaluación implementación campaña Facebook y sesión de trabajo concurso copa discurso de ventas, Copa de ventas, Revisión Final Guion Copa Discurso de Ventas y Correcciones finales campaña septiembre, Revisión final y balance campaña septiembre, preparación cliente incógnito, concurso copa contando el cuento, Módulo 2, Implementación final, Facebook Como Medio Efectivo de Promociones y Lanzamiento de Producto, preparación fase 3 concurso copa contando el cuento



Vitrinismo y guion Copa contando el cuento, Implementación Campaña de diciembre, Asesoría Copa contando un cuento.

Departamento: Boyacá

Municipio: Duitama

Beneficiarios: 14

Actividades: 25

Componente diseño y producción: 17

Apertura en Duitama, 3 Talleres de Historia y Negocio de la Moda, Análisis de Producto, 2 talleres de abstracción de paleta de color, Reunión de seguimiento zoom, Tendencias, Co diseño, análisis de propuesta, Referentes Boyacá, Patronaje, 4 sesiones de asesoría a prototipos.

Componente Comercial: 7

2 sesiones de importancia de las redes sociales, Facebook y fidelización, Market Place, Presentación de marca, revisión general campaña septiembre, Módulo 3 Introducción - Instagram como generadora de valor de marca a través de contenido.

Componente de desarrollo humano: 1

Liderazgo y solidaridad

Departamento: La Guajira

Municipio: San Juan del Cesar

Beneficiarios: 12

Actividades: 19

Componente Diseño y Producción: 12

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

Componente de Desarrollo Humano: 5



Liderazgo y solidaridad, Autocuidado físico con Semillero, atención a duelo COVID -19, Autocontrol emocional, plan de vida artesanal, adaptación, resiliencia y manejo del cambio

Componente Comercial: 2

Importancia de las redes sociales, Facebook como vitrina comercial y de fidelización de clientes

Departamento: La Guajira

Municipio: Maicao – Maima Jassay

Beneficiarios: 7

Actividades: 14

Componente Diseño y Producción: 10

Identidad, Taller Historia de la Moda, Taller historia y negocio de la moda 1, Taller historia y negocio de la moda 2, Historia y Negocio de la moda 3, Co diseño, asesoría puntual producto, 3 seguimiento a producción.

Componente Comercial: 3

Importancia de las redes sociales, Módulo 2, Implementación final, FaceBook Como Medio Efectivo de Promociones y Lanzamiento de Producto, Diagnosticó Facebook y ajustes puntuales

Componente de Desarrollo Humano: 1

Plan de vida artesanal - identidad y referentes culturales

Departamento: Guaina

Municipio: Porvenir

Beneficiarios: 8

Actividades: 22

Componente Diseño y Producción: 10

Identidad, Apertura y preguntas sobre contexto, Video enviado por WhatsApp, segunda actividad - Análisis de Producto, Socialización, Tendencias, planos técnicos vía whatsapp, Asesoría en prototipos, plan de producción, Ejercicio de Tintura con plantas, seguimiento



producción.

Componente comercial: 5

2 talleres de importancia de las redes sociales, Facebook como vitrina comercial y de fidelización de clientes, Módulo 2 Implementación - Facebook como medio efectivo de promociones y lanzamiento de productos, Facebook Como Medio Efectivo de Promociones y Lanzamiento de Producto

Componente de desarrollo humano: 8

Expectativas- metas, Manejo de duelo, liderazgo y solidaridad - transmisión de saberes, Autocuidado físico, Autocontrol emocional, Plan de vida artesanal, 2 talleres de seguimiento transmisión de saberes

Departamento: Risaralda – Belén de Umbría

Municipio: Belén de Umbría

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

Actividades: 8

Componente Diseño y Producción: 7

Videos de presentación de equipo, Socialización de programa y descripción de proceso, co – diseño, 2 Desarrollo de producto, Ejercicio de Tintura con plantas.

Componente comercial: 1

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

Asesorías Puntuales:

Estas asesorías se han llevado a cabo con base en llamada, Whatsapp, visita a taller.

Departamento: Bogotá

Municipio: Bogotá

Beneficiarios: 4

Componente Diseño y Producción: 18



Re-diseño de producto

Departamento: Bolívar

Municipio: San Jacinto

Beneficiarios directos: 2

Componente Diseño y Producción: 17

Re-diseño de producto

Conferencias generales de Moda:

Beneficiarios: 527

Beneficiarios conferencia tendencias Bogotá: 26

Boyacá, Bogotá, Cundinamarca, Santander: 4

Putumayo y Cauca:1

Valle – Putumayo: 1

Quindío, Risaralda, caldas, Antioquia: 2

Tolima y Huila: 1

Bogotá: 1

Meta: 1

Cartago-Duitama: 1

Boyacá – Risaralda: 1

Componente	Actividades
Desarrollo Humano – Mabel Sierra	18
Componente de diseño y producción. Natalia Pérez – Alejandra Cuaran – Paola Martínez	148
Componente Comercial. Ana Isabel Berrio	47

- Programas Especiales:

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

• Grupo Éxito:

Dentro de la marca Arkitect comercializada por la cadena Éxito, se inicia un proyecto para



trabajar con la diseñadora Manuela Álvarez y las comunidades de Duitama (técnica macramé), y con la comunidad del Valle que integra los municipios de Cartago, Roldanillo, Anserma (oficio del bordado).

Se plantea una contratación por valor de \$ 110.000.000 que queda en minuta, interrumpido por no poder llevarse a cabo en la cuarentena dispuesta desde el gobierno central. Se adelantan las siguientes acciones:

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

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

En el mes de diciembre se llevan a cabo reuniones para prototipado tanto con Duitama como el Valle del Cauca, quedando pendiente su elaboración para el acompañamiento en producción.

- Proyecto Mario Hernández:

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

- Proyecto Falabella:

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

- Inversión en materias primas e insumos:

Dentro de la estrategia reactivación del sector artesanal, se entregan dentro del componente



de diseño y producción, materias primas, herramientas e insumos que se constituyeron en base de la producción para la colección interinstitucional y demás pedidos efectuados en la vigencia 2020.

Discriminados así:

Tela Moda	
Cartago - Valle	\$ 1.940.085
Guna - Dule	\$ 236.370
Charalá	\$ 739.740
Guajira	\$ 975.360
TOTAL	\$ 3.891.555

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

Entrega de Herramientas Moda	
Charalá	\$ 1.649.500
Duitama	\$ 2.425.000,00
TOTAL	\$ 4.074.500

Fibras sintéticas - naturales	
Duitama	\$3.001.000
TOTAL	\$3.001.000

✓ Transmisión de oficio

Para la categoría de moda, llevan a cabo trasmisión de oficio, concertada previamente con la líder de componente de desarrollo humano:

Comunidad de Inírida – Grupo Zaricanha:

12 mujeres pertenecientes al grupo Zaricahna, con edades entre los 25 y 65 años. Las artesanas adultas tienen mayor conocimiento sobre la simbología propia de la comunidad,



sin embargo, la transmisión de la simbología represento un ejercicio en conjunto en el que todas investigaron con los mayores o abuelos de la comunidad.

Sesiones teóricas prácticas:

SESIÓN	TEMA	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
1	Compilación de simbología	Recolección de la simbología representativa propia de la comunidad Curripako	Cada artesana investigará con sus mayores los símbolos propios de la comunidad, realizando dibujos, poniéndole el nombre correspondiente y el significado del mismo.
2	Socialización simbología	Socialización grupal sobre los símbolos recolectados en la investigación	En reunión grupal, cada artesana socializa los símbolos identificados con los mayores explicando a través de los dibujos el significado que tienen y la historia que fue contada a ellas.
3	Interiorización del símbolo a partir del ejercicio de la cestería	Representación del símbolo en la artesanía	Cada artesana elige el símbolo que más la representa y lo plasma en su artesanía usando el tejido tradicional, generando una muestra del mismo.
4	Interiorización del símbolo a partir del ejercicio de la cestería	Representación del símbolo en la artesanía	Continuación de la representación del símbolo elegido por la artesana en su artesanía usando el tejido tradicional, generando una muestra del mismo. De esta forma se promueve el perfeccionamiento del tejido tradicional y de la compilación de la simbología propia de la comunidad representandola en la artesanía.

Sesiones prácticas:

Las artesanas adultas tienen mayor conocimiento sobre los tejidos tradicional y piña en comparación con las jóvenes, sin embargo, todas las artesanas con la asesoría de la líder Gladys Aponte, desean perfeccionar su técnica e innovar a partir de los diferentes productos.



SESIÓN	TEMA	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
1	Tinturado	Identificación de la corteza, definir ingredientes y explicación de cómo llegó al descubrimiento de la corteza	La maestra artesana irá con la comunidad a la selva a identificar la planta, recoger la corteza que necesitan y hablarán sobre cómo la descubrieron y los ingredientes y cantidades necesarias para elaborar un buen tinturado.
2	Tinturado	Práctica, remojar, cocinar	La maestra llevará a cabo un ejercicio práctico en el que explicará cómo se realiza el proceso de tinturado con esta nueva corteza identificada por ella y entre todas tinturan cierta cantidad de materia prima para la elaboración de sus productos.
3	Tejido Piña	Fortalecimiento del tejido piña	Explicación por parte de la maestra artesana sobre la puntada tejido piña, mientras cada artesana va realizando el ejercicio práctico elaborando una muestra que refleje lo aprendido.
4	Tejido Tradicional	Fortalecimiento del tejido tradicional	Explicación por parte de la maestra artesana sobre la puntada tejido tradicional, mientras cada artesana va realizando el ejercicio práctico elaborando una muestra que refleje lo aprendido.
5	Asesoría productos que combinen tejidos piña y tradicional	Asesorías de los productos	La maestra artesana realizará asesorías constantes de la calidad de los productos que tenga diferentes tejidos entre ellos el tejido piña y el tejido tradicional, sugiriendo correcciones y verificando que la calidad mejore con la asesoría dada por ella.

TRANSMISIÓN DE SABERES MODA		
Artesano	Municipio	Pago
Ana Gladys Aponte Garrido	Inírida	\$ 2.000.000
Yudy Mariela Aponte Garrido	Inírida	\$ 2.000.000
TOTAL		\$ 4.000.000

✓ Negocios facilitados

Así mismo, desde el programa se viene implementando el seguimiento a negocios facilitados por medio de las comunidades, en lo cual ha estado involucrado tanto el equipo de diseño tanto de moda, como la profesional en marketing, que inicia labores en el mes de Julio.

Trabajo con marcas de diseño, compras de clientes presenciales, campaña del mes de



amor y amistad, trabajo de manejo de redes y el movimiento de la cuenta de Instagram institucional.

Categoría Moda	
Tejidos Boyacá	\$ 635.440,00
Asobordarte	\$ 633.600,00
LOREN BARAKE	\$ 6.356.000
LOREN BARAKE	\$ 2.090.900
Total	\$ 9.715.940
Componente comercial – Ana Berrio	\$ 21.246.400,00
Total Agosto	\$ 30.962.340

✓ Compras institucionales:

Como plan de mitigación desde la Subgerencia de Fortalecimiento del sector Artesanal, dentro de su estrategia de reactivación del sector, se dispone rubro para la compra de producto tanto de inventario, como de producto colección 2020, así:

Comunidades compras	Expoartesano	se cancelo	Abril - Mayo	Expoartesánias	Mayo	TOTAL
Risaralda - Belén de Umbria				\$ 3.004.800,00		\$ 3.004.800,00
Bogotá	\$ 12.200.000,00	\$ -		\$ 13.344.250,00	\$ 2.480.000,00	\$ 28.024.250,00
Cartago- Valle - Cali	\$ 4.425.000,00	\$ -		\$ 10.042.844,00		\$ 14.467.844,00
Charalá	\$ 5.800.000,00	\$ -		\$ 10.098.000,00		\$ 15.898.000,00
Duitama			\$ 1.450.000,00	\$ 16.320.000,00		\$ 17.770.000,00
Maicao	\$ 5.000.000,00	\$ -		\$ 9.100.000,00		\$ 14.100.000,00
Mampujan				\$ 630.000,00		\$ 630.000,00
Guainía Puerto Inirida				\$ 2.290.000,00		\$ 2.290.000,00
San Jacinto	\$ 4.700.000,00	\$ -	\$ 1.069.000,00	\$ 6.355.000,00		\$ 12.124.000,00
San Juan del Cesar				\$ 7.570.000,00		\$ 7.570.000,00
Sandona	\$ 2.300.000,00	\$ -	\$ 600.000,00	\$ 3.654.000,00	\$ 2.450.000,00	\$ 9.004.000,00
Uribe<	\$ 670.000,00	\$ -		\$ 1.338.750,00		\$ 2.008.750,00
Alta Guajira	\$ 1.950.000,00	\$ -				\$ 1.950.000,00
Cumbal- Nariño	\$ 670.000,00	\$ -				\$ 670.000,00
Curití - Santander	\$ 2.975.000,00	\$ -	\$ 680.400,00			\$ 3.655.400,00
Guapi	\$ 3.190.000,00	\$ -				\$ 3.190.000,00
la Mina	\$ 1.083.000,00	\$ -				\$ 1.083.000,00
Sibundoy	\$ 4.200.000,00	\$ -				\$ 4.200.000,00
Usiacuri	\$ 1.240.000,00	\$ -				\$ 1.240.000,00
TOTAL						\$ 142.880.044,00

✓ Referencias Producidas para la Colección 2020:



Colección Institucional Moda

Referencias

135



✓ Colección capsula:

La Colección capsula en esta oportunidad se realiza bajo el concepto de soñemos el agua así, son convocados 20 diseñadores en el mes de marzo, en el cual se les hace una introducción conceptual y explicativa del proceso, posteriormente en el mes de agosto con base en lo definido de plataformas comerciales se deciden vincular 11 diseñadores. Sus colecciones han sido trabajadas con comunidades artesanas tanto tradicionales como étnicas y la muestra tuvo lugar en Expoartesanías digital, quedando algunas referencias para la feria virtual Market place.

✓ Comunicación:

Campaña de comunicación Instagram # 1

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

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



FASE I: Espíritu y propósitos

Post 1: Moda Viva

Post 2: Soñamos el Agua, colección Moda Viva 2020

Post 3: Iniciativas

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

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

Post 1: Joyería

Post 1A: Ejemplo

Post 2: Accesorios

Post 2A: Ejemplo

Post 3: Vestuario

Post 3A: Ejemplo

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

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

FASE III: Virtualidad del trabajo con las comunidades artesanas

Post 1: Formación a través de talleres

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

Post 2: Herramientas audiovisuales y digitales

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

Post 3: Demostración de oficios

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

Post 4: Innovación en diseño

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

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

FASE IV: Piezas artesanas y canales de comercialización

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

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

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

Post 3: Compra Solidario a través de Artesanías de Colombia

Post 4: Donaciones a comunidades artesanas

Post 5: *IGLive con Jimena Puyo, subgerente de desarrollo y fortalecimiento empresarial de*



Artesanías de Colombia

Campaña de instagram # 2

Joyería de Mompox:

ENFOQUE: resaltar las piezas de filigrana desarrollada con los 17 talleres de Mompox para impulsar las ventas de los artesanos joyeros, vinculando la imagen con la arquitectura del municipio.

Campaña de instagram # 3

Colecciones Capsula:

ENFOQUE: Generar la visibilidad de las colecciones capsula, teniendo en cuenta a los diseñadores participantes con leve reseña de productos y comunidades

Campaña: VÍSTETE DE COLOMBIA

CAMPAÑA VÍSTETE DE ORIGEN

“Vístete de Colombia es una iniciativa que nació para ayudar a empresas y marcas nacionales en el marco de la pandemia y ahora también busca apoyar el trabajo de las marcas hechas por mentes y manos colombianas, con énfasis en las comunidades de artesanos”.

<https://www.larepublica.co/ocio/vistete-de-colombia-ahora-incluire-artesantias-de-artesanos-de-todo-el-pais-en-su-portafolio-de-marcas-3055085>

Curaduría y Coordinación Talentos: Andrea Serna

Goyo

Artesana: Crucelina Chocho

Fonseca

Artesana: Diana Ortegón

Juanes

Artesano: Darío Agudelo

Karen Martínez

Artesana: Celmira Buevas

Carlos Vives y Claudia Helena Vázquez

Artesanos: Indira Mendiola

Catalina García

Artesana: Gladys Nacavera Guipa



Natalia Reyes

Artesana: Liney Ramirez

Andrea Serna

Artesana: Teresa Jacanamejoy Y Eisenhower Ramos Jacanamejoy

Mónica Fonseca

Artesano: Eduardo Muñoz Lora

Carolina Guerra

Artesana: Cecilia Acosta (Madre) E Ixela Sabino Acosta (Hija)

Laura Tobón

Artesano: Leonidas Gutiérrez

Santiago Cruz

Artesana: Astrid Betancur

Claudia Bahamón

Artesana: Cecilia Vargas

Johanna Bahamón

Artesana: María Nelly González

Alejandra Azcárate

Artesano: Vicente Coello

Laura Londoño

Artesano: Leticia Gutiérrez

Toya Montoya

Artesana: Aty Gunnara Jamioy Izquierdo

Maleja Restrepo

Artesana: Sandra Muñoz

Adriana Lucía

Artesana: Amelicia Santacruz

Sebastián Yatra

Artesana: Gladys Bello

Camilo

Artesana: María De Jesús Suárez

Carolina Cruz

Artesana: Mercedes López De Medina

Juan Pablo Raba

Artesana: Inés Montero y Fanny Paredes, madre e hija.



✓ Fotos de campaña:

En contratación con la empresa Lintik SA, se llevan a cabo 15 fotos de campaña tomadas en las instalaciones de Artesanías de Colombia – Claustro Las Aguas con tres modelos, lanzando por primera vez la línea para hombre, dichas fotos fueron lanzadas para la promoción de la colección institucional en el marco de Expoartesanías. Así mismo, son tomadas 99 fotos para hacer e-commerce que son las que describen pieza a pieza por tres ángulos sobre modelo.

2020	
BENEFICIARIOS	618
DEPARTAMENTOS	
Comunidades atención integral:	
▪ Charalá, Valle Cartago- Roldanillo, Maicao, San Juan del Cesar, Duitama, Porvenir(Zaricahna)	10
Asesorías Puntuales	
▪ Bogotá , Bolívar	
Conferencias Nacionales:	
▪ Región Cundiboyasense, región SurAndina, Santander, Eje Cafetero, Valle del Cauca	
ACTIVIDADES VIRTUALES REALIZADAS	
▪ Componente de diseño y producción: 128	188
▪ Componente comercial - e marketing : 42	
▪ Componente de desarrollo humano: 18	
REFERENCIAS DE PRODUCTO REALIZADAS	123
TRABAJO COLABORATIVO CON COMUNIDADES	
▪ Mario Hernández	13
▪ 12 diseñadores - Colección Cápsula: 48 referencias de producto con 14 comunidades	
NEGOCIOS FACILITADOS (MM)	
▪ Diseñadores	\$ 27
▪ Arkitect	
▪ Campaña Amor y Amistad	
▪ Redes de Artesanos	
COMPRAS INSTITUCIONALES (MM)	\$ 138
Plan de mitigación - Expoartesano - Expoartesanías	
MATERIAS PRIMAS ENTREGADAS (MM)	\$ 26.5

Principales resultados 2020

- Programa Joyería:

El programa busca el fortalecimiento a nivel de los componentes desarrollo humano, diseño/produccion y comercializacion, dirigidas hacia las comunidades con vocacion al desarrollo de productos del sitema moda, enfasis en Joyeria.

Entre las principales actividades se encuentran:



✓ Focalización de Comunidades: Convocatoria y definición.

