



El progreso
es de todos

Mincomercio



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



Ilustración 1- Artesanos beneficiarios- programa línea étnica.

Informe final de resultados 2020

**Artesanías de Colombia S.A.
Bogotá, diciembre 2020**



Ilustración 2- Elaboración de Artesanías- Grupo artesanal Jaipono- Risaralda



ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A

ANA MARÍA FRÍES MARTÍNEZ

Gerente General Artesanías de Colombia S.A.

JIMENA PUYO POSADA

Subgerente de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

DIANA MARISOL PÉREZ ROZO

Profesional de Gestión
Coordinadora técnica del proyecto

EQUIPO TÉCNICO DEL PROYECTO

Artesanías de Colombia S.A

GRUPO INTERDISCIPLINARIO NACIONAL Y REGIONAL

Artesanías de Colombia S.A



RESUMEN

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.



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
1. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROGRAMA	8
1.1. OBJETIVOS GENERAL	8
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
1.3. ANTECEDENTES	8
2. FOCALIZACIÓN DE GRUPOS ARTESANALES	11
2.1. COBERTURA GEOGRÁFICA	11
3. DESARROLLO DEL PROGRAMA- IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE ACOMPAÑAMIENTO VIRTUAL	13
3.1. RESUMEN DE BENEFICIARIOS	13
3.2. MATERIAL PEDAGÓGICO DESARROLLADO	14
3.3. CHARLAS Y/O CONVERSATORIOS	15
4. RESULTADOS GENERALES POR COMPONENTE	16
4.1. RESULTADOS COMPONENTE SOCIO-ORGANIZATIVO	16
4.2. RESULTADOS COMPONENTE COMERCIAL	21
4.3. AVANCE COMPONENTE DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN	35
4.4. AVANCE COMPONENTE DE COMUNICACIONES	44
5. LOGROS Y RESULTADOS POR GRUPO ARTESANAL	52
5.1. GRUPOS ARTESANALES FOCALIZADOS CON ATENCIÓN INTEGRAL	52
5.1.1. LA ESTRELLA	52
5.1.2. TALLER KOREGUAJE	67
5.1.3. MAMPUJÁN	80
5.1.4. MITES	90
5.1.5. WARKHI	103
5.1.6. KANSUY	116
5.1.7. ATANE	127
5.1.8. SANTA ROSA	139
5.1.9. HILARTE	152
5.2.0. INUGA	164
5.2. GRUPOS ARTESANALES FOCALIZADOS CON ATENCIÓN PUNTUAL	175
5.2.1. CURARTE	175
5.2.2. ARTE SHEMBASENG	185



5.2.3. PALENQUE	190
5.2.4. MARDUE	197
5.2.5. VILLA MARÍA.....	204
5.2.6. ARTESANÍAS BLAS.....	210
5.2.7. HAJSU´	215
5.2.8. ARTE ZENÚ:.....	219
5.2.9. IPARU:.....	221
5.3.0. ASOARCHI:.....	223
5.3.1. DAH FIWI.....	227
5.3.2. IDA- BARRIO MATEO	235
5.3.3. JAIPONO:.....	240
5.3.4. PUEBLO NUKAK:.....	242
5.3.5. MORICHITO:.....	246
5.3.6. NARAKAJMANTA	246
5.3.7. JIW, BARRANCÓN – GUAVIARE.....	248
5.3.7.1. LA ASUNCIÓN – GUAVIARE	248
5.3.8. TAPURUCUARA	249
5.3.9. PUEBLO RROM.....	251
5.4. ACCIONES TRANSVERSALES DE MONTAJE Y EXHIBICIÓN	252
5.5. APOYO PUNTUAL A GRUPOS ARTESANAL PARA PARTICIPACIÓN COMERCIAL 2020.....	254
6. EVENTOS FERIALES.....	257
6.1. EXPOARTESANO 2020	257
6.2. EXPOARTESANÍAS 2020	259
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	261
7.1. Componente Socio Organizativo.....	261
7.2. Componente de Diseño	261
7.3. Componente de Comunicaciones	262



INTRODUCCIÓN

El presente documento da cuenta del resultado de las acciones realizadas desde 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”

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.



1. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROGRAMA

1.1. OBJETIVOS GENERAL

Promover el reconocimiento y fortalecimiento de las tradiciones culturales vinculadas a la actividad artesanal de los productos artesanales de las comunidades y/o grupos étnicos.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover y acompañar el desarrollo de estrategias que permitan la pervivencia de oficios, técnicas tradicionales y referentes culturales.
- Fomentar e implementar actividades con enfoque diferencial que promuevan el desarrollo y/o fortalecimiento de capacidades y habilidades organizativas, técnicas y empresariales.
- Contribuir a la eficiente promoción, divulgación y comercialización de los productos artesanales étnicos.

1.3. ANTECEDENTES

Artesanías de Colombia, como entidad adscrita al Ministerio de Comercio Industria y Turismo, respeta y aplica toda la normatividad del sector, atendiendo de manera especial a los lineamientos y enfoques de atención diferencial con las comunidades étnicas y grupos vulnerables.

La entidad enfoca sus acciones con grupos y comunidades artesanales en el fortalecimiento integral de la cadena de valor del sector artesanal, desde el acceso competitivo a materias primas hasta la promoción y comercialización de los productos. Las actividades desarrolladas en comunidad como asesorías, seminarios, talleres de capacitación participativos, entre otros, involucran estrategias que permiten un mayor nivel de apropiación por parte de los participantes, tales como acciones de concertación con autoridades y grupo de participantes, encuentro de saberes, intercambio de experiencias, visitas especializadas, entre otros.

Gracias a las lecciones aprendidas por la experiencia reciente de ejecución de convenios con Ecopetrol (2011-2014) y MinCIT (2015, 2016, 2017, 2018 y 2019), Artesanías de Colombia refuerza permanentemente su metodología de acompañamiento a comunidades étnicas. Con base en los principios metodológicos con los que Artesanías de Colombia trabaja en comunidad, el equipo técnico interdisciplinario de la línea Étnica promovió acuerdos en coherencia con los planes de vida de las comunidades para realizar las diferentes actividades de acompañamiento virtual.



Durante 2015, en el marco del convenio interadministrativo 271 con MinCIT, acompañó a 23 procesos económicos con 730 artesanos y artesanas beneficiarios directos del Programa, representantes de más de 28 pueblos indígenas en 17 departamentos del país. En la vigencia 2016, bajo el convenio interadministrativo 290 con MinCIT, se acompañó a 33 procesos productivos representantes de 25 pueblos indígenas en 20 departamentos del país con más de 1.000 artesanos y artesanas beneficiarios directos del Programa.

En la vigencia 2016, el Programa, en su línea de atención artesanal, orientó el acompañamiento y fortalecimiento de las actividades productivas desde los componentes de Desarrollo humano, Diseño e Innovación, Producción y Comercialización. Así mismo, lideramos la realización de los “Encuentros Regionales de Economías Propias de los Pueblos Indígenas de Colombia” en las ciudades de Manizales, Mocoa, Inírida, Quibdó, Santa Marta y Pasto, en los cuales se fortalecieron los nichos de mercado regionales y se compartieron los saberes ancestrales y la cultura material de las comunidades indígenas. También se contó con la participación de 6 procesos económicos línea artesanal en la III Cumbre de la Mujer empresaria en la ciudad de Cali y la participación de dos procesos en L´Artigiano in Fiera.

Del mismo modo, el Programa llevó a cabo el “Tercer Encuentro Nacional de Economías Propias de los Pueblos Indígenas de Colombia” en el marco del evento ferial Expoartesanías 2016, cuyo objetivo fue la conformación de redes de experiencias, conocimientos y contactos entre los participantes, quienes tuvieron la oportunidad de dar a conocer sus productos, construyendo en este camino un proyecto de autonomía económica, en el que se honra la identidad cultural y la herencia ancestral, además de un rueda de negocios y exhibición comercial, registrando ventas directas en los eventos comerciales por \$ 372.248.228, así: Total, ventas Encuentros Regionales de economías propias - Línea artesanal y agroindustrial en las ciudades de: Cali, Manizales, Mocoa, Puerto Inírida, Quibdó, Santa Marta y Pasto - Total \$ 112.966.128 y total, de ventas en Expoartesanías \$259.282.100 (línea artesanal: \$ 226.052.500 – 87% - línea agroindustrial: \$ 33.229.600 – 13%).