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

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



Atención 2020 – Programa de Moda y Joyería
Comunidades joyeras

Comunidades Joyeras 2020	
Santander	Vetas
	Santander
Tolima	Ataco
Bolívar	Mompox
Antioquia	Santafé de Antioquia
Nariño	Tumaco



	Barbacoas
Cauca	Guapi
Quindío	Quimbaya
Caldas	Marmato
Colaboración con Laboratorios de Innovación y Diseño	
Antioquia	Envigado
Santander	Santander y Santander del Norte
Cundinamarca	Cundinamarca
Valle - sur Andina	Valle - sur Andina
Bogotá	Bogotá
Solo Compra de Producto	
Quibdó	Choco

- ✓ Investigación de tendencias para socializar

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

Joyería:

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

- ✓ Desarrollo trabajo con comunidades:

La vigencia 2020, ha sido afectada en la ejecución de sus actividades por la pandemia COVID – 19, lo cual llevo a implementar acciones haciendo uso de las tecnologías de la información y comunicación. Para cada uno de los grupos de artesanos fue implementada un canal de comunicación según la disponibilidad en la región y/o económica para acceder a señal:

Componente de diseño y producción:

- Cartilla de fotografía
- Video 1 de fotografía



- 3 Videos de bocetación o dibujo:
 - Simetrías,
 - Tips generales
 - Ejercicios de dibujo
- Cartilla de seguridad industrial
- Presentación de Identidad de marca

Componente comercial e-commerce:

Presentación:

Importancia del manejo de las redes

- Facebook como medio efectivo de promociones y lanzamientos de producto
- Facebook como vitrina comercial y de fidelización de clientes
- Instagram como generadora de valor de marca a través de contenido
- Instagram como plataforma dinámica para la exhibición de producto

Así mismo, en el marco de la estrategia de reactivación del oficio, fueron desarrollados:

4 catálogos:

- Mompox
- Guapi
- Tumaco
- Barbacoas

3 Brochure:

- Guapi
- Tumaco
- Barbacoas

✓ Departamentos – Municipios – Actividades:

Departamento Antioquia:

Municipio: Santa fe de Antioquia

Beneficiarios: 12

Actividades: 20



Componente Diseño y Producción: 16

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

Componente comercial: 2

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

Componente de desarrollo humano: 2

Levantamiento de expectativas, autocontrol emocional, liderazgo y solidaridad

Departamento: Antioquia

Municipio: Envigado

Beneficiarios: 102

Actividades: 22

Componente de diseño y producción: 18

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

Envigado – Semana de la Joyería:

Beneficiarios: 359 nacionales – 156 extranjeros

Actividades:

Componente de diseño y producción: 4

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

Departamento: Antioquia

Municipio: Segovia

Beneficiarios: 26

Actividades: 6

Componente de diseño y producción:

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



Departamento: Santander

Ciudad: Santander

Beneficiarios: 24

Actividades: 10

Componente de diseño y producción: 10

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

Departamento: Santander

Municipio: Vetas - California

Beneficiarios: 6

Actividades: 15

Componente de diseño y producción: 10

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

Componente comercial: 3

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

Componente de desarrollo humano:2

Liderazgo y solidaridad, expectativas- metas, identidad y referentes simbólicos, adaptación, resiliencia y manejo del cambio.

Departamento: Bolívar

Municipio: Mompox

Beneficiarios: 45

Actividades: 39

Componente de diseño y producción: 19

Taller de fotografía 1, Ejercicio de Fotografía, WhatsApp, Reunión de concertación compra de productos, Asesorías puntuales Incultur, Concertación de precios, Acuerdos pagos, , seguridad industrial, 13 reuniones de producción Expoartesanías, y seguimiento piezas



Falabella

Componente de desarrollo humano: 5

Expectativas- metas, importancia de las redes sociales, liderazgo y solidaridad, autocontrol emocional, Plan de vida artesanal, adaptación, resiliencia y manejo del cambio.

Componente Comercial: 15

Módulo 2 Facebook como Vitrina Comercial y de Negocio, Evaluación implementación campaña Facebook y sesión de trabajo concurso copa discurso de ventas, Copa de ventas, Revisión Final Guion Copa Discurso de Ventas y Correcciones finales campaña septiembre, módulo 2 - implementación final, FaceBook Como Medio Efectivo de Promociones y Lanzamiento de Producto, Módulo 3 Introducción - Instagram como generadora de valor de marca a través de contenido, preparación fase 3 concurso copa contando el cuento, Vitrinismo y guión Copa contando el cuento, Implementación Campaña de diciembre, Revisión Campaña de Diciembre, Instagram como Plataforma Dinámica Para la Exhibición de Producto, Asesoría Copa contando un cuento, Seguimiento campaña

Departamento: Tolima

Municipio: Ataco

Beneficiarios: 4

Actividades: 14

Componente de diseño y producción: 12

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

Componente de Desarrollo humano: 2

Diagnóstico de asociatividad líder Ataco, Plan de vida artesanal, Autodeterminación y manejo del tiempo

Departamento: Quindío

Municipio: Quimbaya

Beneficiarios: 13

Actividades: 21

Componente de diseño y producción: 15



Tendencias Joyería, Tendencias 3 Joyería- Masculina, Materiales, Siluetas, Conceptualización e ideación, Taller co Diseño, 2 talleres Catalogo, Taller de Fotografía, Seguridad Industrial y Bioseguridad, 3 producción expo artesanías, identidad de marca, proceso creativo, seguimiento a producción.

Componente Comercial: 3

Importancia de las redes sociales, Módulo 2 Facebook Como Vitrina Comercial y de Fidelización de Clientes, Facebook Como Medio Efectivo de Promociones y Lanzamiento de Producto

Componente desarrollo humano: 3

Liderazgo y solidaridad, Socialización de diseños, Plan de vida artesanal, Autodeterminación y manejo del tiempo

Departamento: Caldas

Municipio: Marmato

Beneficiarios: 6

Actividades: 22

Componente de diseño y producción: 13

Concepto de diseño, Taller de fotografía 1, Concepto de diseño, Tendencias Joyería, Tendencias 3 Joyería- Masculina, Materiales, Siluetas, Conceptualización Asesoría puntual, Diseñadores y marcas, Fotografía, Acuerdos colección, Propuestas diseño, identidad de marca, Proceso Creativo 2 (mercado)

Componente de desarrollo humano: 4

Levantamiento de expectativas liderazgo y solidaridad, Plan de vida artesanal 2. Autodeterminación y manejo del tiempo, Asesoría puntual: asociatividad, Identidad y referentes culturales.

Componente Comercial: 5

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

Módulo 2 Facebook como Vitrina comercial y de Fidelización de clientes

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



Diagnóstico Redes Sociales y ajustes, Módulo 3 Introducción - Instagram como generadora de valor de marca a través de contenido

Departamento: Cauca

Municipio: Guapi

Beneficiarios: 5

Actividades: 18

Componente de diseño y producción: 12

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

Componente de desarrollo humano: 5

Asesoría Puntual caso Harold Valencia, liderazgo y solidaridad, Asesoría puntual sobre manejo del tiempo, Autocontrol emocional, Plan de vida artesanal, Autodeterminación y manejo del tiempo

Componente Comercial: 1

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

Departamento: Nariño

Municipio: Barbacoas

Beneficiarios: 10

Actividades: 29

Componente de diseño y producción: 19

Taller de fotografía 1, Socialización de concepto, Co diseño, Diseño - Reunión diseñadores, Reunión con marca de diseño, Concepto de diseño, Asesoría en diseño, Seguimiento producción, Plan de producción, Taller de Fotografía, Producción y fotografía, 7 Producción Expoartesanías, Fotografía y producción Expoartesanías

Componente de desarrollo humano: 5

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



vida artesanal, Autodeterminación y manejo del tiempo, Seguimiento transmisión de saberes
Componente Comercial: 5

Módulo 2 implementación Final, Facebook como medio efectivo de promociones y lanzamientos de productos, Módulo 2, Facebook Como Vitrina Comercial y de Fidelización de Clientes, Instagram como Generadora de Valor de Marca a Través de Contenido, Revisión de redes sociales. Dinámica de grupo. Construcción de catalogo

Departamento: Nariño

Ciudad: Tumaco

Beneficiarios: 6

Actividades: 25

Componente de diseño y producción: 18

Taller de fotografía 1, Socialización de concepto, 2 talleres de co diseño, muestra de Prototipos, 2 talleres de fotografía 1, fotografía y publicación en redes, fotografía taller 2, producción Expoartesano, manejo de Imagen, como tomar videos, producción Expoartesano, 4 sesiones de Producción Expoartesanas

Componente de desarrollo humano: 3

Liderazgo y solidaridad, autocontrol emocional, Plan de vida artesanal, Autodeterminación y manejo del tiempo

Componente de Comercialización: 4

Módulo 1, Importancia de las redes sociales en la estrategia de ventas, Construcción de catálogo, FaceBook Como Vitrina Comercial y de Fidelización de Clientes, Desarrollo de catálogo parte 2

Departamento: Cundinamarca

Municipio: Cundinamarca – Bogotá

Beneficiarios: 19

Actividades: 13

Componente de diseño y producción: 13

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



Masculina, Materiales, Siluetas, Tendencias 4 Gemas,

Departamento: Región Sur Andina

Municipio: Región Sur Andina

Beneficiarios: 35

Actividades: 5

Componente de diseño y producción: 5

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

Departamento: Choco

Municipio: Quibdó:

Beneficiarios: 1

Asesorías puntuales: Seguimiento producción 2

Componente	Actividades
Desarrollo Humano – Mabel Sierra	31
Componente de diseño y producción. Mario Reina – Miguel Vélez	188
Componente Comercial. Ana Isabel Berrio	38

✓ Proyectos Especiales:

- Subasta Bogotá una Joya:

La Cámara de Comercio de Bogotá, a través del Clúster de Joyería y Bisutería, en colaboración con Colombia cuida Colombia, Artesanías de Colombia y el Banco de Alimentos, se unen para la cuarta versión de ‘Bogotá una Joya’; que para este año se solidariza con el sector artesanal de joyería de Bogotá y nivel nacional.

Se subastaron virtualmente 88 piezas de joyería exclusivas donadas por artistas joyeros que se unieron solidariamente para apoyar al sector artesanal del país. La totalidad de los recursos fueron destinados a beneficiar a familias de artesanos joyeros de Bogotá,



Barbacoas, Tumaco, Guapi, Marmato, Mocoa, Vetas, California, Timbiquí, Quibdo, Quimbaya, Segovia, Santa fe de Antioquia, Ataco, Mocoa estos últimos, municipios seleccionados por su vocación en este oficio tradicional y porque están enfrentando una situación crítica.

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

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



- Proyecto Club Colombia:

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

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

- Proyecto Muzo:

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



Para la fase # 2, se plantea una contratación a Artesanías de Colombia por \$ 98.400.000, en donde de entraría, a profundizar lo desarrollado en la Alianza del año 2019, con:

TALLA DE PIEDRAS
MICRO FUNDICIÓN
DISEÑO
PRODUCCIÓN Y CALIDAD
COSTOS Y COMERCIALIZACIÓN

Eso con el ánimo de generar una colección que hiciera parte de la muestra de la entidad a finales del 2020.

El proyecto es interrumpido por la llegada de la pandemia y aplazado para inicios del 2021, debido a que la fundación cierra sus instalaciones en zona, temporalmente.

- Acompañamiento Proyecto Ocensa:

Desde la dirección creativa del programa se llevan a cabo actividades de supervisión a la diseñadora de joyas Ana Berrio, que bajo los parámetros estipulados por el convenio desarrolla labores de fortalecimiento técnico en los municipios de Segovia – Antioquia y Otanche – Boyacá. Así mismo, se desarrollan actividades relacionadas con tendencias, identidad de marca y fotografía para piezas de joyería.

- De Bolívar a tu casa:

Bajo esta iniciativa desarrollada en alianza Gobernación de Bolívar el Laboratorio de Innovación y Diseño del departamento de Bolívar, busca alternativas de ingreso que permitan la comercialización virtual de productos artesanales originarios de la suma.

El programa se suma en la elaboración del catálogo de Mompox y en el seguimiento a ventas, se contemplan los siguientes talleres

- Joyerías participantes:

Joyería Jhonnys Pedrozo, Joyería Kenna, Joyería ACL, Taller de Joyería Roberto Villanueva, Joyería Andrea La Tienda de la Filigrana, Joyería Santa Cruz Tierra de Mompox Joyería, L&L, Joyería Wamaris, Joyería Odonata, Joyería Ginna, Joyería el Kilate, El Berilo



Rojas, Mayolis Pedrozo, Joyas Joyería Emmanuel, Taller de Joyería Hema, Joyería Posada Alcocer, Joyería A & R, Joyería Gutierrez Beleño



Catalogo Mompox- Taller Osvaldo Herrera

✓ Inversión en materias primas e insumos

Herramientas de Joyería	
Jegua 1 - Guapi	\$ 735.182,00
Jegua 2 - Guapi	\$ 735.182,00
Tumaco	\$ 94.010,00
Vetas - California	\$ 381.900,00
barbacoas	\$ 428.130,00
Mompox	\$ 2.394.280,00
Ataco	\$ 3.484.732,00
TOTAL	\$ 8.253.416,00

Plata ley 950			
Tumaco	600	3529,53	\$ 2.117.718
Guapi	600	3529,53	\$ 2.117.718
Barbacoas	600	3529,53	\$ 2.117.718
Quibdó	200	3529,53	\$ 705.906
Ataco	500	3529,53	\$ 1.764.765
Vetas	200	3529,53	\$ 705.906
Total			\$ 9.529.731

✓ Transmisión de oficio

Para la categoría de Joyería, se llevan a cabo las siguientes transmisiones de oficio:



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

✓ Negocios facilitados

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

Categoría Joyería	
Negocios facilitados	\$ 7.740.000
Ana Berrio Bolívar en casa - total	\$ 52.881.350
Bogotá Una Joya Solidaria	\$ 21.000.000
NF. A Septiembre Ana Berrio	\$ 61.527.200
NF. A Octubre Ana Berrio	\$ 38.056.450
Feria Cartagena	\$ 3.000.000
NF.A Noviembre Ana Berrio	\$ 35.327.000
NF.A diciembre Ana Berrio	\$ 21.460.000
TOTAL	\$ 240.992.000

✓ Compras institucionales:

Como plan de mitigación en el marco de la estrategia de reactivación del sector, se dispone rubro para la compra de producto tanto de inventario, como de producto colección 2020, así:



Comunidades compras	Expoartesano	Market Place	Abril	Expoartesánias	Mayo	TOTAL
Ciénaga de Oro	\$ 525.000,00					\$ 525.000,00
Marmato	\$ 1.620.000,00	\$ 1.404.000,00		\$ 4.560.000,00		\$ 7.584.000,00
Mompox	\$ 11.450.500,00	\$ 8.964.400,00	\$ 4.082.000,00	\$ 21.816.000,00	\$ 13.874.200,00	\$ 60.187.100,00
Quimbaya - Quindío	\$ 537.600,00	\$ 1.089.000,00		\$ 5.318.500,00		\$ 6.945.100,00
Santafé de Antioquia	\$ 2.123.000,00	\$ 6.318.000,00		\$ 7.532.000,00	\$ 3.653.000,00	\$ 19.626.000,00
Quibdó - Choco		\$ 1.674.000,00	\$ 660.000,00	\$ 2.590.050,00		\$ 4.924.050,00
Tumaco - Nariño		\$ 3.132.000,00		\$ 3.492.000,00		\$ 6.624.000,00
Barbacoas			\$ 1.080.000,00	\$ 2.060.000,00		\$ 3.140.000,00
Ataco				\$ 1.694.000,00		\$ 1.694.000,00
Ciénaga de Oro				\$ 1.200.000,00		\$ 1.200.000,00
Guapi - cauca				\$ 1.605.000,00		\$ 1.605.000,00
Vetas - California				\$ 1.708.000,00		\$ 1.708.000,00
Total						\$ 115.762.250,00

- ✓ Referencias Producidas para la Colección 2020:

Colección Institucional Joyería	
Referencias	125

- ✓ Colección capsula:

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

Diseñadores capsula joyería
Ana Buendia
Catalina Lewin
catalina Echeverry
Mercedes Salazar
Ceci Arango

- ✓ Comunicación:

Campaña Instagram # 2

La campaña conexión artesanal, para el mes de septiembre se tuvo en cuenta como eje principal los artesanos de Mompox.

El objetivo general de la campaña fue lograr incrementar las ventas de los artesanos a través de las publicaciones, las cuales tenían un enfoque cultural y artesanal.

Y en la que se destacaron las características y aplicaciones de los diferentes tipos de



rellenos utilizados en el arte de la filigrana Momposina.

Copa Contando un cuento:

Como parte de las estrategias del componente de diseño, se desarrolla en las comunidades de joyería este concurso que fortalece las capacidades de comunicación de los artesanos. Para la primera edición participan 3 comunidades joyeras de las cuales el taller de Liliana Herrera entra como semifinalista.

2020	
BENEFICIARIOS	919
DEPARTAMENTOS Comunidades: • Vetas, California, Mompo, Santa Fé de Antioquia, Segovia, Tumaco, Barbaças, Guapi, Quimbaya • Marmato, Ataco Comunidades convocatoria nacional: • Envigado, Santander y Norte de Santander, Cundinamarca, Valle del Cauca, región Sur Andina, Bogotá	12
ACTIVIDADES VIRTUALES REALIZADAS • Componente de diseño y producción: 212 • Componente comercial - e marketing : 40 • Componente de desarrollo humano: 19	271
REFERENCIAS DE PRODUCTO REALIZADAS	125
TRABAJO COLABORATIVO DISEÑADORES CON COMUNIDADES Ana Buendía, Catalina Lewin, Catalina Echeverri, Ceci Arango: 16 referencias con 4 comunidades artesanas joyeras	4
NEGOCIOS FACILITADOS (MM) • Diseñadores • Subasta Bogotá una Joya Solidaria - Cámara de Comercio de Bogotá • Campaña Amor y Amistad • Redes de Artesanos	\$ 148
COMPRAS INSTITUCIONALES (MM) Plan de mitigación - Expoartesano - Expoartesanas	\$ 115
MATERIAS PRIMAS Y HERRAMIENTAS ENTREGADAS (MM)	\$ 18

Principales resultados 2020

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.

Desde los Laboratorios de Innovación y diseño, se operacionaliza a través de la estrategia nacional de diseño conformada por una coordinación general, un equipo de 7 diseñadores líderes, uno por cada región geográfica y un diseñador local en cada laboratorio de Innovación y Diseño



Principal resultado 2020:

Específicamente en el componente de diseño, se desarrolló la colección 2020, mediante la estrategia de codiseño a nivel nacional de manera virtual, la cual fue evaluada por el comité nacional de diseño, presidido por la Gerente General. Se aprobaron por región, el siguiente número de referencias:

Región altiplano y Santanderes: 109 referencias,

Región Surandina y Amazonia:178 referencias,

Región Caribe: 191 referencias

Eje cafetero y Antioquia 180 referencias

Para un total de 691 nuevos diseños aprobados y producidos de la colección 2020 laboratorios de Diseño e Innovación.

	2020
DISEÑOS APROBADOS Y PRODUCIDOS COLECCIÓN 2020	691
VIDEOCONFERENCIAS ESPECIALIZADAS Y TALLERES CON CONTENIDO PEDAGÓGICO DE DISEÑO: Referentes, Tendencias, Inspiración Artesanal, Souvenirs, Línea y Colección de Productos, Teoría del Color, Fotografía, Exhibición, entre otras	1.055
ASESORÍAS VIRTUALES EN CODISEÑO	9.735
CATÁLOGOS VIRTUALES PARA ARTESANOS	294
PIEZAS GRÁFICAS PROMOCIONALES PARA APOYAR LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COMUNIDADES DE ARTESANOS	1.328
CÁPSULAS DISEÑO (contenido pedagógico)	660
CARTILLAS ESPECIALIZADAS EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN	35

Principales resultados 2020

Desde el proceso de Promoción y Divulgación, se ejecuta el Programa Diseño Colombia, el cual fue creado en 2012, y se dedica al diseño artesanal contemporáneo o desarrollo de productos innovadores. Artesanías de Colombia le apuesta a la articulación con la industria del diseño para producir alianzas productivas perdurables. Anualmente invita a diferentes diseñadores, arquitectos y empresas nacionales e internacionales a explorar técnicas y oficios tradicionales colombianos con el fin de crear productos vanguardistas en conjunto con comunidades artesanales.



Este programa ha generado lazos entre artesanos y diseñadores que van más allá del proyecto, por lo que en muchos casos continúan trabajando juntos en proyectos; esto como parte de las iniciativas de articulación con otras industrias creativas.

Para la vigencia se resaltan los siguientes resultados:

	2020
DISEÑADORES Y MARCAS PARTICIPANTES	42
COMUNIDADES ARTESANALES VINCULADAS	56
NUEVAS REFERENCIAS DE DISEÑADORES Y MARCAS - PROPUESTAS	66
NUEVAS REFERENCIAS EQUIPO DISEÑO COLOMBIA - PROPUESTAS	62
LÍNEAS DE PRODUCTO EN DESARROLLO	64
NEGOCIOS FACILITADOS (MM)	\$ 259

Principales resultados 2020

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

Este se operacionaliza en la Unidad de Formación para el Trabajo y el Desarrollo Humano el cual busca crear programas de capacitación, entrenamiento y formación que respondan a las necesidades de cualificación de las personas que están vinculadas directa e indirectamente con el sector artesano, y con Artesanías de Colombia con base en el enfoque de las competencias laborales, cuyo fin es contribuir al desarrollo y progreso del sector artesanal colombiano.

Entre otros logros alcanzados se destacan:



2020	
ESTUDIANTES Programa de formación técnico laboral en joyería - Virtual	18
ACTIVIDADES VIRTUALES REALIZADAS Sesiones Técnico Laboral y Cursos Complementarios	259
BENEFICIARIOS de Cursos Complementarios Servicio al Cliente, Comunicación para la Venta, Diseño y Procesos Creativos aplicados a Joyería, Metalurgia I – II, Marketing digital y Excel básico	554
TALLERES Y CONFERENCIAS VIRTUALES: • DE LA IDEA A LA JOYA Conversatorio con el joyero Colombiano Nicolás Estrada, radicado en Barcelona, quien ha publicado 4 libros especializados/ Ed Promopress • Gemas naturales, sintéticas, hechas en laboratorio, imitaciones y tratamientos Conferencia por el maestro y especialista Carlos Osorio Talleres de Diseño y Modelado 3D	99
CERTIFICACIONES: 400 certificaciones de las cuales, 200 corresponden a artesanos que fueron certificados de forma integral	400
HORAS ACADÉMICAS DICTADAS	980
DEPARTAMENTOS ATENDIDOS Amazonas, Atlántico, Antioquia, Bolívar, Boyacá, Caldas, Caquetá, Casanare, Cauca, Cesar, Chocó, Córdoba, Cund., Huila, La Guajira, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Putumayo, Quindío, Risaralda, Santander, Sucre, Tolima y Valle del Cauca	26

Principales resultados 2020

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 cumplen 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.



Como resultado principal de este programa, se logra promover y facilitar el comercio internacional para los productos artesanales y mejorar las condiciones para la comercialización de estos productos. Como principales resultados se destacan:

2020	
ARTESANOS CON EL SELLO DE CALIDAD ACTIVO - ATENDIDOS	53
CHARLAS INFORMATIVAS, CAPACITACIONES Y ASESORÍAS A ARTESANOS CON EL SELLO DE CALIDAD ACTIVO	52
REVISIÓN DE CRITERIOS DE CALIDAD DE LOS DOCUMENTOS REFERENCIALES Artesanos con el Sello Activo	7
ARTESANOS ATENDIDOS POR MEDIOS ALTERNATIVOS (No presencial)	45
ARTESANOS INSCRITOS APOYO GRÁFICO SELLO DE CALIDAD	20
EVALUACIONES DE PRODUCTO Y DE UNIDAD PRODUCTIVA realizadas de manera digital	2

Principales resultados 2020

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

2020	
BENEFICIARIOS ATENDIDOS	308
CONVOCATORIAS PÚBLICAS	10
NÚMERO DE BENEFICIOS Participación de artesanos en actividades de fortalecimiento realizadas virtualmente: Diseño; Comercialización; Comunicación; marca; Educación Financiera	1.481
ACTIVIDADES VIRTUALES REALIZADAS	510
NUEVOS PRODUCTOS Referencias diseñadas y desarrolladas para Expoartesánias y Marketplace	59
COMPRAS INSTITUCIONALES (MM) Órdenes de compra para eventos comerciales: Expoartesano: \$6,48MM (10 referencias colección 2019) Expoartesánias: \$15,5MM (30 referencias nuevas) Marketplace: \$14,5MM (29 referencias nuevas)	\$36,5

Principales resultados 2020

La gestión y resultados obtenidos de las actividades descritas anteriormente se fundamentan en la ejecución del proyecto de inversión formulado y radicado ante el



Departamento Nacional de Planeación (DNP) en el año 2018 denominado “Fortalecimiento de la actividad artesanal, una alternativa de desarrollo económico local y regional”. Para 2020 este proyecto contó con una apropiación de \$6.696MM, se ejecutaron un total de \$6.600,9 millones

Programas especiales

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

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

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

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

El proyecto de inversión, que actualmente lo apalanca “Incremento de la competitividad e inclusión productiva de la población artesana víctima y vulnerable del país nacional” busca mejorar las capacidades de la población artesana víctima y vulnerable del país para su



inclusión productiva. Para 2020 contó con una apropiación de \$1.115,8 millones del Presupuesto General de la Nación (PGN), de los cuales se ejecutaron \$1.071 millones.

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

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

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

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

Los datos más relevantes del programa se muestran continuación



2020	
RECURSOS PGN (MM) Ejecutado: \$ 1.071	\$ 1.115
BENEFICIARIOS FOCALIZADOS 8 departamentos, 27 municipios, 57 comunidades / unidades productivas Meta: 900	1.014
ACTIVIDADES VIRTUALES / ASISTENCIA TECNICA <ul style="list-style-type: none"> Jornadas de asistencia en los departamentos de Magdalena, Bolívar, Córdoba, Zona del Urabá Antioqueño, Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño Se adelanta y finaliza el proceso de entrega de herramientas, insumos y materias primas 	530
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN 15 catálogos, estrategia cápsulas comerciales, se adelanta estrategia Petronio Álvarez 2020, estrategia Webapp, participación estrategia ICULTUR Bolívar y Expoartesano	20
NEGOCIOS FACILITADOS (MM)	\$ 28,9
COMPRA DE PRODUCTO (MM)	\$52,4
VENTAS EXPOARTESANO (MM)	\$30,9
VENTAS EXPOARTESANIAS (MM)	\$ 30
GESTIONES CON EL APOYO DE ALIANZAS DE LA ENTIDAD <ul style="list-style-type: none"> Apoyo de Claro Colombia en GB y minutos de celular para estrategia de asistencia técnica y medios virtuales para comercialización. 	1

Principales resultados 2020

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

El programa de “apoyo y fomento a la actividad artesanal de las comunidades o grupos étnicos, como expresión de sus economías propias a nivel nacional” en la presente vigencia ratificó su compromiso de promover el reconocimiento y fortalecimiento de las tradiciones culturales vinculadas a la actividad artesanal de las comunidades y/o grupos étnicos, y promovió el desarrollo de estrategias que permitieron la pervivencia de oficios, técnicas tradicionales y referentes culturales de los 28 grupos artesanales beneficiarios.

Todo esto mediante la implementación de una metodología con enfoque diferencial a las estrategias de atención, teniendo en cuenta las medidas de Aislamiento Preventivo que tienen las comunidades debido a la pandemia COVID-19.

Desde el programa, se impulsó la realización de actividades de acompañamiento a distancia y se trabajó activamente desde los componentes de atención: socio organizativo, diseño, comercial y comunicaciones en la formulación de estrategias virtuales y audiovisuales que permitieron la reactivación del quehacer artesanal de los grupos artesanales étnicos, dinamizando y fortaleciendo los procesos propios de las comunidades y haciendo de su



actividad artesanal una posibilidad económica y social para afrontar esta contingencia.

Para 2020 se contó con una apropiación definitiva de \$775 millones, de los \$975MM asignados inicialmente, por parte del PGN de los cuales fueron ejecutados \$769,9 millones.

Como resultado del cierre de la vigencia 2020, se beneficiaron un total de 483 artesanos pertenecientes a 28 grupos étnicos artesanales.

De los cuales:

- 10 son grupos étnicos que recibieron atención integral, ubicados en los departamentos de: Bolívar, Caquetá, Cauca, Cesar, La Guajira, Nariño y Bogotá, mediante asesorías de acompañamiento virtual y la socialización de material pedagógico como parte de las estrategias que se desarrollaron a distancia (Audios, videos, Imágenes, podcast, cartillas digitales, infografías, entre otros).
- 18 son grupos artesanales que recibieron atención puntual y se encuentran ubicados en los departamentos de: Putumayo, Bolívar, Casanare, Cesar, Guaviare, Sucre, Vaupés, Nariño, Magdalena, Vichada, La Guajira, Risaralda y San Andrés Islas y Bogotá. De los 483 beneficiarios reportados, 434 se encuentran ubicados en los Departamentos focalizados para la actual vigencia y 49 en Risaralda, Magdalena y Putumayo, Departamentos que no están priorizados para esta vigencia, pero se brindó acompañamiento puntual a grupos que venían de vigencias pasadas y requerían un acompañamiento dada la contingencia actual.

Los datos más relevantes del programa se muestran continuación:



2020	
RECURSOS PGN - AdC (MM) Obligado: \$714,2 Comprometido: \$769,9 Cuentas por pagar: \$55,6	\$ 775
BENEFICIARIOS Meta: 360	483
GRUPOS ARTESANALES BENEFICIADOS CON ATENCIÓN INTEGRAL (Bolívar, Caquetá, Cauca, Cesar, La Guajira, Nariño y Bogotá) Grupos étnicos: Wayuu, Koreguaje, NARP, Eperara Siapidara, Wounaan, Misak, Pastos y Arhuaco	10
GRUPOS ARTESANALES BENEFICIADOS CON ATENCIÓN PUNTUAL (Putumayo, Bolívar, Casanare, Nariño, Cesar, Guaviare, La Guajira, Magdalena, Risaralda, San Andrés, Sucre, Vaupés, Vichada y Bogotá)	18
DESARROLLO DE ESTRATEGIAS VIRTUALES (Componentes Socio Organizativo, Diseño, Comercial y Comunicaciones)	
ACTIVIDADES DE ACOMPAÑAMIENTO A DISTANCIA (Asesorías virtuales, seguimiento, registro de información)	859
MATERIAL PEDAGÓGICO ELABORADO Y DIFUNDIDO (Videos, podcast, Infografías, Cartillas digitales, Catálogos, paquetes de desarrollo de productos entre otros)	118
CHARLAS Y/O CONVERSATORIOS	20
PRODUCTOS DISEÑADOS Y/O APROBADOS	204
COMPRA DE PRODUCTO (MM) 31 grupos beneficiarios Este valor incluye las compras de colección del programa	\$65,4
NEGOCIOS FACILITADOS (MM)	\$75,1
VENTAS EXPOARTESANO (MM) 21 grupos participantes (Ingresos netos Artesano)	\$28,1
VENTAS EXPOARTESANÍAS (MM) 40 grupos participantes	\$28,6

Principales resultados 2020

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. Es así que para el logro de este objetivo se ha trabajado las siguientes líneas estratégicas:

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

A partir de esta iniciativa, durante 2020, y teniendo en cuenta los ajustes realizados a la planeación, derivados de la contingencia por COVID – 19 , lo que imposibilitó desplazarse a la regiones para realizar intervención en vitrinas comerciales, el cual era la iniciativa



inicialmente planteada para el cuatrienio, se decidió enfocar dichos esfuerzos y recursos en realizar asesorías en desarrollo de marca y catálogo.

Es así que a 31 de diciembre de 2020, Artesanías de Colombia asesoró en este tema a 20 comunidades de los departamentos de Bolívar, Antioquia, Putumayo, Sucre, Boyacá, Meta, Cauca, Valle del Cauca, Chocó, Bogotá, Amazonas, Santander, Nariño, Cesar, La Guajira y Caquetá, logrando beneficiar 698 artesanos, lo que equivale a 234% de cumplimiento sobre la meta planteada de 298 beneficiarios.

Así mismo, y como parte de esta estrategia, y teniendo en cuenta la coyuntura fueron realizadas capacitaciones en e-commerce, a 100 artesanos en 27 departamentos.

Por otro lado, se culminó el proceso de revisión y aprobación del desarrollo de los diferentes módulos que componen la PWA del **Mapa Turístico Colombia Artesanal**. Este proceso se hizo mediante entregas parciales que fueron remitidas a los correos electrónicos de la Gerencia de la entidad así como de la Subgerente de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal, el SIART, la asesora de comunicaciones y la oficina de Planeación, con copia a la supervisora técnica del contrato, quien también hizo seguimiento a todo el proceso. También se completó la carga de contenidos en los diferentes módulos que componen la PWA del Mapa Turístico Colombia Artesanal. Este proceso se hizo a través de un método de entrega de información por parte de la entidad a la agencia Image ID al tiempo que se verificó la adecuada carga de los contenidos en los campos correspondientes. Se identifica la necesidad de desarrollar en la siguiente vigencia un plan de recolección de fotografía y videos en campo para poder suplir los vacíos de contenido que se presentan y poder de esta manera proceder al lanzamiento de la aplicación web.



2020	
RUTAS TURÍSTICAS <ul style="list-style-type: none"> • La Guajira: Riohacha, Uribia y Manaur • Bolívar: Santa Cruz de Mompox • Atlántico: Usiacurí y Galapa • Santander: Curití, San Gil y Barichara • Antioquia: Jericó • Caldas: Aguadas • Boyacá: Villa de Leyva y Ráquira • Cundinamarca: Sutatausa, Cucunubá y Fúquene • Bogotá D.C. • Nariño: Pasto y Sandoná • Putumayo: Sibundoy, Santiago, Colón y San Francisco • Amazonas: Leticia y Puerto Nariño 	12
TALLERES ARTESANALES VINCULADOS	86
FASES DESARROLLADAS: <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño - Modelo de negocio - Estrategia de mercadeo 2. Desarrollo tecnológico - Carga de contenidos 3. Lanzamiento - Promoción de destinos - Nuevas rutas - Fortalecimiento 	3

Principales resultados 2020

Para la vigencia se continuó la iniciativa dirigida a sensibilizar a los artesanos sobre la importancia de transmitir al turista el valor de la artesanía a partir de la técnica y el oficio. Como resultado, al corte de este informe se sensibilizaron a 444 artesanos, logrando con esto un 108%.

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

En el año 2020 la dinámica de promoción y visibilización de la actividad artesanal continua su fortalecimiento lo que se evidencia en la participación en 64 espacios de comercialización y promoción de la artesanía colombiana, aun en medio de la situación por COVID-19.

Esta estrategia Incluye: ferias regionales, ferias organizadas por AdC en asocio con terceros, ruedas de negocios, eventos y talleres de demostración de oficio. Los resultados para 2021 se muestran a continuación:



ESPACIOS DE PROMOCIÓN	2020
FERIAS VIRTUALES INTERNACIONALES	2
FERIAS REGIONALES	23
FERIAS VIRTUALES NACIONALES – ASOCIO CON TERCEROS	2
EVENTOS INTERNACIONALES	3
EVENTOS NACIONALES	4
RUEDAS DE NEGOCIOS	4
TALLERES DE DEMOSTRACIÓN DE OFICIO	25
DIRECTORIO ARTESANAL – PORTAL WEB	1
TOTAL	64

FERIAS INTERNACIONALES
1. Feria <u>Maison & Objet</u> - París
2. Feria <u>Selvedge World Fair</u> - Londres

EVENTOS INTERNACIONALES
1. Visita del presidente de la República a Davos - Suiza
2. Celebración 20 de julio - Embajada de Colombia en México
3. <u>Mississauga Latin Festival</u>

EVENTOS NACIONALES
1. Visita de damas Americanas al Claustro de Las Aguas
2. Subasta Diageo en Bogotá
3. Subasta Bogotá una joya solidaria
4. <u>Ixelmoda Online</u>



FERIAS REGIONALES

1. Feria de [Manizales](#)
2. Feria de [Pasto](#)
3. [Farex](#) [Cartagena](#)
4. [ExpoMalocas](#) [Villavicencio](#)
5. Feria ANATO
6. Juntos nos reactivamos [Santa Marta](#)
7. [Tapiz Artesanal](#) [Pasto](#)
8. [Colombiamoda](#)
9. [Día del Sombrero Tolimense](#)
10. [Seven Fashion Industry](#)
11. [Sabor Barranquilla](#)
12. Feria [Palmetto Play](#)
13. Feria [Tapiz Artesanal](#), De [Cauca](#) a tu casa
14. [Artesanos Maestros del Huila](#) OMA
15. Feria [Tapiz Artesanal Del Valle del Cauca](#)
16. Feria [Artesanal de Pitalito](#)
17. [Colombia Crea Talento](#)
18. Feria [Chagarte Amazonas](#) 2020
19. Feria [Bazzarbog](#) 2020
20. Feria del hogar
21. Feria [Mi Bogotá](#) WEEK
22. Feria [Tienda Ya](#)
23. Feria [Compra región](#), De [Santander](#) a tu casa

Como parte de los espacios de encaminados a fortalecer la visibilización de la actividad artesanal con los talleres de demostración de oficio.

En 2020, Artesanías de Colombia realizó 25 talleres de demostración de oficio: 1. Taller de demostración de música tradicional con gaita con el artesano Marlon Peroza. 2. Taller de demostración de joyería efímera con la artesana Ana Cristina Berrio. 3. Taller de demostración de alfarería con el artesano Fidencio Cueltán. 4. Taller de demostración de telar horizontal con el artesano José Rafael Ladino. 5. Taller de demostración de máscaras tradicionales con el artesano Luis Demetrio Llanos. 6. Taller de demostración de telar vertical con la Artesana Damaris Buelvas. 7. Taller de demostración de tejeduría en fique con la artesana Aura Rosa Montero. 8. Taller de demostración de tejeduría en telar de guanga con la artesana Flor Imbacuán. 9. Taller de demostración de tejeduría en cumare con el Artesano Leónidas Gutiérrez. 10. Taller de demostración de luthería con el artesano Jimy Parra. 11. Taller de demostración de marroquinería con el artesano Javier sarmiento. 12. Taller de demostración de luthería del pacífico con el artesano Addo Possu. 13. Taller de



demostración de tejeduría en telar con la artesana Luz Germania Almendra. 14. Taller de demostración de Bullerengue, tejido colectivo de identidad con el artesano Francisco Álvarez 15. Taller de demostración de talla en madera con el artesano Elsenhower Ramos Jacanamejoy. 16. Taller de demostración de cestería en rollo con la artesana Omaira Manrique. 17. Taller de demostración de Bullerengue, modelado en cerámica con el artesano Santiago Cifuentes. 18. Taller de demostración de calado -carpintería con el artesano Carlos Ovidio Jiménez. 19. Taller de demostración de luthería con el artesano Eddy Edgar Flores. 20. Taller de demostración de joyería en filigrana con la artesana Liliana Patricia Herrera. 21. Taller de demostración de joyería con el artesano Jesús Libardo Suarez. 22. Taller de demostración de tejeduría en fique con la artesana María Patrocinio Pimiento. 23. Taller de demostración de tejeduría arhuaca con la artesana Judith Marina Torres. 24. Taller de demostración de tejeduría en chaquiras con la artesana Mariela Pujimoy. 25. Taller de demostración de trabajo con frutos secos con el artesano Luis Antonio Galindo. Logrando un 100% de cumplimiento de la meta.

Como parte de las iniciativas estratégicas formuladas en el marco del objetivo de 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.