En la vigencia 2017, el Programa en la línea artesanal acompañó a 21 comunidades de seguimiento, 17 nuevas y 4 grupos de encadenamiento para fortalecer integralmente sus procesos productivos. Con el fin de afianzar su ejercicio comercial se lideró la elaboración de cinco “Encuentros Regionales de Economías Propias de los Pueblos Indígenas de Colombia” en las ciudades de Cali, Yopal, Duitama, Cartagena y Mocoa; de igual manera se gestionó la participación de 6 grupos en dos iniciativas de internacionalización en México y Ecuador respectivamente, teniendo como resultado de ventas directas \$ 225.392.600. Completando la gestión comercial se lideró la elaboración del “Cuarto Encuentro Nacional de Economías Propias de los Pueblos Indígenas de Colombia” en el marco del evento ferial Expoartesanías 2017, evento que logro reportar ventas por \$390.226.000. Como resultado de la vigencia se obtuvieron más de 615 millones de pesos en ventas más la proyección de expectativas de negocios de cada uno de los eventos comerciales.



Visibilizando en enfoque metodológico de la línea Étnica de nuestra entidad, el cual se basa en el rescate y fortalecimiento de los valores identitarios como factor diferenciador de los productos artesanales, se consolidaron acciones conjuntas con APC Colombia y AECID para direccionar metodológicamente el primer Colombia Étnica que se llevó a cabo en la ciudad de Cartagena previo al Encuentro Regional de la ciudad.

En la vigencia 2018, se consolidó el Programa de “Fortalecimiento Productivo y Empresarial para Pueblos Indígenas, Negros, Afrocolombianos, Raizales y Palenqueros- NARP en Colombia”, generando acciones en más de 54 grupos artesanales (37 grupos indígenas y 17 NARP), mediante el fortalecimiento integral de las unidades productivas el programa desarrollo 7 Encuentros Regionales de Economías Propias en las ciudades de Pereira, Medellín, Cali, Neiva, Barranquilla, Bucaramanga y Cartagena, de igual manera se desarrolló la primera muestra comercial en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en Bogotá, así como el Encuentro Nacional de Economías Propias en el marco de Expoartesánías 2018 y 3 iniciativas de internacionalización en Guatemala, Brasil y España; es importante mencionar que las acciones anteriores mencionadas dejaron como resultado comercial ventas por \$ 1.704.109.560 y atendiendo a 1.700 beneficiarios directos del Programa, siendo así el año más exitoso a nivel de ventas del Convenio, que a su vez logro por primera vez contar con presencia de grupos indígenas, NARP y RROM en un mismo espacio de actividad académica y transmisión de saberes.

En el año 2019 se suscribió el Convenio No. 280 de 2019 entre Artesanías de Colombia S.A. y el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, que permitió la ejecución de las actividades previstas en las diferentes fases del “Programa de Fortalecimiento Empresarial, Productivo y Comercial de Iniciativas Artesanales de Grupos Étnicos de Colombia”; en donde se atendieron 1.498 beneficiarios de 42 grupos artesanales en 17 departamentos del país, es necesario resaltar que durante el año se realizaron 7 encuentros raíces en las ciudades de Bucaramanga, Bogotá, Pereira, Duitama, Panaca, Cali y Montería, 4 eventos complementarios y el encuentro nacional Raíces realizado en el marco de Expoartesánías 2019 con un total en ventas de 1.464.258.850 millones.

Como resultado del cierre de la vigencia 2020, desde 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” se atendieron un total acumulado de 483 beneficiarios pertenecientes a 28 grupos étnicos artesanales ubicados en 16 departamentos.

Dichos grupos recibieron atención puntual e integral 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).

Por último, se realizaron dos ferias virtuales mediante plataformas digitales: Expoartesano y Expoartesánías 2020 que permitieron aumentar los ingresos de los artesanos.