En 2020, como se mencionó anteriormente, se participó en 4 ruedas de negocio

- **MACRORRUEDA 80 VIRTUAL DE PROCOLOMBIA**
 - Fecha: 16 de Marzo de 2020
 - Ciudad: Medellín – Colombia (Virtual)
 - Lugar: Medellín – Colombia

- **RUEDA DE NEGOCIOS COLOMBIA MODA VIRTUAL 2020**
 - Fecha: 27 de Julio al 6 de Agosto de 2020
 - Ciudad: Medellín – Colombia (Virtual)
 - Lugar: Medellín – Colombia

- **RUEDA DE NEGOCIOS EXPOARTESANO 2020 DIGITAL**
 - Fecha: Octubre 29 al 8 de noviembre de 2020
 - Ciudad: Medellín (virtual)
 - Lugar: Medellín – Colombia



- RUEDA DE NEGOCIOS EXPOARTESANIAS 2020 DIGITAL
 - Fecha: Diciembre 9 al 11 de 2020
 - Ciudad: Bogotá (virtual)
 - Lugar: Bogotá – Colombia

Como resultados globales de esta iniciativa, se logró la participación de 100 unidades artesanales, lo que equivale al 100% de cumplimiento de la meta equivalente. El ingreso de los artesanos por la participación en ruedas de negocio fue de \$6,45 millones.

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 se ejecutó Expoartesano y Expoartesánias, por primera vez de manera virtual.

Expoartesano 2020

Expoartesano La Memoria, es la segunda vitrina comercial más importante para los artesanos del país, que se realizó gracias a la alianza entre Artesanías de Colombia S.A. y Plaza Mayor Medellín. La feria llegó a su XI edición del 29 de octubre al 08 de noviembre, en un formato híbrido que mezcló experiencias presenciales transmitidas a través de la plataforma www.expoartesano.com.co, un formato que tenía como objetivo acercar los productos artesanales a los visitantes y compradores digitales del país y el mundo.

En esta versión la feria contó con: Marketplace transaccional, 300 artesanos/convenios, 3.000 referencias de piezas artesanales, Participación AdC, Montaje Físico para recorrido 360° virtual, compra asistida, agenda Cultural – Voces, Subasta, rueda de Negocios

En este espacio se lograron ventas totales por valor de \$252 millones, contó con un total de 113.000 Visitas, 602 transacciones, 2.000 artesanías vendidas, 266 artesanos, 6.650 unidades a la venta, un ticket promedio de \$ 340.000, con ventas totales en la rueda de Negocios: \$3.750.000. Contó con 7 categorías de producto: Mesa y Cocina, Hogar y



Decoración, Moda y Joyería, Infantiles, Instrumentos musicales, Colección ADC, Proyectos especiales.

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

Expoartesanías 2020

Ante el cambio, la entidad se adaptó, y frente al compromiso que demanda el sector artesanal colombiano, como industria de ferias y eventos, se **transformó** durante el 2020.

Es por esto, que Expoartesanías tuvo un cambio especial, pasando del desarrollo de una feria presencial a un formato digital, con el fin de marcar un diferencial de un antes y un después, integrando diferentes **componentes, experiencias y** formas de relacionamiento con los artesanos y el público en general, para continuar generando oportunidades comerciales y ampliar opciones para la generación de oportunidades comerciales y la reactivación económica de los artesanos del país.

La feria contó con una vitrina virtual, que permitió Integración de pasarela de pagos para la generación de ingresos directos para el sector artesanal y la posibilidad de realizar transacciones a través de diferentes medios de pago: tarjetas crédito, débito, vía baloto, efecty y PSE.

La rueda de negocios nacional e internacional, apoyada por la Cámara de Comercio de Bogotá, Colombia Productiva, Procolombia, Artesanías de Colombia y Corferias, logró 623 empresarios inscritos entre oferentes y demandantes de 23 países, 716 citas de negocios agendadas, 451 citas de negocios efectivas y expectativas de negocios por más de \$9.503MM.

Así mismo se contó con el directorio artesanal, La Troja, como espacio cultural y el punto de recogida de producto.

En términos generales, esta versión de la feria en 18 días (7 al 24 de diciembre 2020), logró ventas por \$420 MM, 141.963 visitantes, 350 Expositores participantes, 260 Talleres con ventas efectivas, 2.800 referencias de producto, 13.000 unidades de producto en inventario, 8 categorías de producto: Mesa y Cocina, Hogar y Decoración, Moda y Joyería, Infantiles,



Instrumentos musicales, Colección ADC, Proyectos especiales, Colección AdC y un Ticket promedio de \$346.000

Como resultado de los espacios de promoción mencionados se logró beneficiar a 861 artesanos de 32 Departamentos y Bogotá: Amazonas, Antioquia, Arauca, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Caquetá, Casanare, Cauca, Cesar, Choco, Córdoba, Cundinamarca, Guainía, Guaviare, Huila, La Guajira, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Putumayo, Quindío, Risaralda, San Andrés y Providencia, Santander, Sucre, Tolima, Valle del Cauca, Vaupés y Vichada. Se presenta un cumplimiento del 105%.

Market Place AdC – Otras iniciativas digitales

Con el fin de implementar la plataforma e. commerce de Artesanías de Colombia especializada en artesanía nacional de alta calidad, que permita la generación de ingresos para los artesanos del país, se han realizado diversas acciones para generar una plataforma comercial digital que este a la altura del comercio actual y que permitan insertar la artesanía colombiana de manera oportuna en el comercio electrónico. Se realizó el lanzamiento de la primera fase de implementación de la plataforma de comercio electrónico el 24 de diciembre de 2020 en la url www.artesantiasdecolombiatienda.com.co

Para lograr el cumplimiento de este primer hito en la ejecución general del proyecto, se han ejecutado acciones de carácter estratégico, técnico, operativo, comunicativo y tecnológico que han permitido que en este espacio digital confluyan los elementos necesarios para la adecuada comercialización de las artesanías alrededor del mundo.

El punto de partida del desarrollo de la plataforma de comercio electrónico de Artesanías de Colombia, fue el análisis de las posibilidades a nivel tecnológico existentes y se fueron factibles e idóneas para la realización de las diversas actividades planteadas en el proyecto, para esto se realizó una consultoría especializada que tuvo como resultado las definiciones tecnológicas, estratégicas y de diseño que permitieron el desarrollo del proyecto hasta la etapa I, planteada de manera estratégica y evolutiva de tal forma que se pudiera de manera muy ágil salir al aire con la plataforma comercial, en los estándares de calidad esperados. Y que de manera consecuente y posterior se generen lanzamientos de nuevas secciones en la misma plataforma que generen novedad y permitan abarcar las estrategias inicialmente proyectadas.



De manera paralela, se dio inicio a la selección de artesanías y artesanos que están presentes en este espacio comercial en su primera etapa de lanzamiento. Para esto se generó un trabajo mancomunado entre las diferentes áreas de atención directa de artesanos de la entidad, los cuales han acompañado a los artesanos en este proceso de transición tan importante para su desarrollo y entendimiento del mercado.

En dicho proceso se develaron grandes diferencias, limitantes, ventajas y desventajas que tiene el comercio electrónico de cara al producto artesanal en sí mismo, y sus particularidades con referencia al producto industrial, reafirmando la importancia del acompañamiento de la entidad a los artesanos del país en esta temática, que supone un nuevo camino por recorrer de manera conjunta (entidad/artesano) en el corto y mediano plazo, debido a que los aprendizajes que se han logrado hasta el momento plantean nuevos escenarios productivos que se reflejan en la concepción misma del mercado para los artesanos del país.

Así mismo, este proyecto ha contemplado el desarrollo de diversos insumos requeridos para el desarrollo de las diferentes etapas planteadas para la plataforma, es así como se logró el mejoramiento e implementación de bodegaje y administración de producto para el desarrollo de la estrategia, envíos de artesanías a Bogotá sin costo para los artesanos, desarrollo de fotografías de producto tipo e.commerce en las características requeridas por el mercado global, fotografías de ambientes en donde el producto se conjunta con una composición estética espacial, fotografías con enfoque en producto de moda y accesorios, desarrollo de una campaña de publicidad y re diseño de logotipo de la entidad con enfoque a comercio electrónico que permite la promoción de la estrategia en el mercado, desarrollo de historias de vida escritas de artesanos que dan cuenta de su contexto artesanal, desarrollo de narrativas en audio de artesanos que permiten acercarnos a los artesanos por medio de canales no presentes (tipo podcast), elaboración de los parámetros legales de la plataforma digital, desarrollo de matrices de carga de productos en la plataforma, traducción y corrección de contenidos generales para la plataforma, desarrollo de la estrategia de lanzamiento para canales digitales y los insumos necesarios para la misma, desarrollo de la estrategia de relaciones públicas para la etapa de lanzamiento con el fin de dar a conocer la plataforma entre públicos segmentados, gestión de freepress para el proyecto, avances en los temas relacionados con ruedas de negocio y compradores especializados, así como desarrollo de contenidos culturales que estarán presentes en la plataforma en su segunda y tercera etapa de implementación, entre otras acciones requeridas para la implementación de



esta plataforma de comercio electrónico única en el mercado de las artesanías a nivel nacional.

Debido a la magnitud del proyecto y la relevancia del mismo para el sector artesanal en el país, gran parte del equipo de trabajo de la entidad se ha relacionado en la ejecución del mismo en uno o varios de los frentes de trabajo.

Este es un proyecto que hace un replanteamiento sobre cómo se vende la artesanía de manera tradicional y propicia nuevas alternativas para seguir evolucionando esta plataforma en el futuro. En su salida al aire la plataforma contó con dos departamentos: 1. Catálogo de Artesanías y 2. Colecciones Artesanías de Colombia, que están enfocados a la comercialización directa de los productos.

Durante el primer semestre del año 2021, se implementarán en la plataforma el desarrollo de las fases II y III, que traerán departamentos y/o secciones como: Artesanos, Agendamiento de citas de negocios, Agenda/Contenidos Culturales, Novedades y Directorio de Artesanos. Estas novedades apuntan a generar un mayor alcance de la venta de producto y generar una cercanía del comprador y el artesano a través de este espacio digital.

Como principales se resaltan:

Se realizó la convocatoria y selección de 100 artesanos participantes del e. commerce Artesanías de Colombia. Estos artesanos han sido beneficiados del proyecto, con el cubrimiento de gastos relacionados para la participación en la plataforma de comercio electrónico. Se han adelantado las tareas necesarias de recepción de producto, inventario, fotografías, diligenciamiento de matrices de carga y generación de contenidos necesarios para el cargue de sus productos.

La plataforma de comercio electrónico, desde el 24 de diciembre del 2020 se encuentra al aire en el dominio www.artesantiasdecolombiatienda.com.co con 185 referencias de producto artesanal. Al ser una plataforma de comercio electrónico permanente, se seguirán realizando las cargas de producto a partir de los insumos creados durante el 2020.

Se organizaron dos agendas culturales para las ferias Expoartesano y Expoartesánías 2020. Creando contenidos culturales de valor que se podrán vincular a la plataforma e. commerce. Así mismo se proyecta durante el 2021 crear nuevos contenidos culturales que puedan transmitirse en la plataforma, una vez se implemente la tercera fase de la plataforma.



Para la gestión del e.commerce, se fotografiaron 2.884 referencias de producto artesanal, las cuales se gestionará la elaboración de matrices de carga, para subir las referencias a la plataforma durante el año 2021. La participación de estos artesanos en la plataforma impacta a más de 2.000 artesanos en el país. Se logró la creación de campaña "Lleva a Colombia donde estés" y acciones comunicativas a nivel de marketing digital y gestión de freepress en el 2020. Durante el 2021 se continuará con las estrategias de posicionamiento para dar a conocer el nuevo e.commerce.

La plataforma que se encuentra al aire, ya cuenta con sistema de pagos integrado a través de la pasarela de pagos Wompi. Así mismo, Artesanías de Colombia tiene a cargo la administración de inventarios de productos promocionados a través de la plataforma, lo que permite que los visitantes a la plataforma compren de manera directa los productos y se realice el envío a sus destinos.

Por otro lado, AdC, de manera oportuna implementó la venta de artesanías a través de otros canales de comercio electrónico, como se muestra a continuación:

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

 <p>Creación campaña #ArtesanosEstamosContigo</p>	 <p>Creación y/o apertura de canales de venta para tienda virtual como Instagram y Pagina Web</p>	 <p>Alianza con marketplace posicionados en el mercado como Mercado Libre, Rappi</p>	 <p>Alianzas con ferias virtuales como Colombia Moda, Sabor Barranquilla e Ixel Moda</p>
 <p>Alianza con la plataforma de pago Wompi de Bancolombia.</p>	 <p>Conformación de equipo de ventas e-commerce.</p>	 <p>Alianza con transportador logístico..</p>	 <p>Campañas digitales como Día sin IVA, 20 de julio, Amor y amistad</p>

Resultado de estas iniciativas se cuenta con lo siguientes resultados (actualizados a 15 de marzo, para la respectiva presentación a la Asamblea):



2020 - 2021		
Market Place	\$ 14.710.000	24 /12/ 2020 a 15/03/2021
Rappi	\$ 3.105.063	28/10/2020 al 15/03/2021
Mercado Libre	\$ 2.010.978	28/07/2020 al 15/03/2021
Instagram	\$ 27.414.229	06/05/2020 al 13/01/2021
Página Web	\$ 13.047.000	02/09/2020 al 28/12/2021
Total	\$ 60.287.270	

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 y venta de artesanías a nivel nacional e internacional. Esta gestión se hace con el objeto de servir de vitrina a los artesanos que no tienen un escenario permanente para la exhibición de sus productos; poniendo a disposición de la organización y de sus clientes, ese acervo cultural que constituye una vasta y diversa oferta en técnicas, materiales y diseños.

Durante 2020, la entidad realizó inversión en producto artesanal en 608 proveedores de artesanías ubicados en 30 departamentos del país. El monto de la inversión en producto artesanal fue de \$2.562.482.568,59. Esto para un cumplimiento del 87% de la meta de beneficiarios. Aunque la inversión fue muy parecida en las diferentes regiones, los departamentos con mayor concentración de inversión en producto han sido: Cundinamarca 27%, Bolívar, Antioquia y Nariño con el 6% y Santander y Atlántico con 5% de participación.

Así mismo parte de esta iniciativa busca promover espacios propios generados por Artesanías de Colombia como medio de articulación entre la oferta y la demanda, para el logro de este propósito la Entidad, durante 2020 se contó con 5 tiendas de promoción en las ciudades de Bogotá (2), Cartagena (2) y Medellín (1).

Por medio de estas tiendas y los canales de venta institucional, la entidad obtuvo ingresos por ventas por un valor de \$2.148 millones. Estos ingresos se encuentran discriminados por canal así: en tiendas de promoción logró un volumen en ventas de \$964 MM y a través de las ventas Institucionales se ha logrado ingresos por \$1.184 millones.



Estrategia “Conectados”

Como parte de las estrategias implementadas para generar mayor visibilización del sector artesanal y como espacio de promoción, se dio inicio a la estrategia “Conectados” por medio de la cual se han ejecutado actividades de promoción y divulgación de la artesanía colombiana en mercados internacionales, a través de:

- Catálogos Embajadas
 - Catálogo regalos VIP
 - Catálogo programas institucionales
 - Catálogo dotación y accesorios para Embajadas con el fin de fortalecer la identidad colombiana

- Agenda Cultural
 - Exhibiciones museográficas con producto y fotografía
 - Demostraciones de oficio, charlas y conversatorios
 - Promoción de videos, historias de artesanos

- Divulgación y Promoción Marketplace artesanal

Resultado de esta estrategia se ha logrado conectar a 6 embajadas concretando ingresos para los artesanos por 16.000USD, a través de la venta de producto artesanal.

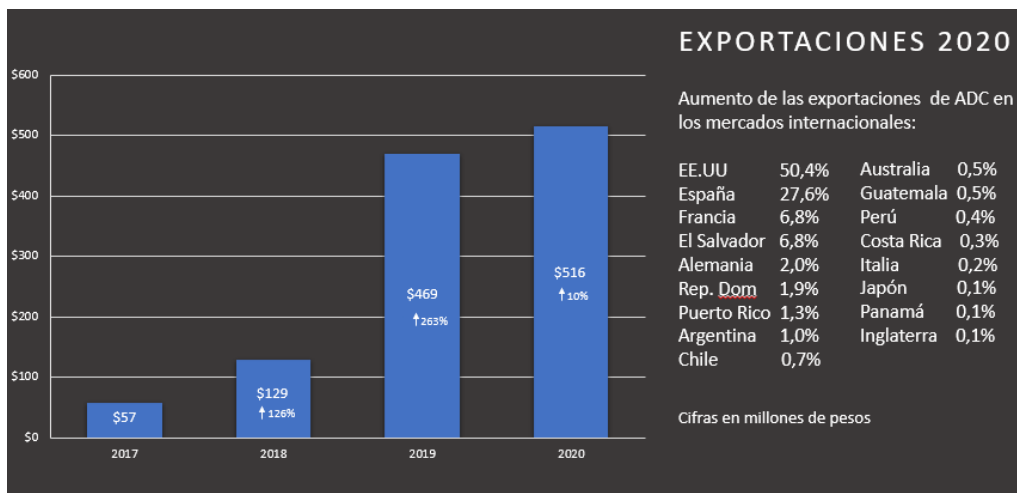


2020	
EMBAJADA DE COLOMBIA EN JAPÓN: Selección de productos para ambientación de la Embajada. Productos: Cestería, mochilas, cerámica La Chamba, decoración en Tamo y Mopa <u>Mopa</u>	9.000
EMBAJADA DE COLOMBIA EN IRLANDA Selección de productos para regalos protocolarios de la Embajadora Productos: Joyería en Filigrana, decoración en Tamo y Mopa <u>Mopa</u> , cerámica, Carnaval de Barranquilla	1.000
EMBAJADA DE COLOMBIA EN FILIPINAS Selección de productos para ambientación de la Embajada Productos: Tejidos en Macramé de Cartago - Valle	1.000
EMBAJADA DE COLOMBIA EN WASHINGTON Compra de canastos elaborados en Mimbre para entrega de anchetas por parte de la Embajada a congresistas que inician el nuevo periodo Productos: Canastos en Mimbre	4.000
EMBAJADA DE COLOMBIA EN FRANCIA Promoción de la técnica Mopa <u>Mopa</u> en el marco de la reunión del Comité UNESCO para otorgar la declaratoria de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad	
EMBAJADA DE COLOMBIA EN NORUEGA Evento de exhibición en el marco de la exposición del Maestro <u>Jacanamejoy</u> en el Museo de Historia Cultural de Oslo. Productos: mochilas, sombreros aguadeños, porta cazuelas de Guacamayas, <u>werregues</u> y canastos	800

Se cuenta con las siguientes alianzas en curso:

- Embajada de Colombia en Reino Unido: En proceso de selección de Artesanías Colombianas para envío de oferta comercial.
- Embajada de Colombia en Bélgica: En proceso de selección de Artesanías Colombianas para envío de oferta comercial.
- Embajada de Colombia en Canadá: En proceso de selección de productos de los catálogos de Artesanías de Colombia para concretar compra.

Vale la pena resaltar, como logro adicional en la búsqueda de oportunidades comerciales, el incremento de las exportaciones de AdC, durante 2020:





Todos estos resultados aportan a la meta estratégica dirigida a incrementar los ingresos de los artesanos, a partir de iniciativas rentables y acompañamiento permanente; como se evidenció al inicio de este documento.

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 contó en 2020, con una apropiación de \$4.179 millones de PGN, de los cuales se ejecutaron un total de \$3.342 millones.

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:

Promover la transmisión de conocimiento a nuevas generaciones

Se destaca en este objetivo que, en 2020, en el marco de la estrategia "Artesano estamos contigo" se dio inicio al Programa Transmisión de saberes artesanales, como producto del levantamiento del estado del arte y los resultados de la prueba piloto realizada en 2019, así mismo conscientes de las dificultades que afrontan los artesanos ante la emergencia sanitaria decretada por el Gobierno Nacional por causa de la pandemia del Coronavirus COVID-19, dentro de la estrategia “Artesano estamos contigo”, la entidad adelanta acciones que aporten al desarrollo, la sostenibilidad y recuperación del sector artesanal en el país.

Como tal el Programa busca revitalizar la actividad artesanal de 30 comunidades artesanales entre indígenas y tradicionales mediante el fomento de actividades de transmisión de saberes con el fin de preservar, proteger y rescatar saberes y/o haceres artesanales, promoviendo el relevo generacional, la sostenibilidad de los recursos naturales destinados como materia prima para la artesanía, la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial y su pervivencia cultural, identitaria y económica.



Este programa se llevó a cabo en 26 comunidades del país, con un total de 30 maestros artesanos de diferentes oficios artesanales y 531 beneficiarios de los cuales el 31,5% fueron niños y jóvenes menores de 17 años, promoviendo así el relevo generacional.

Como parte de esta estrategia, se realizó acompañamiento y selección para la participación de jóvenes artesanos en la feria COLOMBIA CREA TALENTO organizada por el Despacho de la Primera Dama. También se realizó acercamiento para el lanzamiento y conformación de la Red Nacional de Jóvenes Empresarios, una iniciativa del Despacho de la Primera Dama articulada dentro de la estrategia Sacúdete liderada por la Consejería Presidencial para la Juventud, iNNpulsa Colombia y Fenalco; donde AdC presentó su propuesta de vinculación para fortalecer y apoyar a jóvenes artesanos durante el año 2021 en el desarrollo de la actividad artesanal.

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

En esta iniciativa se han llevado a cabo acciones orientadas directamente a rescatar los oficios y/ o técnicas artesanales en riesgo de desaparecer, es así que se desarrollaron talleres de rescate de técnicas u oficios en riesgo de desaparecer:

- Tejeduría, técnica tejido de punto, con hilo acrílico, comunidad Wayuu – Merunain: taller de rescate de lenguaje gráfico Wayúu que se basa en las formas y funciones tradicionales de la iconografía Wayuu.
- Tejeduría, técnicas telar horizontal y tejido de punto, en el municipio de Sutatausa Cundinamarca y Artesanos aprendices Bogotá D.C., basado en los procesos de transformación de la lana como materia prima ancestral en la elaboración de tejidos en la zona de la región Cundi - boyacense, proceso tradicional que se ha venido perdiendo por la sustitución de la materia prima por materias primas de origen sintético e industrial.
- Cestería de rollo / radial / entrecruzada con fibras naturales que se basa en la totalidad del proceso productivo que parte desde el acceso a las materias primas. Estos grupos de artesanos son personas de edad avanzada que disponen del conocimiento de los oficios, pero que se han venido desplazando por los comercialmente más viables, razón por la cual, esta estrategia se basa en la



transmisión a nuevas generaciones de aquellas técnicas que nos son tan comercialmente conocidas.

Comunidad: Resguardo Ticuna de Nazaret,

Comunidad Bora del Km 17 - Leticia (Amazonas)

Comunidad Multiétnica de CIHTACOYD – Km 22 Leticia

- Oficio de La Madera, técnica talla:
Resguardo Indígena de Wacoyo, Etnia Sikuani, Puerto Gaitán- Meta.
Grupo de aprendices urbanos en el municipio de Ciénaga - Magdalena en el acercándolos a técnicas de talla que datan de la época colonial, con el fin de preservar el oficio e impulsarlos a elaborar piezas que sean utilizadas en la restauración o decoración de las casas coloniales.

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 Colombia, país con mayor número de denominaciones de



origen artesanales en Latinoamérica, con un total de 12 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, Bocadillo 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.

Entre los 12 productos con Denominación de Origen artesanal se encuentran el sombrero vueltiao, la mochila Wayúu y la chiva, 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.

Durante 2020 se adelantaron un total de 149 trámites (146 marcas comerciales, una colectiva, una autorización de uso de denominación de origen y un diseño industrial), 124% de cumplimiento de los 120 signos distintivos proyectados. Adicionalmente, se llevaron a cabo 28 jornadas de capacitación. Se logró atender 1.080 beneficiarios durante todo el año. 127% de cumplimiento, de las 22 jornadas proyectadas.

En esta vigencia, cabe resaltar con logros generales:

- Aplicación en la Cerámica Negra de La Chamba de la Guía de Impactos de las Denominaciones de Origen. Apoya: Programa Colombo -Suizo Colipri (Fase II)*
- Adaptación de los servicios del programa para la atención virtual durante la contingencia sanitaria
- Se incluyó, en las jornadas de capacitación en Protección al Consumidor: Énfasis en eventos virtuales para artesanos a nivel regional y nacional.
- Primera radicación de un diseño industrial para artesanos, con tasa preferencial



2020	
BENEFICIARIOS ATENDIDOS Jornadas de capacitación - sensibilización	1.080
JORNADAS DE CAPACITACIÓN Derechos de Autor, Consumidor y Marcas	28
RADICACIONES ADELANTADAS Trámites	149 Trámites 147 Marcas 1 Diseño Industrial 1 Autorización uso Sello DO
DENOMINACIONES DE ORIGEN (Aplicación guía)*	1



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 el conocimiento que se obtenga de los pueblos artesanales y divulgar el conocimiento cultural, social y económico que se obtenga de los pueblos artesanales.

Como medio para el logro de este objetivo, la entidad cuenta con el proyecto de inversión Fortalecimiento de la gestión del conocimiento artesanal, el cual, para la vigencia 2020, contó una apropiación de \$100 millones de PGN y se ejecutaron \$84,5 millones.

Una de las formas para aportar a esta línea es a través de la construcción de estudios que basados en procesos de investigación que ayuden a consolidar un conocimiento sobre el sector artesanal. Para 2020 se estipularon 6 estudios los cuales tomaron forma en 5 memorias de oficios y en un producto construido desde el conocimiento del SIEAA (sistema estadístico para la actividad artesanal).

Las memorias de oficio artesanal se enfocaron en los pueblos de la Sierra Nevada de Santa Marta y fueron: Pueblo Arhuaco, Pueblo Ette Enakka, Pueblo Wiwa y Pueblo Kogui. La quinta corresponde a la comunidad indígena de ubicada en la serranía del Perijá conocida como los Yukpa.

En cuanto al resultado de la gestión del SIEAA, la aproximación que han tenido al SENA y el Ministerio de Cultura, generó un nuevo derrotero que demandaba de su conocimiento cuantitativo para la construcción de un documento de carácter de contextual relacionado a naciente Marco Nacional de cualificaciones. (El Marco Nacional de Cualificaciones-MNC es un instrumento orientado a la disminución de las brechas de cantidad, calidad y pertinencia, existentes en la actualidad entre el sector académico y productivo en el país). Es así que se generó un documento que permitió dar un primer panorama del sector y hará parte de futuras fases en el siguiente año.

Como complemento a esta estrategia desde el Cendar (Centro de Investigación y Documentación para la artesanía) se han centrado esfuerzos desde años atrás en que este repositorio esté en constante aumento de ejemplares, así como de la realización de un control de calidad a los mismos. Es así que para 2020 se planteó dejar editados, catalogados y publicados 13 nuevos informes procedentes de las áreas misionales de la entidad, lo cual se cumplió en un 100%.



Además, se planteó la recuperación de 1.100 documentos digitales, meta que se cumplió en un 100%. Para alcanzarla se trabajan con los registros más antiguos que necesiten de un mantenimiento o procesamiento para mejorar su lectura. Algunos de ellos fueron producto de escaneos de colecciones físicas con tecnologías inferiores o que al momento de ser catalogados pudieron mezclar contenidos. Todo este control de calidad con el ánimo de contar con documento de fácil lectura para los usuarios.

Así mismo se han establecido acciones enfocadas a visibilizar el valor del patrimonio cultural del trabajo artesanal, promoviendo en el público, el valor cultural, social y económico de la artesanía. Desde el Cendar se aporta a esta línea a partir de la publicación de documentos digitales que permiten el acceso remoto al público en general interesado en conocimiento sobre el sector artesanal. La pandemia que se presentó como un revés inicialmente sometió a una prueba con resultados positivos a la biblioteca digital. En el mundo la consulta de material se volcó sobre los repositorios digitales. Esta biblioteca es de libre acceso, así como todo su contenido, lo que permitió que en 2020 las consultas aumentaran. Durante la vigencia se contó con un total de 45650 usuarios de la biblioteca digital

En consecuencia, con el aumento de usuarios y consultas, propuso medir a través de otro indicador más sensible que el conteo el interés de estos usuarios. Y fue a través de los tiempos de permanencia de estos en la consulta. Observando por primera vez que 1.140 de los usuarios dedican más de 5 minutos por consulta.

2.1.5. Estrategia de apoyo al sector artesanal

Si bien esta estrategia no hace parte de las inicialmente incluidas en la planeación institucional, si fue la gran apuesta de la entidad durante 2020, con el fin de garantizar el propósito “de trabajar por el bienestar de los artesanos de nuestro país”, en el marco de la contingencia derivada por COVID-19.

Y se ha ubicado en esta perspectiva, pues todas las acciones que a continuación se describen fueron enfocadas y dirigidas a la atención y mejora de la calidad de vida del principal grupo de valor de AdC: Los artesanos.



Estrategia “Artesano estamos contigo”

Artesanías de Colombia desde el mes de marzo de 2020 dio el primer paso en una cadena de acciones para enfrentar la pandemia. Como una primera instancia creó la Estrategia de Artesanías de Colombia para atender artesanos durante la COVID19, “Artesano estamos contigo”

Algunos de estos resultados han sido tratados de manera general en el desarrollo del capítulo anterior, sin embargo, su concepción e impacto afectan la estrategia en estudio.

Acceso de artesanos a las medidas sociales del Gobierno Nacional

Identificación de necesidades del sector artesanal en emergencia actual

Se diseñó y aplicó un estudio cuantitativo para identificar las principales necesidades de los artesanos en el corto y mediano plazo. Este formulario llegó a artesanos, grupos y comunidades artesanales a través de los articuladores y enlaces territoriales.

Como resultado se entrevistaron 2.027 artesanos de 28 departamentos que manifestaron las siguientes necesidades: alimentación (95%), elementos de aseo (65%), venta de productos artesanales (64%), materias primas, insumos y herramientas para mantener su oficio (61%), medicamentos (42%), transporte para recibir ayudas y sacar mercancías (28%), créditos o capital semilla (26%), acompañamiento y asesoría de Artesanías de Colombia (25%), conocer información relevante sobre el COVID-19 (20%), negociación de créditos actuales (20%), computadores (15%), teléfonos móviles inteligentes (14%). Con base en esta información se hicieron las gestiones con terceros y se redireccionaron acciones internas.

Gestión de ayudas en especie

Se gestionaron ayudas con entidades públicas y privadas para suplir necesidades de la población artesanal. Como resultado, las gobernaciones, alcaldías, empresas, fundaciones. Se entregaron 43.888 ayudas a artesanos de 24 departamentos.

De igual manera se destinaron recursos por el orden de 246 millones para la dotación de herramientas y materias de los artesanos que hicieron parte de los programas de Artesanías de Colombia en 2020.



Gestión de ayudas económicas

Artesanías de Colombia cruzó sus bases de datos de artesanos con las bases de datos de DNP, DPS y MinCIT para la asignación del programa Ingreso solidario. Como resultado, de los 31.650 artesanos registrados en el SIEAA (Sistema de información estadístico de la actividad artesanal) se encontró que 16.046 hogares de artesanos ya son beneficiarios de programas como: Familias en Acción, Colombia Mayor, Jóvenes en Acción, Generación E, entre otros. En consecuencia, se postularon 2.649 al programa Ingreso solidario.

Gestión de alianzas y donaciones

Solidaridad con artesanos del país

Se creó la estrategia de aportes voluntarios de los servidores públicos, familiares y amigos para atender las necesidades de los artesanos. Con esta estrategia se recaudó \$7.150.000 con la estrategia de aportes por botón de pagos en la página web se recaudaron \$4.715.040, para un total de \$11.865.040. Estos recursos fueron dados a la Fundación Solidaridad por Colombia, el 15 de mayo para el direccionamiento de estos recursos.

Medidas transitorias en materia de cultura

Se dio apoyo al MinCultura para considerar a los artesanos dentro de las disposiciones temporales para atender la situación de artistas, creadores y gestores culturales. MinCultura dará recursos del impuesto nacional al consumo para contribuir a la subsistencia de artistas, creadores y gestores culturales que demostraran su estado de vulnerabilidad. Como resultado de esta gestión:

1.166 artesanos se inscribieron en la primera convocatoria a los BEPS-Estampilla Procultura.

653 artesanos fueron apoyados por ADC ganadores de la convocatoria Comparte lo que somos, fueron apoyados con \$1.500.000 por el Ministerio de Cultura cada uno.



Línea de crédito AdC - Banco Agrario

El Banco Agrario ofreció 5 mil millones para los artesanos que participan en los programas de desarrollo y ferias de Artesanías de Colombia y han sido afectados por la emergencia por el COVID-19. Para acceder a este programa se contrató a un equipo de 3 asesores financieros que acompañan a los artesanos en la gestión de sus créditos y les brindarán educación financiera. Los resultados fueron:

1.312 capacitaciones en educación financiera.

389 solicitudes de créditos.

28 créditos desembolsados por valor total de \$181.650.000

Activación de fondo de vulnerabilidad de Iberartesanías

Se aprobó para Colombia un monto de US\$70.000 dólares para apoyar a los artesanos por parte de Iberartesanías que se destinaron para apoyar a los artesanos en la implementación de protocolos de bioseguridad para retomar su actividad productiva. Se levantó la base de datos y ficha de proyectos para Iberartesanías. Los recursos fueron manejados por el convenio con la Fundación Solidaridad por Colombia.

Refuerzo en la promoción y búsqueda de oportunidades comerciales para los artesanos

Compra de producto artesanal

Se ha comprado producto artesanal para las vitrinas de promoción de Artesanías de Colombia o para negociaciones concertadas con clientes externos por el equipo de ventas institucionales. Como resultado, se han realizaron compras de producto artesanal en 25 departamentos por \$790 millones de pesos beneficiando a 105 artesanos para el canal de ventas institucionales; y se realizaron órdenes de compra a 243 Talleres artesanales de 26 departamentos por \$283 millones beneficiando a artesanos de los programas de Desarrollo. Lo que suma un total de \$ 1.033 millones en total de compra de producto.

Directorio Artesanos

Se publicó el Directorio de Artesanos y el Catálogo de Producto Artesanal en el portal de Artesanías de Colombia y redes sociales, para estimular la compra de producto para ayudar a las familias de artesanos en estos difíciles momentos. Como resultado se incluyeron 215



artesanos de 26 departamentos al Directorio. Lo que representó ingresos directos por \$ 159.030.000

Promoción de Páginas web

Se publicaron páginas web construidas por los artesanos las redes de Artesanías de Colombia para estimular la compra de producto artesanal. Como resultado se promocionaron 115 páginas web de artesanos pertenecientes a 15 departamentos y 66 cuentas de Instagram han sido promocionadas en canales de artesanías de Colombia. Se lograron \$6.611.000 en ventas a través de páginas web y \$39.381.000 en ventas a través de Instagram.

Facilitar negocios a los artesanos

Se Realizaron negocios con 37 actores importantes del mercado, entre los que se encuentran: Presidencia de la República, Juan Valdez, Aviatour, Aerin LLC, Alpina y la ONU por un total de \$590 millones de pesos. A través del canal de venta de Instagram se lograron \$18 millones de pesos en ventas. Todo ello contribuye con la compra de producto artesanal para generar ingresos, en donde se han beneficiado 37 artesanos de 16 departamentos.

Inscripción de artesanos en la plataforma Compra lo nuestro

Se inscribieron 172 artesanos de 20 departamentos en la plataforma Compra Lo Nuestro para promover el desarrollo y fortalecimiento de las comunidades indígenas e impulsar la compra de productos artesanales.

Facilitar el acceso a herramientas y/o servicios para el comercio electrónico

Se promocionaron a 100 artesanos de 19 departamentos a través de los servicios de la plataforma yomequedoennegocio.com los cuales facilitan el comercio en medios electrónicos.

Adicionalmente se realizaron vitrinas, Eventos, Ferias Virtuales como: De Bolívar a tu casa: Desarrollo de catálogo artesanal de la región - ventas por \$11.670.000. La estrategia busca impactar a 400 artesanos de los municipios de San Jacinto, Magangué, Turbaco y Cartagena.



Ribereña en Barrancabermeja: Vitrina a través de Instagram, ha logrado recaudar \$1.765.000 beneficiando a 8 artesanos.

La Gran Feria Virtual Juntos Nos Reactivamos: 60 artesanos de Asoarhuaco, beneficiados - ventas por \$3.600.000.

Tapiz artesanal: 6 artesanos del departamento de Nariño - ventas por \$2.195.000.

Día del sombrero tolimense: 32 artesanos beneficiados, vinculados a Asopalguamo – ventas por \$1.085.000.

Subasta una joya solidaria, Bogotá: Realizada entre los días 12 y 29 de junio. Donación de 88 piezas de joyería en la que se recaudaron \$19.118.000 que impactarán a más de 1.000 beneficiarios de 10 departamentos.

Subasta alianza Diageo & Artesanías de Colombia: En el marco de la alianza Johnie Walker Blue Label y Artesanías de Colombia se trabajó sobre una edición especial de 300 botellas con la técnica del enchapado del tamo del trigo. Ingresos por un total de \$9.000.000. De estos, \$4.000.000 fueron destinados al fondo de Solidaridad por Colombia y \$5.000.000 fueron destinados al taller de Miguel de la Cruz.

Feria Tradición Artesanal “De Cesar a tu Casa”, en alianza con la Cámara de Comercio de Valledupar. Se han reportado hasta el momento ventas de \$9.202.000, beneficiando a 27 unidades productivas e impactando a 900 artesanos de la región

Ingresos de los artesanos a través de oportunidades comerciales facilitadas por ADC

Artesanías de Colombia facilitó oportunidades comerciales para los artesanos a través de la publicación del directorio artesanal, de la publicación de páginas web y cuentas de Instagram de los artesanos, inscripción de artesanos en la plataforma Compra lo Nuestro, compras por Diseño Colombia y compras directas por clientes institucionales a artesanos. Como resultado, se generaron ingresos por valor de \$345 millones para 89 artesanos de 21 departamentos a través de oportunidades comerciales facilitadas por Artesanías de Colombia.

Acciones complementarias

Talleres virtuales de capacitación

Talleres de capacitación virtuales a los artesanos del programa 20 comunidades en temas como asesoría en tendencias, exhibición de producto, vitrinismo, catálogos de producto y



estrategias de mercadeo y venta en general. Como resultado, se realizaron 26 talleres de capacitación a través de plataforma virtual en los que se beneficiaron 691 artesanos de 25 departamentos.

Capacitaciones virtuales a beneficiarios de los programas de desarrollo y fortalecimiento como: Laboratorios de Innovación y diseño, Etnias, Moda y joyería, y Atención a población víctima y vulnerable. Como resultado, se han realizado a la fecha 2.533 talleres en los Laboratorios de Innovación y diseño, en los programas de Moda y Joyería, Etnias y unidad de formación.

Capacitaciones a artesanos a través de los canales digitales sobre curaduría de producto artesanal para sus muestras comerciales. Como resultado, Se ha intervenido de forma virtual a 72 artesanos de 5 comunidades con el proyecto de Mejoramiento y generación de oportunidades.

Clases virtuales en la técnica laboral de joyería, para lo que se virtualizó el contenido teórico y transversal de la técnica laboral de joyería que dicta Artesanías de Colombia a través de su Unidad de formación. Como resultado, 18 estudiantes de la técnica laboral en joyería reciben estas clases virtuales diariamente. A la fecha llevan 152 sesiones realizadas.

Elaboración y difusión de material pedagógico

Se elaboró 1.308 materiales pedagógicos en formatos de video, podcast, cartillas digitales, videos tutoriales, catálogos de productos para los artesanos, cápsulas con casos de éxito para afrontar la falta de contacto directo con los artesanos. de los laboratorios de innovación y diseño y podcasts. El material es difundido simultáneamente a nivel nacional o en los diferentes departamentos.