2. FOCALIZACIÓN DE GRUPOS ARTESANALES

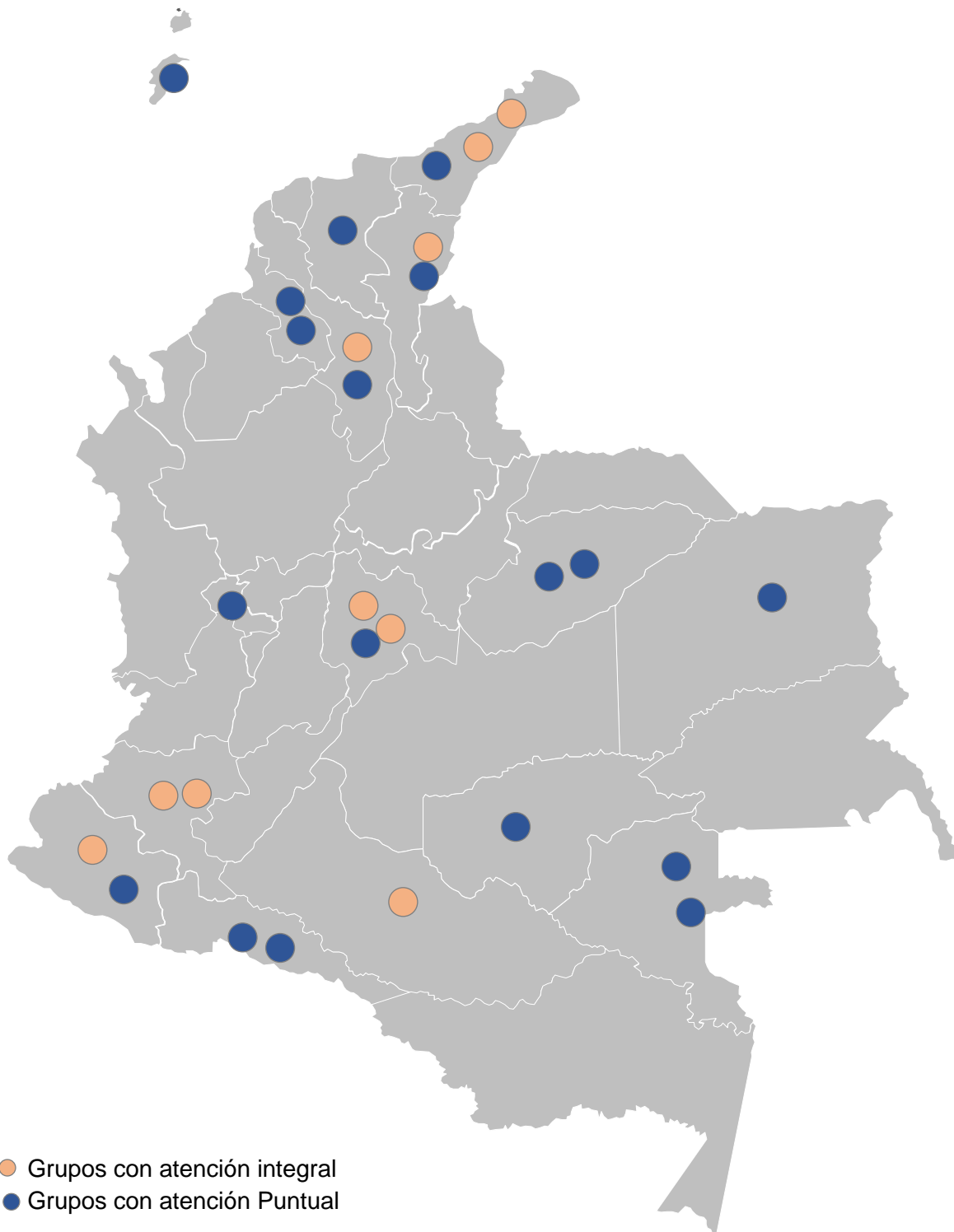
2.1. COBERTURA GEOGRÁFICA

Diez (10) Grupo artesanales con atención integral

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

Dieciocho (18) Grupos artesanales con atención puntual

#	GRUPO ARTESANAL	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
1	DAH FIWI	SAN ANDRÉS	SAN ANDRÉS
2	PALENQUE	BOLÍVAR	MAHATES
3	ARTESANÍAS BLASS	SUCRE	SAN ONOFRE
4	PRORROM	BOGOTÁ	BOGOTÁ
5	CURARTE	PUTUMAYO	SIBUNDOY
6	SHEMBASENG	PUTUMAYO	SIBUNDOY
7	MARDUE	CASANARE	HATO COROZAL
8	MORICHITO	CASANARE	HATO COROZAL
9	IDA-BARRIO MATEO	VICHADA	PUERTO CARREÑO
10	NUKAK	GUAVIARE	SAN JOSÉ DEL GUAVIARE
11	TAPURUCUARA	VAUPÉS	MITÚ
12	VILLA MARÍA	VAUPÉS	MITÚ
13	ARTE ZENÚ	SUCRE	SAN ANTONIO DE PALMITO
14	HAJSÚ	NARIÑO	CUASPUD
15	IPARU	LA GUAJIRA	BARRANCAS
16	ASOARCHI	CESAR	CHIMICHAGUA
17	NARAKAJMANTA	MAGDALENA	SANTA MARTA
18	JAIPONO	RISARALDA	PEREIRA



28 GRUPOS ARTESANALES ÉTNICOS
10 ATENCIÓN INTEGRAL Y 18 ATENCIÓN PUNTUAL
16 DEPARTAMENTOS- 23 MUNICIPIOS



3. DESARROLLO DEL PROGRAMA- IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE ACOMPAÑAMIENTO VIRTUAL

ACCIONES REALIZADAS EN EL MARCO DEL PROGRAMA-	RESULTADO 2020
BENEFICIARIOS¹	483
GRUPOS ARTESANALES CON ATENCIÓN INTEGRAL	10
GRUPOS ARTESANALES CON ATENCIÓN PUNTUAL	18
ACTIVIDADES DE ACOMPAÑAMIENTO VIRTUAL (Asesorías virtuales, Seguimiento, registro de información)	859
MATERIAL PEDAGÓGICO ELABORADO (Audios, videos, Imágenes, podcast, cartillas digitales, infografías, entre otros).	118
CHARLAS Y/O CONVERSATORIOS	20
DIAGNÓSTICOS DIFERENCIALES²	24

3.1. RESUMEN DE BENEFICIARIOS