Talleres de demostración de oficio virtuales

Conscientes de las dificultades que afrontan los artesanos, Artesanías de Colombia ha realizado talleres de demostración de oficio virtuales a través de la plataforma tecnológica Zoom. Como resultado, se realizaron 25 Demostraciones de Oficio a través de plataforma virtual, para artesanos de Córdoba, Antioquia, Huila, Boyacá, Atlántico, Bolívar, Cesar, Nariño, Caquetá, Bogotá, Cauca, Putumayo, Arauca, Valle del cauca y Santander. Estas



demostraciones representaron ingresos por valor de \$41.600.000.

Voces artesanas

Se creó la estrategia de comunicación en formato de videos y audios de artesanos hablándole a otros artesanos con mensajes positivos y reflexiones a acerca de la crisis actual, que han circulado en las redes sociales de la Artesanías de Colombia. Como resultado se realizaron 53 Videos para 13 departamentos.

Foro horizonte – 2020 - Comunidades Artesanas, Resiliencia y Adaptabilidad

Bajo la idea de que en la actividad artesanal se transforman materias primas de origen natural y en la que predomina un saber que expresa a través de una artesanía, significados de identidad colectiva y siendo los artesanos los gestores persistentes para que trascienda su hacer, en la actividad artesanal se pueden identificar diferentes formas de expresión de su capacidad adaptativa y su resiliencia.

Partiendo de un supuesto (entre muchos) que en la capacidad adaptativa convergen aspectos que reflejan aprendizaje y habilidades promovidas por soluciones innovadoras en circunstancias complejas (Gunderson y Holling, 2002), la capacidad adaptativa es la forma en que un sistema social se las arregla ante los cambios sorpresivos, para lograr una cierta estabilidad dentro de un contexto específico (Armitage, 2005).

La capacidad adaptativa permite que los individuos, grupos y organizaciones (artesanales) puedan tomar decisiones sobre la base económica, social, cultural y física que los soporta, de tal forma que se convierte en un elemento clave de resiliencia social en la que se destaca la capacidad de aprendizaje y flexibilidad de las comunidades para adoptar nuevas soluciones. Algunos autores señalan que cuatro dimensiones en la capacidad adaptativa en los sistemas sociales (partimos de la idea irrevocable que las comunidades artesanales son sistemas sociales) : la primera se refiere a la manera como los sistemas aprenden a vivir con la incertidumbre y el cambio, la segunda dimensión se relaciona con la destreza para establecer conexiones positivas entre lo biofísico y lo institucional, la tercera combina diferentes tipos de conocimiento, para encontrar respuestas en diferentes escalas y por último, las oportunidades para autoorganizarse social, cultural e institucionalmente para ser persistente.

Las comunidades artesanales combinan sus activos para responder a los cambios emitidos por el contexto local o global. Estas dinámicas de cambio, vienen de las dimensiones que



influyen sobre la comunidad y a su vez, la comunidad se adapta permanentemente a dichos cambios. Las comunidades han construido sus habilidades adaptativas al cambio y su capacidad de respuesta, de tal forma que persiste en tanto: constantemente “reinventa” su propia identidad, concentra su saber local en la actividad artesanal, construye sus estrategias de medios de vida y configura los mecanismos para actuar frente a los desafíos socioeconómicos, socioculturales y sociopolíticos, manteniendo sus principios identitarios.

Basada en esta idea central, el equipo de Desarrollo Humano de Artesanías de Colombia propuso adelantar una serie de diálogos (desprevenidos) con expertos en diferentes áreas, para dilucidar (o reafirmar) sobre la resiliencia y la capacidad de adaptación de las comunidades artesanales en Colombia, no solo en el marco de la actual emergencia sanitaria, sino a las permanentes amenazas a la vulnerabilidad de población rural del país, y de esta manera trazar nuevas y mejores estrategias de apoyo que faciliten el desarrollo humano, social y cultural de las comunidades, sin perder identidad territorial.

Abordar diálogos sobre la capacidad adaptativa de las comunidades artesanales desde un enfoque de género, ambiente y sostenibilidad, antropología, patrimonio y desde la perspectiva de las comunidades étnicamente diferenciadas del país, permitirá abrir nuevos caminos o confirmar que la base del desarrollo humano de las comunidades artesanales se centran en las características del territorio, entendiendo este último, como las relaciones sociales y humanas con un espacio geográfico, de acción, de dominio y con un espacio simbólico. Lozano y Ferro (2009).

Se conversó sobre como las comunidades artesanales combinan sus activos para responder a los cambios emitidos por el contexto local o global. Estas dinámicas de cambio, vienen de las dimensiones que influyen sobre la comunidad y a su vez, la comunidad se adapta permanentemente a dichos cambios. Las comunidades han construido sus habilidades adaptativas al cambio y su capacidad de respuesta, de tal forma que persiste en tanto: constantemente “reinventa” su propia identidad, concentra su saber local en la actividad artesanal, construye sus estrategias de medios de vida y configura los mecanismos para actuar frente a los desafíos socioeconómicos, socioculturales y sociopolíticos, manteniendo sus principios identitarios.

Este foro se desarrolló en formato de diálogo con Expertos y Artesanos (que también son expertos) con preguntas abiertas en torno al tema central, planteadas por un moderador. El diálogo se realizó aproximadamente durante 2 horas por cada sesión (8 sesiones)

Además del diálogo con cada panelista experto, se contó con un espacio para que un



artesano Luthier y otro artesano cuenten sus historias de vida, en torno a la resiliencia y la adaptación. En la última sesión se realizó un diálogo con todos los panelistas con participación del público.

El Foro en cifras:

- 9 artesanos invitados, de diferentes regiones, que contaron sus experiencias sobre resiliencia y adaptabilidad
- 7 Expertos en temas de Ecología, Patrimonio Inmaterial, Comunidades Indígenas, Género y Cocreación
- 7 artesanos luthiers que contaron sus historias sobre resiliencia en el campo musical y elaboración de instrumentos artesanales
- 13 asesores y 5 coordinadores, del equipo de Desarrollo Humano, organizaron este espacio que contó con el apoyo en la producción y conducción de Rocío Arias
- AUDIENCIA (YouTube – Facebook)
 - 1.307 Personas en vivo
 - 85.593 personas alcanzadas
 - 19.664 usuarios únicos
 - 1.725 me gusta
 - 1.607 comentarios

Operaciones estadísticas en medio de la crisis generada por la COVID-19

- ✓ Trabajo con el Departamento Nacional de Planeación-DNP desde el aporte de las bases de datos de Artesanías de Colombia para su inclusión en la base maestra, creada para la medida de Ingreso Solidario. Esta operación permitió la identificación de los artesanos beneficiarios en la oferta social del Estado; del total de registros de la base de datos del SIEAA, se encontró que 9.987 artesanos y 14.390 hogares en donde hay artesanos ya son beneficiarios de programas como Familias en Acción, Colombia Mayor, Jóvenes en Acción, Generación E, entre otros. Finalmente, se identificaron 2.649 artesanos como potenciales beneficiarios del Ingreso Solidario gestionado por el DNP y que se encuentran registrados en el SIEAA.
- ✓ Estudio de identificación de necesidades de las comunidades artesanas, en el que se rastrearon las dificultades particulares de cada región. De igual forma, se ha acopiado la información de artesanos y comunidades que requieren mayor atención al denominarse casos críticos, priorizando dichos casos para la atención.



- ✓ Aplicación de encuesta sobre capacidades y herramientas virtuales en donde se indaga sobre las posibilidades de conectividad con las que cuentan artesanos para la promoción y comercialización de productos de manera virtual.

En términos generales, estos fueron los principales resultados:

2020	
Fondo <u>Iberartesanías</u>	\$ 241 MM
Fundación Solidaridad por Colombia	\$ 35 MM
Línea de crédito (<u>AdC</u> - Banco Agrario)	\$ 4.708 MM
Compra de producto artesanal	\$ 1.033 MM
Promoción en Directorio Artesanal	\$ 159 MM
Promoción en página web e Instagram	\$ 45 MM
Compras de aliados comerciales	\$ 590 MM
Oportunidades comerciales	\$ 350 MM
Demostración de oficios	\$ 41 MM
Gestión con entes locales	43.888 ayudas
Medidas Sociales - programas del gobierno (DNP - DPS - MinCIT)	16.046 hogares identificados
Capacitación virtual	2.783 Talleres
Materiales digitales	1.308 documentos
Compra lo nuestro (<u>Innpulsa</u> - MinCIT - Colombia Productiva)	172 artesanos
Yo Me Quedo En Mi Negocio	100 artesanos
Medidas en materia de Cultura (<u>MinCultura</u>)	1.166 artesanos inscritos en BEPS
"Comparte lo que Somos" (<u>MinCultura</u>)	653 artesanos / \$1,5 Millones

2.2. PROCESOS INTERNOS

Antes de continuar con las perspectivas de apoyo, vale la pena resaltar que para la vigencia 2020 se contó 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 Comunidad y Medio ambiente; las cuales impactan de manera indirecta todas las actividades enmarcadas en la perspectiva cliente y beneficiario, todo lo anterior con estrategias e iniciativas dirigidas a ampliar las capacidades estratégicas y funcionales de la entidad para responder efectivamente a los requerimientos de los diferentes grupos de interés.



Este proyecto contó con una apropiación de \$1.500 MM y se logró ejecutar un total de \$1.334 MM

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

La perspectiva procesos internos, está orientada a mejorar continuamente el modelo de operación de la entidad; para lograrlo se han definido dos objetivos estratégicos, el primero orientado a 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. La entidad se encuentra ejecutando 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.

En el marco de acciones en la dimensión de la ventanilla hacia adentro, entre otras a mencionar más adelante, y con el fin de dar cumplimiento a las normas de propiedad intelectual, la entidad ha estado revisando y dando seguimiento a las políticas de propiedad intelectual internas y la de base de datos actualizando las versiones a partir de las necesidades que se han presentado. También se ha venido actualizando y cumpliendo con el manual de uso de marca. Desde el programa de Propiedad intelectual se adelantaron las acciones, mencionadas anteriormente, en las cuales algunos de los colaboradores de la entidad, también participan (jornadas de capacitación).

Como parte de las actividades dirigidas a mantener el Sistema de Gestión de Calidad de



Artesanías de Colombia, durante la vigencia 2020 se han adelantado diferentes acciones enmarcadas en el plan de acción de la política de fortalecimiento organizacional y de procesos entre las que se resaltan la realización de la revisión gerencial al SGC, en el mes de junio, como instancia máxima de seguimiento, en donde se establecen lineamientos y directrices para su adecuado funcionamiento por parte de la alta dirección de la entidad. Así mismo se llevaron a cabo las auditorías internas y de seguimiento por parte de ICONTEC.

Se continuó con el despliegue de piezas informativas en el marco de la campaña “Píldoras de Calidad” como instrumento de socialización y difusión de todos los componentes básicos y estructurales del Sistema. Todas estas actividades se han realizado a partir de la gestión contractual adelantada para el mantenimiento y soporte de la herramienta tecnológica con la que cuenta la entidad para la administración del sistema de gestión la cual también fue recientemente actualizada a su última versión.

Por otro lado, y como parte de este objetivo se incluye aquellos planes orientados a efectuar una gestión eficiente de los recursos físicos de Artesanías de Colombia, para lo corrido de 2020 se cuenta con los siguientes resultados:

- **Plan de activos fijos:** En la vigencia 2020 se logra implementación, parametrización y puesta en marcha del módulo de activos fijos en el ERP SEVEN, organización y depuración de la totalidad de elementos que conforman los activos fijos de la entidad.
Durante la vigencia 2020 se han realizado la totalidad de ingresos de compras de activos fijos, movimientos, traslados y bajas autorizados y el respectivo proceso de depreciación contable e Interfase Contable y se realizó la toma física de inventarios.
- **Plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles:** Con el fin de gestionar adecuadamente los bienes muebles e inmuebles de la entidad y contribuir a su conservación, se formuló este plan.
Durante la vigencia actual y teniendo en cuenta los protocolos adoptados por la entidad para mitigación de la pandemia ocasionada por el COVID-19, se han implementado jornadas especiales de limpieza y desinfección en la sede Claustro Las Aguas y en las vitrinas comerciales de Bogotá, Medellín y Cartagena, intensificando las rutinas de limpieza e implementando desinfección de elementos que más se cogen como chapas esferos escritorios teclados entre otros.



Dentro del plan se contempla el mantenimiento mensual de ascensores, red eléctrica e hidráulica y la conservación de jardines y áreas verdes y comunes para la sede Claustro las Aguas. Además, de la administración de los bienes inmuebles las cuales incluyen mantenimientos preventivos y correctivos y reparaciones locativas menores de acuerdo con los recursos asignados.

Se actualizaron los avalúos de los inmuebles Casa Artesanal de Ráquira en Ráquira - Boyacá; Casa Artesanal San Jacinto en San Jacinto - Bolívar, y Lote Lorica en Santa Cruz de Lorica - Córdoba; y se realizó avalúo con fines de arrendamiento y/o venta del inmueble denominado Edificio Santa Orosia en la ciudad de Bogotá anexo al Claustro Las Aguas y del local comercial denominado Local Carrera 1A contenido en el Claustro Las Aguas.

Este objetivo, como se mencionó, incluye adicionalmente todas las iniciativas 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. 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 estos logros también se llevó a cabo la implementación y ejecución del Plan de Mantenimiento de Servicios Tecnológicos. De igual forma se llevó a cabo el cambio, actualización, mejoramiento, soporte y mantenimiento de los sistemas de información en operación. Es así que se cambiaron y se implementaron nuevos sistemas de información ERP y Gestión Documental; así mismo se llevó a cabo la actualización del sistema de gestión de calidad Isolución, y se realizó soporte y mantenimiento a la Intranet corporativa, al portal institucional y corporativo <https://artesaniasdecolombia.com.co> y al sitio <https://artesaniasdecolombia.tv/>, que soporta la Estrategia Digital #ArtesanoDigital, que tanta acogida y reconocimiento ha tenido, y que ha sido merecedor a premios internacionales en temas de comunicación digital. Además de la herramienta de mesa de ayuda, y Sistema de



Información Estadístico del sector Artesanal (SIEAA), que ya es un sistema satélite del sistema de información del DANE. Esto en otros más sistemas de información institucionales.

Por la coyuntura de la pandemia, la cuarentena y el aislamiento social se activaron y difundieron las herramientas y recursos TIC, para apoyar los procesos definidos para Teletrabajo en la Entidad. En este sentido se dio conectiva remota para todos los funcionarios, a los sistemas de información y demás servicios TIC que se requieran; para lo cual se instaló y configuraron tecnologías VPN o Red Virtual Privada (Virtual Private Network, por sus siglas de inglés); de igual manera se habilitó la herramienta de reuniones virtuales a través de la suite de correo electrónico y colaboración institucional G-SUITE, Google Meet.

La disponibilidad, activación y funcionamiento de estas tecnologías permitió llevar a cabo la modalidad de trabajo en casa para todos los funcionarios y contratistas. Con se avanzó de manera mucho más rápida a tecnologías de procesamiento en la Nube, y se dio inicio de cierta manera a una Transformación Digital en la Entidad.

Para lograr este inicio de transformación digital se tiene canales de Internet, en alta disponibilidad, contingencia y balanceo, que en conjunto suman un ancho de banda de 120 MB. Esto nos permite garantizar una óptima velocidad de conectividad en la Nube implementada entre las casas de funcionarios y contratistas y el Data Center institucional. Así mismo se tiene Firewall (Sistema de Seguridad Perimetral), de una las dos marcas más reconocidas del mercado de estas tecnologías, que garantiza la seguridad en la nube institucional implementada.

Se viene realizando reposición del parque TI en cuanto a hardware (PC's, portátiles y su respectivo sistema operativo), Ofimática y demás software, en especial aplicativos para los portales web, comunicaciones y estrategia digitales (#ArtesanoDigital). En cuanto a equipos se tiene la mayoría del parque TI con procesadores de última generación y la última versión del sistema operativo (Windows 10), así mismo en ofimática en la mayoría de los equipos se tiene la última versión (Office 2016).



Para apalancar esta transformación digital se ha venido implementando enfoques de Software como Servicio (SaaS), Infraestructura como Servicio (IaaS), y Computación en la Nube, entre otros. Para el caso de correo electrónico, copia de seguridad en la Nube, y Software para el funcionamiento del portal, las redes sociales y la estrategia #ArtesanoDigital.

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

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. Se destacan resultados como:

Elaboración de 91 boletines de prensa de los eventos y acciones que ha que organizado y en las que participa la entidad, se ha logrado un total de 1.074 apariciones en medios de comunicación, lo que se ha observado a partir del monitoreo a medios (free press) y se han publicado 200 notas de interés para los artesanos a través del portal.

A nivel interno se ha desarrollado 11 boletines con información relevante al sector y a la entidad los cuales han sido enviados por correo masivo a funcionarios de la entidad. A través de la intranet se realizó la publicación de 103 notas; con el inicio de la pandemia y con el fin de mantener la comunicación al interior, se retomó el correo institucional de “comunicaciones internas” a través del cual se han desplegado 267 publicaciones con temas de interés institucional y las cuales son producto de solicitudes puntuales de las diferentes áreas de la entidad.



En cuanto a la estrategia digital, cuyo objetivo es “Contribuir al posicionamiento de la gestión de Artesanías de Colombia, informando y divulgando las acciones que se desarrollan en beneficio del sector; a través de la visibilización de los artesanos, las comunidades y sus productos en los medios digitales de la entidad”, no ha sido ajena a los cambios globales a causa de la emergencia sanitaria por la Covid-19, razón por la cual en 2020, la estrategia se enfocó en cumplir su objetivo teniendo muy presente el contexto sanitario actual por el cual atraviesa nuestro país, realizando un fortaleciendo de todo su ecosistema digital (social, canales de atención y portal web y tienda en línea) con contenidos dirigidos a todas nuestras audiencias y que daban respuesta al Plan de Acción Covid - AdC.

Dicha situación, hizo que el escenario digital cobrara aún más relevancia, hecho que se percibió en la cantidad de interacciones recibidas en redes sociales y también, de mensajes y comentarios atendidos.

Al cierre del cuarto trimestre se cierra con 4 especiales de #ColombiaArtesanal sobre los Kankuamos y la historia de Onilda Rodríguez. Estos contenidos fueron reemplazados durante el año y debido a la pandemia en la serie "Historias de Nuestra Región" las cuales destacaban artesanos o comunidades de diferentes lugares de nuestro país.

Durante el año se consolidan 164 campañas de email marketing la cuales fueron enviadas a 464.833 destinatarios suscritos a nuestros boletines de correo electrónico. Los propósitos de estas campañas fueron: promocionar ferias como Expoartesano 2020 y Expoartesánías Digital 2020; divulgar las diferentes convocatorias y eventos dirigidos a artesanos colombianos como las jornadas de Asesorías Puntuales a nivel nacional, capacitaciones en derechos de autor y charlas virtuales de la Subgerencia Comercial. También se promocionaron los talleres de demostración de oficio dirigidos al público en general y se incentivó la participación activa de los artesanos tanto del ciclo de charlas #ArtesanoDigital “Transformación Digital en tiempos de COVID-19” como del evento virtual de cierre de la estrategia #ArtesanoDigital.

Al cierre del 2020 se logran realizar 12.067 publicaciones y 1.324 historias en redes sociales, logrando un alcance de 25.068.712 y una interacción de 1.536.202.

Estrategia #ArtesanoDigital

“Transformación Digital en tiempos de Covid-19” es el nombre que la estrategia #ArtesanoDigital ha adoptado en 2020 y que, a diferencia del año pasado, cuando el ciclo se tituló “Vendiendo a través de Internet”, propone que los artesanos del país se apropien de



las herramientas digitales para adaptar sus talleres a la nueva realidad que nos plantea la pandemia.

Para ello, se desarrolló el siguiente ciclo de ocho (8) charlas a través de la plataforma “Go To Webinar”:

1. Adaptando su negocio a la nueva realidad
2. Invirtiendo en su pauta digital
3. Usando Whatsapp Business para acercar a sus clientes
4. Calculando sus precios para vender por internet
5. Ampliando las formas de pago para sus clientes
6. Usando formatos creativos para dinamizar su negocio
7. Fidelizando a sus clientes a través de email marketing
8. Trucos para que sus artesanías no queden en visto

Adicional a estas charlas y en esta ocasión, la estrategia creó “#ArtesanoDigital +” un ciclo especial de charlas dirigidas a los artesanos que ya han seguido la estrategia en años anteriores, con el fin de fortalecer sus conocimientos y habilidades en el entorno digital, a través de las siguientes tres (3) charlas especiales y un mejoramiento de su plan en tienda nube.

1. Pauta en medios digitales
2. Optimización de su tienda virtual (SEO)
3. Actualización de su tienda virtual

Como parte de la estrategia se desarrollan los Premios #ArtesanoDigital, los cuales en esta versión entrega 6 tiendas en línea como incentivo a los artesanos participantes.

Con esta estrategia, sumada a las actividades que el equipo del Sistema de Información para la Artesanía, Siart, realiza tanto en el portal web como en las redes sociales, Artesanías de Colombia ratifica su misión de “Contribuir al mejoramiento integral del sector artesanal y a la preservación, rescate y valoración del patrimonio cultural del país”, informando y divulgando las acciones que se desarrollan en beneficio del sector en Internet de manera orgánica (sin pauta), y a través de sus canales digitales oficiales.

En 2020, a los webinars #ArtesanoDigital se conectaron más de 900 artesanos de 28 departamentos del país y 186 municipios

Durante el 2020 se logró desarrollar el nuevo sitio www.artesantiasdecolombia.tv, con nuevo



mapa de sitio, diseño y funcionalidad para los artesanos. El cual fue puesto al servicio del acceso para consulta de todo el material de las charlas

Durante el 2020 y al cierre de los cuatro trimestres se gestionaron en total 21.201 mensajes o interacciones de los usuarios con las redes sociales y portal web de la entidad. 17.615 comentarios, 2167 mensajes privados, 1.152 buzón contáctenos y 267 correos electrónicos directos.

Asimismo, se atendieron todas las solicitudes de servicios de los usuarios, acumulando un total de 1.643 servicios en línea atendidos (Directorio 674, Clasificados 40, Calendario 21, Galería 82, Cotizaciones 744 y asesorías 28.

Resultado de toda esta estrategia, y resultado del monitoreo a medios contratado, durante 2020 se logró un total de 1.226 apariciones free press. Durante el monitoreo realizado en el año 2020 El medio en el que la participación fue mayor fue Internet con un porcentaje del 68%. En resultados globales se presentan los siguientes:

En medios online se reportan 832 notas en las que se destacan portales como El Tiempo com, Caracol com co, El espectador com, La Republica com, El universal com co, Hoy diario del Magdalena com y El heraldo com. 90 reportes en Televisión, teniendo como medio destacado Caracol Televisión con 22 reportes Los meses en los que la participación fue mayor son agosto, octubre y diciembre identificándose eventos como Foro Horizonte 2020 Expoartesano 2020 y Expoartesánías Digital 2020.

150 reportes en radio, Los medios destacados son Caracol Radio, Radio Nacional, La W, Radio

Múnera y RCN Radio En el mes de junio se presentó una tendencia importante de información como resultado de la alianza entre Johnnie Walker y Artesánías de Colombia En octubre el porcentaje de participación es abarcado en un gran porcentaje por Expoartesano La Memoria 2020.

138 notas en Prensa siendo el diario La República el medio en el que se reporta la mayor cantidad de información en el monitoreo realizado durante el 2020 En diciembre se evidencia un pico importante en el monitoreo y corresponde a los impactos generados por la versión digital de Expoartesánías 2020. 16 reportes en revistas.



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, se identificaron los puntos claves a incluir dentro de los planes de talento humano del 2020, en cumplimiento de los lineamientos establecidos desde el MIPG.

De acuerdo con lo anterior y teniendo en cuenta los objetivos institucionales definidos para la vigencia 2020, en la perspectiva de aprendizaje y desarrollo se incluyen los siguientes planes:

- Ruta de la felicidad
- Plan del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo- SGSST
- Ruta del crecimiento
- Ruta de la calidad
- Plan del código de integridad
- Plan de cultura organizacional

Las iniciativas y acciones incluidas en cada uno de estos planes buscan una gestión eficiente del talento humano desde su ingreso, desarrollo y crecimiento laboral, profesional y familiar y retiro de los funcionarios.



Para la vigencia 2020 no se realizará la evaluación de ambiente laboral, considerando que, de acuerdo con los lineamientos establecidos desde el FURAG, esta medición debe realizarse mínimo cada 2 años. Teniendo en cuenta lo anterior, desde la Coordinación de Recursos Humanos y Físicos se está trabajando en un instrumento interno que permita evaluar el impacto de las acciones e iniciativas desarrolladas durante la vigencia.

A continuación, se da a conocer algunas de las acciones en cada uno de los planes, los cuales debido a la pandemia ocasionada por la COVID-19, se han enfocado en mejorar las condiciones y la calidad de vida laboral y familiar de los funcionarios, bajo la figura de trabajo en casa.

Ruta de la felicidad:

- Seguimiento a los colaboradores durante el trabajo en casa, con el fin de identificar factores de riesgo
- Celebración de fechas especiales
- Salario emocional.
- Cursos de extensión para funcionarios y su núcleo familiar (cocina- tejido)
- Actividad de pre presionados

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.
- 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

Ruta del crecimiento:

- Programa de liderazgo
- Formación en segunda lengua
- Actualización en contratación



- 7 Capacitaciones en gestión financiera / documental / derechos humanos/ atención en población en condición de discapacidad/ planeación/ servicio al ciudadano/ cultura organizacional
- Re inducción

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

Cultura Organizacional:

- Acciones de comunicación interna con temas prioritarios de talento humano durante el trabajo en casa.

Nómina:

- Funcionamiento del sistema Kactus para la liquidación de la nómina

En términos generales los cumplimientos de los planes fueron:

- Ruta de la felicidad: Cumplimiento del 100% en este plan.
- Ruta de la calidad: Cumplimiento del 79,8%
- Ruta del crecimiento: Cumplimiento del 91%.
- Cultura Organizacional: Cumplimiento del 79%
- Código de integridad: Cumplimiento del 85%
- SGSST: Cumplimiento del 94%

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

La meta de cofinanciación se calcula con base en los recursos de los proyectos de inversión de la Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento de la Actividad Artesanal que fueron los siguientes para la vigencia 2020:

- FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL, UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y REGIONAL 2019-2023 NACIONAL; \$6.696.622.234
- APOYO Y FOMENTO A LA ACTIVIDAD ARTESANAL DE LAS COMUNIDADES O GRUPOS ÉTNICOS, COMO EXPRESIÓN DE SUS ECONOMÍAS PROPIAS A NIVEL NACIONAL; \$775.000.000

PROYECTO DE INVERSIÓN	VALOR
FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL, UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y REGIONAL 2019-2023 NACIONAL	\$ 6.696.622.234
APOYO Y FOMENTO A LA ACTIVIDAD ARTESANAL DE LAS COMUNIDADES O GRUPOS ÉTNICOS, COMO EXPRESIÓN DE SUS ECONOMÍAS PROPIAS A NIVEL NACIONAL	\$ 775.000.000
INCREMENTO DE LA COMPETITIVIDAD E INCLUSIÓN PRODUCTIVA DE LA POBLACIÓN ARTESANA VICTIMA Y VULNERABLE DEL PAÍS NACIONAL	\$ 1.128.300.000
VALOR TOTAL	\$ 8.599.922.234

Para la vigencia 2020 se pretendía lograr la meta del 80% sobre el valor total de los



proyectos de inversión, esperando suscribir alianzas, convenios y contratos con entidades públicas y privadas interesadas en fortalecer el sector artesanal, quedando se la siguiente manera:

	TRIMESTRE			
	I	II	III	IV
Valor	376.000.000	2.887.946.406	2.083.080.292	1.532.973.302
Nacional	300.000.000	2.687.946.406	1.733.080.292	1.082.973.302
%	5,17%	46,31%	29,86%	18,66%
Internacional	76.000.000	200.000.000	350.000.000	450.000.000
%	7,06%	18,59%	32,53%	41,82%

Meta 2020	(%)	80%
	(Valor)	\$ 6.880.000.000

Nacional	\$ 5.804.000.000
Internacional	\$ 1.076.000.000

Por consiguiente, debido a la emergencia sanitaria por el COVID 19, las entidades con las que se estaban logrando negociaciones, destinaron los recursos en necesidades primarias para atender dicha emergencia. Esto llevó a recalcular la meta debido a la nueva realidad en el mes de junio y fue aprobada en el mes de julio de la siguiente manera:

	TRIMESTRE			
	I	II	III	IV
Valor	188.000.000	1.443.973.203	1.041.540.146	766.486.651
Nacional	150.000.000	1.343.973.203	866.540.146	541.486.651
%	5,17%	46,31%	29,86%	18,66%
Internacional	38.000.000	100.000.000	175.000.000	225.000.000
%	7,06%	18,59%	32,53%	41,82%

Meta 2020	(%)	40%
	(Valor)	\$ 3.440.000.000

Nacional	\$ 2.902.000.000
Internacional	\$ 538.000.000

Pese a los esfuerzos del equipo en las regiones, del 100% de la meta se logró el 29%



(11.6% sobre la meta del 40% del total de los proyectos de inversión). Respecto de la meta de cofinanciación Nacional se logró el 25.12% y la Internacional 50.1% como se muestra a continuación:

	TRIMESTRE				
	I	II	III	IV	TOTAL
Valor	502.400.000	269.509.892	26.990.000	199.500.000	998.399.892
Nacional	502.400.000	-	26.990.000	199.500.000	728.890.000
%	17,3%	0,0%	0,9%	6,9%	25,1%
Internacional	-	269.509.892	-	-	269.509.892
%	0,0%	50,1%	0,0%	0,0%	50,1%

En cuanto a cooperación internacional, se destacan los siguientes resultados:

2020	
RECURSOS COFINANCIADOS (MM)	\$ 270
Meta: \$ 538	
CONVENIOS DE COOPERACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cancillería - Dirección de Asuntos Culturales ▪ USAID - Programa Riqueza Natural: Firma e inicio ▪ Carta de intención con la Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito – UNODC: Apoyo al sector artesanal en municipios PDET ▪ Convenio de cooperación con Fundación Artesanías de Chile ▪ <u>Iberartesanías</u>: Proyecto dotación de kits de alimentación y bioseguridad. ▪ <u>Iberartesanías</u>: Fondo de Vulnerabilidad - Ayuda de emergencia directa para atender el impacto del COVID-19 en el sector artesanal ▪ Proyecto <u>Colipri</u> Fase 2 – Suiza: Fortalecimiento del sistema de propiedad intelectual. \$5.754.000 (2019-2023) ▪ Compra de producto artesanal: Museo <u>Kulturhistorisk</u> de Oslo, con el apoyo de la Embajada de Noruega. 28 artesanías (sombreros de iraca, chocolatillo, <u>werregue</u>, guacamayas, tamo, mochilas <u>wayúu</u> y en fique) ▪ <u>Holiday Auction</u> – International Folk Art Market (subasta virtual): Ventas artesanos colombianos por \$5.200.000 (USD1.505) 	9



2020	
PARTICIPACIÓN EN SEMINARIOS / FOROS / ENCUENTROS INTERNACIONALES E INTERCAMBIOS DE COOPERACIÓN <ul style="list-style-type: none"> ▪ Taller Estrategia de Cooperación 2020: MINCIT y APC Colombia ▪ Comité de Coordinación Conjunta y Comité Nacional del Proyecto OVOP: JICA Japón y SENA Colombia ▪ II Foro “Acelerando el Empoderamiento Económico de las Mujeres para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible”: Vicepresidencia de la República ▪ Programa <u>Iberartesanías</u>: 4º. Comité Intergubernamental Virtual ▪ Conferencia “Más Iberoamérica: Diálogo con expresidentes y líderes de Iberoamérica”: Secretaría General Iberoamericana – SEGIB ▪ Conversatorio del Proyecto APV “La recuperación económica en contextos de emergencia complejos: Conflicto armado y la COVID-19” con el apoyo de ACNUR, ACDI VOCA, CICR y OIM ▪ Lanzamiento del Sello Costa Rica Artesanal: Resultado cooperación técnica <u>AdC</u> ▪ Conferencia Global South Dialogues: Science and Innovation for a Post-COVID Sustainable Development de la UN Office for South South Cooperation UNOSSC ▪ Webinar “Qué más podemos hacer?”: Secretaría General Iberoamericana – SEGIB ▪ Taller incorporación de los recursos de cooperación internacional no reembolsable en el PGN ▪ Encuentro entre Programas Iberoamericanos de Cooperación Cultural ▪ Alianzas con WFTO – Comercio Justo: Plan de trabajo conjunto ▪ Taller Alianza Interamericana de Mujeres Artesanas – AIMA: Laboratorios de Innovación y Diseño ▪ Apoyo del Programa <u>Iberartesanías</u> en los premios Medalla Maestría “Maestro de Maestros” y “Legado” en el marco de la Feria <u>Expoartesanías</u> ▪ Reunión de los Programas e Iniciativas de la Cooperación Iberoamericana de la Secretaría General Iberoamericana – SEGIB ▪ Asamblea Anual del <u>World Craft Council</u> Latinoamérica – WCC <u>Latam</u> ▪ Focus group virtual “Alianzas multiactor en la Cooperación Sur Sur y Cooperación Técnica” en el marco de la Cooperación Iberoamericana de la Secretaría General Iberoamericana – SEGIB 	17

Recursos obtenidos por alianzas y patrocinios

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

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

En lo corrido del año, producto de esta gestión se ha logrado un monto que asciende a los \$886 millones (valor aproximado de acuerdo a monetización de patrocinios en especie). Este valor equivale a un cumplimiento del 111% de la meta que corresponde a \$800 millones.

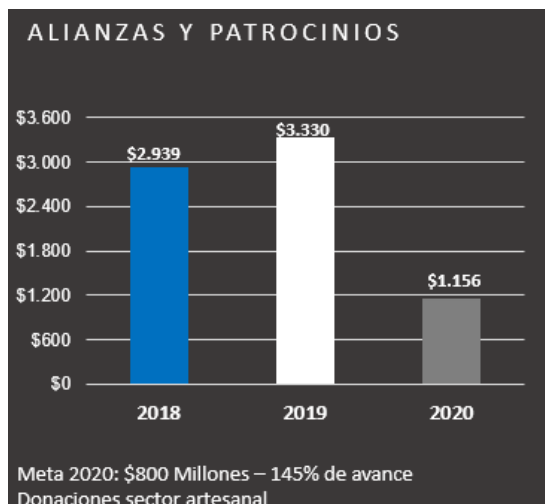
A continuación, se presentan algunas de las alianzas concretadas:



ALIADO - ALIANZA - PATROCINIO	DICIEMBRE
AMARILLO CONSTRUCTORA	\$ 10.000.000
FUNDACIÓN JULIO MARIO SANTODOMINGO	\$ 10.000.000
RAMO	\$ 11.000.000
TERPEL	\$ 15.000.000
INGENIO PICHICHI	\$ 5.000.000
AS INTERNACIONAL	\$ 2.000.000
MIGUEL KRAUSZ	\$ 400.000
CLARO	\$ 50.000.000
COCA COLA FEMSA y CRUZ ROJA COLOMBIANA	\$ 1.000.000
BOMBEROS DEL GUAMO	\$ 450.000
ALCOHOL ULTRA CLEAN	\$ 300.000
DIAGEO	\$ 9.000.000
ALPINA/AUTOGERMANA	\$ 45.000.000
LA CHAMBA	\$ 550.000
OCENSA	\$ 210.000.000
DIAGEO ETAPA II	\$ 200.000.000
FUNDACIÓN SOLIDARIDAD POR COLOMBIA (donación en efectivo)	\$ 19.545.900
FUNDACIÓN SOLIDARIDAD POR COLOMBIA (donación mdos)	\$ 9.240.000
FUNDACIÓN SOLIDARIDAD POR COLOMBIA (Quala especies)	\$ 2.673.253
FUNDACIÓN SOLIDARIDAD POR COLOMBIA - Iberartesanas	
FUNDACIÓN SOLIDARIDAD POR COLOMBIA - Vedi	\$ 1.730.000
FUNDACIÓN SOLIDARIDAD POR COLOMBIA (Alimentos Polar)	\$ 1.717.214
RED HAT	\$ 52.000.000
EXPOARTESANO - SENA	\$ 50.000.000
EXPOARTESANIAS - ECOPETROL	\$ 100.000.000
EXPOARTESANIAS - BANCO DE BOGOTA (30 DINERO- 30 PAUTA)	\$ 60.000.000
MEDALLA MAESTRIA - CCB	\$ 12.000.000
MEDALLA MAESTRIA - GASES DEL CARIBE	\$ 6.000.000
MEDALLA MAESTRIA - CLARO	\$ 1.000.000
BAVARIA - TRANSPORTE DE DONACION DE POLAR A MOSQUERA	\$ 1.000.000
ACUMULADO	\$ 886.606.367

Las gestiones continuarán y se espera concretar nuevos convenios y alianzas, en 2021, sin embargo, derivado de la situación socio económica actual del país y del mundo, esta estrategia ha sido una de las más impactadas de la entidad; pues tanto para el sector, para entidades del orden nacional y territorial, como para organismos de cooperación, las prioridades de inversión han cambiado, lo que ha llevado a que alianzas potenciales no se hayan podido concretar y ha hecho que las metas de la entidad se hayan ajustado.

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

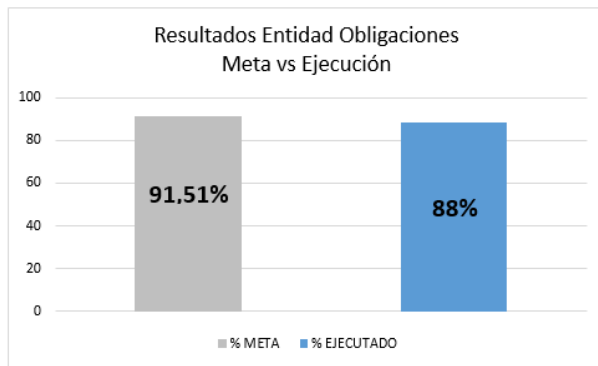
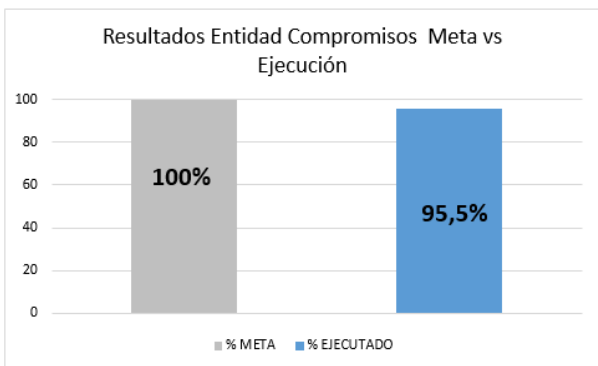


Comportamiento histórico
Alianzas estratégicas

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.

En cuanto a la iniciativa dirigida a monitorear la situación financiera y presupuestal de la entidad, se cuenta con los informes trimestrales. Al cierre de la vigencia se comprometieron \$24.804.055.328 millones que corresponden al 95,50% de los \$25.972.859.638 millones de apropiación definitiva de la vigencia 2020 y se obligaron \$ 22.856.183.473 millones que corresponden al 88,00% del total de la apropiación de la vigencia.



2.4.3. Identificar nuevas alternativas de generación de ingresos

Este objetivo hace parte de los nuevos retos de la entidad para este cuatrienio, y el mismo se enfoca en aprovechar el activo fijo de la entidad para generar nuevas fuentes de ingresos.

Como se evidenció al inicio del presente documento, en cuanto a este objetivo, la meta equivale a los ingresos que se generen sobre los que se proyecten generar para cada vigencia, a partir de las estrategias que se formuló en 2019. Teniendo en cuenta la contingencia a causa de la emergencia económica decretada por el Gobierno, debido a la pandemia por Covid-19, esta iniciativa no fue posible operacionalizar en la vigencia 2020. Para 2021 la línea estratégica se ajusta desde el objetivo en adelante, ampliando el alcance que se busca lograr. La meta del indicador asociado corresponde el cumplimiento de las iniciativas proyectadas en la vigencia. Para 2021 se espera alguna iniciativa con aprovechamiento del Claustro de las Aguas.

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: Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA) y el programa misional.



Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA)

Esta estrategia está orientada a gestionar los impactos ambientales de la operación de Artesanías de Colombia, a través de la implementación del plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA), que es el instrumento de planeación ambiental de la entidad, con el acompañamiento de la Secretaria Distrital de Ambiente como organismo de control y de seguimiento.

Esta estrategia se desarrolla a través de la implementación del Plan Institucional de Gestión Ambiental PIGA, el cual está conformado por seis (6) programas de ecoeficiencia: Uso eficiente del agua, uso eficiente de la energía, uso eficiente del papel, gestión integral de residuos, consumo sostenible e implementación de prácticas sostenibles, entre los cuales se destacan los siguientes resultados para el año 2020:

- ✓ Artesanías de Colombia cuenta con un 97% de implementación de sistemas de bajo consumo de agua en toda la entidad.
- ✓ La entidad cuenta con un 100% de implementación de fuentes lumínicas de la más alta eficacia.
- ✓ Adecuación de locales de almacenamiento de residuos no aprovechables, aprovechables y peligrosos de acuerdo a la normatividad, en las sedes de la entidad.
- ✓ Gestión adecuada de los residuos generados en la entidad:

Entrega de 3220 Kg de material aprovechable a la Asociación Ecoalianza Estratégica de Recicladores con quienes se renovó el acuerdo de corresponsabilidad hasta el año 2022

- ✓ Artesanías de Colombia verifica el cumplimiento normativo ambiental por parte de los terceros contratados por la entidad a través de la inclusión de cláusulas ambientales. Es así como en 2020, a través del programa Consumo Sostenible se incluyen cláusulas ambientales a los siguientes procesos de contratación: Contrato 2020-093 de



- mantenimiento preventivo y correctivo del aire acondicionado y UPS con la empresa Energex Sociedad Anónima, Contrato ADC 2020-349 para la compra de cuero, contrato ADC 2020-309 para la compra de herramienta y elementos de ferretería, contrato ADC 2020-327 de suministro de consumibles de impresión y elementos de papelería y contrato ADC 2020-338 para la compra de chaquiras y contratos de prestación de servicios profesionales
- ✓ Jornadas de sensibilización permanente al interior de la entidad en temáticas de interés ambiental, a través de comunicaciones internas:
 - Campaña “cuidemos juntos el planeta desde casa”, orientada a la correcta separación de residuos generados en el hogar.
 - Uso racional y eficiente del agua y la energía eléctrica.
 - Uso responsable de materiales a partir de la minimización de desechables de un solo uso
 - Eco-conducción o conducción sostenible
 - ✓ Desarrollo de la semana ambiental virtual llevada a cabo del 21 al 27 de septiembre, con el propósito de concientizar al equipo interno de la entidad, de las problemática ambientales existente y promover acciones pedagógicas que incidan en el mejoramiento de las relaciones entre los seres humanos y su entorno:
 - Socialización de directorio de gestores de residuos generados en el hogar
 - Realización de charla para la adecuada separación en la fuente llevada a cabo por la asociación de recicladores.
 - Difusión de contenidos para el uso responsable de elemento desechables, conducción sostenible y cambio climático.
 - Socialización de recorridos ecológicos a realizar en Bogotá
 - Promoción de la 1era feria virtual de negocios verdes de la CAR realizada el 26 y 27 de septiembre.
 - ✓ La entidad generó en 2020, 29.7 Toneladas de CO2 en el desarrollo de sus actividades productivas. Este dato es bastante inferior al obtenido en el año 2019 (56 Toneladas de CO2), debido a la disminución en el consumo de energía eléctrica, combustible, papel y



a la reducción significativa de residuos no aprovechables dispuestos en relleno sanitario, todo esto a causa de la emergencia sanitaria generada por la Covid19 que obligo a que el equipo de trabajo de la entidad laborara en la modalidad de teletrabajo.

Artesanías de Colombia concertó el Plan Institucional de Gestión Ambiental PIGA con la Secretaria Distrital de Ambiente para el periodo comprendido entre 2020 y 2024, conforme a la estructura establecida en la resolución 242 de 2014, por la cual se establecen los lineamientos para la Formulación, Concertación, Implementación, Evaluación, Control y Seguimiento Ambiental de los Planes Institucionales de Gestión Ambiental PIGA

Programa misional - Iniciativas para el manejo adecuado de las materias primas

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 están:

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.

- ✓ Caracterización detallada de la especie *Philodendron longirrhizum* "Bejuco Tripeperro", materia prima empleada en el oficio de cestería en el municipio de Filandia, Quindío, que incluye la identificación de los requisitos de manejo legal para su aprovechamiento por parte de la Corporación Autónoma Regional del Quindío (CRQ), todo esto con el fin avanzar en trámites de legalidad.
- ✓ Con el objeto de rescatar y promover su asociación potencial con cultivos de especies vegetales empleadas en la elaboración de productos artesanales, cultivos transitorios y de pan coger y generar alternativas de auto- sustento, se realiza el levantamiento y



consolidado de las especies de plantas reportadas para uso medicinal tradicional a nivel nacional.

- ✓ Identificación de materias primas empleadas en el sector artesanal, clasificadas según origen y tipo.
- ✓ Elaboración de mapas preliminares de materias primas empleadas en el sector artesanal, clasificados según el origen, hábitos de crecimiento, acciones adelantadas, el estado de conservación desde el enfoque científico y de acceso al recurso, con el fin de conocer el estado de presión del recurso y proyectar acciones concretas orientadas a su sostenibilidad.

Estrategia para el repoblamiento de especies vegetales empleadas en el sector artesanal.

- ✓ Diseño de estrategia de repoblamiento de paja mawisa o paja mulüu en la Alta Guajira, con el objeto de facilitar el acceso al recurso natural sin generar presión de aprovechamiento en ecosistemas estratégicos. Esta propuesta permitió diseñar las siguientes estrategias:
 - Asociación de la especie vegetal con cultivo transitorio de plátano.
 - Enriquecimiento los suelos a partir de aporte orgánico producido en composteras.
 - Modelo de prototipo de atrapa niebla con el fin de tener acceder al agua.
- ✓ Desarrollo de una estrategia de repoblamiento de iraca en el municipio de San Juan de Nepomuceno - Bolívar, y Coloso – Sucre, en el marco del Proyecto “Aprovechamiento sostenible de la Palma de Iraca y otros maderables utilizados para la elaboración de artesanías como alternativa económica para la conservación del Bosque Seco Tropical en los municipios de Coloso (Sucre) y San Juan Nepomuceno (Bolívar), en Convenio con Riqueza Natural:
 - Identificación de actores de la cadena productiva
 - Identificación de áreas productora
 - Levantamiento de datos de oferta y demanda de la especie
 - Propuesta de diseño de establecimiento de la especie



Desarrollo de material pedagógico y socialización de información de interés para promover el comercio legal de las materias primas empleadas en el sector artesanal.

- ✓ Actualización de los contenidos de la cartilla de trámites ambientales, necesarios para el comercio legal de productos provenientes de flora silvestre y cultivada., de acuerdo a lo establecido en el Decreto Único reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible (Decreto 1076 de 2015).
- ✓ Publicación en la página web de Artesanías de Colombia de capsula informativa sobre la compra y comercialización de madera legal que establece las exigencias y soportes que se deben tener en cuenta para comercializar y comprar madera legal.
- ✓ Consolidación de la información proporcionada por 19 Corporaciones Autónomas Regionales relacionada con el listado de los proveedores legales de madera (empresas forestales), ubicados en sus jurisdicciones, que cuentan con el registro del libro de operaciones y que cumplen con las obligaciones del mismo.
- ✓ Identificación de las especies vegetales vedadas y con restricción de aprovechamiento a nivel nacional y regional de acuerdo a los lineamientos establecidos por 19 Corporaciones Autónomas Regionales.

3. ACCIONES EN EL MARCO DEL ACUERDO FINAL DE PAZ

Artesanías de Colombia desarrolla acciones que aportan a la construcción de Paz. En este capítulo se encuentra aquellas que están directamente relacionadas con la implementación del Acuerdo de Paz, en el marco del proceso de estabilización de la paz.

Es de aclarar, que la entidad tuvo compromisos en el Plan Marco de Implementación (PMI), los cuales fueron proyectados por 2 años y en 2018, se concluyó con éxito el acuerdo que había sido proyectado.

Sin embargo, en este tema la gestión de la entidad ha estado enfocada a atender, de



manera priorizada, municipios PDET con vocación artesanal.

En esta sección encuentra la información sobre las acciones adicionales a lo establecido en el Acuerdo de Paz y en los instrumentos normativos expedidos, que, aunque no correspondan a obligaciones que hayan sido establecidas de manera explícita, se han desarrollado por ser convenientes o necesarias para contribuir a su implementación en el marco de las competencias legales.

Acciones para la construcción de la paz:

Acción 1. Servicios de Asistencia Técnica para la Actividad Artesanal

Esta acción se enmarca y ejecuta en el marco del proyecto “FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO LOCAL 2019-2023” el cual fue aprobado por DNP en el 2018 y estableció como objetivo general: *“Fortalecer y promover la participación de la actividad artesanal en las economías locales de los 32 departamentos y en la ciudad de Bogotá”* a través de: (a) El incremento de la competitividad y la productividad de las unidades productivas artesanales, (b) La integración de la actividad artesanal en los procesos de desarrollo económico de las regiones y (c) visibilizar los valores culturales, sociales y territoriales de la actividad artesanal en el país, Artesanías de Colombia continua con el propósito de *“impulsar el desarrollo productivo, innovador, incluyente y sostenible del sector artesanal a nivel local, regional y nacional, así como la preservación, rescate y apropiación del patrimonio cultural representado en los oficios y la tradición artesanal”*.

En este sentido, ha planificado y encaminado todo su trabajo para que en el periodo 2019-2023 se cumplan metas en función de los cinco pilares estratégicos del sector industria, comercio y turismo. Es por esto por lo que, para dar respuesta efectiva a las comunidades artesanales del país, ubicadas en diversas regiones culturales, la entidad ha trazado una serie de objetivos estratégicos, entre los que se destacan:

- Promover el manejo adecuado de los recursos naturales y materias primas de manera sostenible



- Fortalecer y empoderar a los artesanos en sus competencias y capacidades técnico-productivas a nivel local, regional y nacional,
- Rescatar, preservar y valorar el patrimonio cultural artesanal
- Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.
- Contribuir a que las artesanías accedan a diferentes escenarios de comercio

Con base en la elaboración de un árbol de problemas y objetivos, dicho proyecto trazó seis productos para dar cumplimiento a los objetivos estratégicos de la entidad y así avanzar en los procesos de desarrollo de la actividad artesanal en 32 departamentos del país y en la ciudad de Bogotá:

Servicio de asistencia técnica para el desarrollo de la actividad artesanal.

Este producto se formuló con el objetivo de destinar presupuesto para la ejecución de proyectos que fortalezcan la totalidad de los eslabones de la cadena de valor de la actividad artesanal y para adelantar procesos de gestión, a través de equipos regionales para vincular diferentes actores locales y regionales que apalanquen recursos de cofinanciación, en función del desarrollo local de la actividad artesanal.

Servicio de información sobre el sector artesanal

Este producto se formuló para consolidar el Sistema de Información Estadística para la Actividad Artesanal (SIEAA) como instrumento para la planificación, georreferenciación, sistematización, análisis y documentación estratégica del desarrollo de la Actividad Artesanal y para crear el observatorio de la actividad artesanal, a través de la creación de “nodos” de investigación e información cuantitativa y cualitativa en cada una de las ocho regiones culturales establecidas por la entidad para la construcción de información clave en la planificación del desarrollo de la actividad artesanal.

Servicio de asistencia técnica para el desarrollo de iniciativas de clústeres

Este producto se formuló para destinar recursos que permitan, a través de proyectos regionales, que la actividad artesanal en las regiones se “incuben” y se vinculen con



diferentes clústeres consolidados en el país (por ejemplo: clúster de moda, joyería y bisutería, cuero, industrias creativas.). De esta manera, la actividad artesanal puede encontrar nuevas oportunidades de desarrollo en dos sentidos: el vínculo del patrimonio cultural artesanal con industrias consolidadas y la inclusión de población artesanal vulnerable en redes productivas, en cada una de las regiones culturales artesanales.

Servicio de diseño y/o mejoramiento de productos

Artesanías de Colombia debe continuar promoviendo la participación de las comunidades en la cadena de valor de la actividad artesanal, así como consolidar su modelo de gestión territorial como entidad responsable del fomento del sector artesanal, de manera que impulse el posicionamiento de los laboratorios de innovación y diseño como parte del “ADN” regional. De igual forma, este producto plantea aumentar, de manera significativa, el acceso a nuevas oportunidades comerciales a nivel local, regional e internacional con productos de alta calidad y alto contenido de diseño. Esto con el fin de que las comunidades artesanales avancen en su autonomía técnica y financiera y se consoliden como unidades productivas y competitivas.

Servicio de apoyo para la modernización y fomento de la innovación empresarial

El producto se formuló para destinar recursos que permitan instalar capacidades técnicas en innovación y avance tecnológico productivo y para que las comunidades con vocación artesanal accedan a los mecanismos de protección y a signos distintivos con el fin de acceder a los mercados locales, regionales y nacionales con artesanos preparados y productos artesanales de alta calidad protegidos.

Servicio de asistencia técnica para el fortalecimiento de redes regionales de emprendimiento

Este producto propende por el fortalecimiento de los grupos y comunidades con capacidades de formular y ejecutar proyectos de fortalecimiento de los diferentes eslabones de la cadena de valor, orientados hacia una oferta artesanal de alta calidad en diseño, producción y calidad, que respondan a los escenarios de mercado local, regional, nacional e internacional.



En este sentido y habiendo cumplido al 100% en el año 2018 con el producto e indicador asociado al Plan Marco de Implementación (PMI), Artesanías de Colombia, para la vigencia 2020 dirigió esfuerzos para la atención del sector artesanal en los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET) y en el Plan de Acción para la Transformación Regional (PATR).

Para la vigencia 2020 y teniendo en cuenta las actuales circunstancias de Salud Pública que atraviesa el país con la presencia del Coronavirus COVID-19 y siguiendo los lineamientos del Gobierno Nacional, Artesanías de Colombia se vio en la obligación de cambiar su metodología de trabajo para lograr responder a las necesidades que están atravesando muchos artesanos del territorio nacional.

En este sentido y sabiendo que la entidad ha respondido desde el año 2018 con acciones que han ayudado a la implementación del Acuerdo Final, para esta vigencia se creó un plan de acción para realizar actividades en pro del sector artesanal en 15 municipios PDET (Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial) y 5 iniciativas PATR (Planes de Acción para la Transformación Regional) en el marco del proyecto de inversión “Fortalecimiento de la Actividad Artesanal, una Alternativa de Desarrollo Económico Local y Regional 2019-2023” y 3 resguardos indígenas localizados en municipios PDET, los cuales están siendo atendidos por el proyecto de inversión “Apoyo y Fomento a la Actividad Artesanal de las Comunidades o Grupos Étnicos, como Expresión de sus Economías Propias a Nivel Nacional”.

Para la selección de estos municipios e iniciativas, el equipo de la Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal realizó un diagnóstico exhaustivo donde se tuvieron en cuenta criterios tales como, alta vocación artesanal, un número considerable de artesanos para la atención, disponibilidad de recursos, acceso a territorio, entre otras.

Estos municipios tuvieron 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 realizaron de manera virtual, mediante videoconferencias, showrooms, videos, llamadas, audios, etc.

Reactivación del sector artesanal

Este plan incluyó en una primera fase la atención de necesidades de mínimos vitales y acompañamiento a través de TIC. En la segunda fase establecieron acciones para el sostenimiento de la actividad artesanal a través de acciones encaminadas a tramitar recursos para retomar los procesos productivos, establecer los protocolos de bioseguridad de acuerdo con la naturaleza del taller artesanal e iniciar la reactivación. La tercera fase se relaciona con la reactivación y estabilización del sector.

En lo corrido de 2020 (corte 31 de diciembre), Artesanías de Colombia prestó servicios de asistencia técnica de manera virtual por medio de herramientas TICs a un total de 314 artesanos de los 15 municipios PDET priorizados y se comprometieron recursos por un total de \$894.389.675, correspondiente al proyecto de inversión “Fortalecimiento de la Actividad Artesanal, una Alternativa de Desarrollo Económico Local y Regional 2019-2023” y 54 artesanos de los 3 municipios PDET atendidos y se comprometieron un total de \$128.328.600 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 ampliar la información en cuanto a acciones enmarcadas en el acuerdo de paz, lo invitamos a consultar en la sección transparencia del Portal web de la entidad, el informe de rendición de cuentas, construcción de paz, en el marco del SIRCAP (Sistema de rendición de cuentas del acuerdo de paz).



4. RETOS ARTESANIAS DE COLOMBIA 2019 - 2022

Para las vigencias 2019 - 2022, 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 y un análisis del contexto estratégico de la entidad.

El producto de su análisis llevó a la inclusión de iniciativas enfocadas en estos retos, como parte del plan estratégico, para 2019 – 2022.

1. Instalar y desarrollar capacidades técnicas para la producción y comercialización de las artesanías a nivel local, regional y nacional a través del fortalecimiento de los laboratorios de Diseño e Innovación.
2. Fortalecer las estrategias de promoción, comunicación y visibilización de la gestión institucional.
3. Promover la ampliación de los canales de comercialización (nacionales e internacionales) a través del fortalecimiento y desarrollo de ferias y vitrinas de promoción.
4. Fortalecer la integración de la actividad artesanal con las rutas turísticas.
5. Implementar estrategias para generar ingresos que contribuyan a la sostenibilidad de la operación de Artesanías de Colombia.
6. Articular los programas de Artesanías de Colombia con las políticas gubernamentales relacionadas con la economía naranja.
7. Convocar a nuevos aliados para aumentar capacidades técnicas y fuentes de cofinanciación para los diferentes programas de la entidad.
8. Implementar estrategias para medir el impacto de los programas de Artesanías de Colombia.
9. Promover en el público, el valor cultural, social y económico de la artesanía.
10. Liderar un proyecto de ley del artesano.
11. Contribuir a las estrategias de reactivación económica del sector artesanal.

Adicionalmente en un ejercicio aún más riguroso se definieron las principales iniciativas para



2020, las cuales se encuentran enmarcadas en el plan de acción institucional, formulado para la vigencia.

- Fortalecer los Laboratorios de Diseño e Innovación.
- Estimular la búsqueda de oportunidades comerciales en las regiones:
 - Plazas de mercado
 - Ferias regionales
 - Otras ferias en ciudades principales (Cali, B/quilla y Cartagena)
- Promover acciones encaminadas a la articulación del sector artesanal con la Política de Turismo Cultural:
 - Mapa de Colombia Artesanal
- Profundizar la estrategia de articulación del sector artesanal con industrias creativas
- Fomentar la articulación interinstitucional:
 - MinCIT (Desarrollo, Promoción y Turismo)
 - Min Cultura (Economía Naranja – Preservación del patrimonio cultural)
 - Min Agricultura (Siembra de fibras – Materias primas)
 - MinTIC (Artesano digital)

Todo lo anterior se encuentra incluido en la planeación estratégica y puede observarse, en el desarrollo de este documento los avances que se han obtenido.