#	GRUPO ARTESANAL	No. Beneficiarios	De
1	ARTE ZENÚ	34	
2	ASOARCHI	9	
3	ATANE	11	
4	BLAS	7	
5	CURARTE	12	

¹ De los 483 beneficiarios, 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.

² Documentos "Diagnóstico Diferencial" en torno a la actividad artesanal, contemplando la línea de base del nivel de productividad



6	DAH FIWI	24
7	HAJSÚ	29
8	HILARTE	15
9	IDA-BARRIO MATEO	4
10	INUGA	17
11	IPARU	19
12	IWOUYA	1
13	JAIPONO	7
14	JIW BARRANCÓN	12
15	KANSUY	26
16	LA ESTRELLA	30
17	MAMPUJÁN	19
18	MARDUE	28
19	MITES	16
20	MUTECYPA	1
21	NARAKAJMANTA	14
22	PALENQUE	14
23	PRO RROM	6
24	SANTA ROSA	36
25	SHEMASENG	16
26	TALLER KOREGUAJE	18
27	TAPURUCUARA	26
28	VILLA MARÍA	3
29	WARKHI	29
Total general		483

SEXO	BENEFICIARIOS	PORCENTAJE
Hombre	65	13,5%
Mujer	418	86,5%
Total	483	100

Etnia	Beneficiarios
Gitano o Rom	6
Indígena	404
NARP (negro, afrocolombiano, raizal o palenquero)	73
Total	483

3.2. MATERIAL PEDAGÓGICO DESARROLLADO

- Autodiagnóstico inicial- Desde los 4 componentes
- Liderazgo y solidaridad
- Comercio Electrónico



- Video "Historia e identidad en el producto" Parte 1
- Manejo de emociones
- Ficha del producto emblemático
- Cronograma de trabajo artesanal
- Autodiagnóstico Social
- Liderazgo y Solidaridad
- Cartilla de cuidado e Higiene en comunidad
- Podcast de manejo de emociones
- Emociones Artesanas
- Ficha de desarrollo de producto souvenir
- Cartilla de color
- Video "Historia e identidad en el producto" parte 2
- Ficha para el desarrollo de línea de producto
- Catálogo general de la Línea Étnica
- Cartilla de producto Especializado
- Video Manejo del color Parte 1
- Cartilla de registro Fotográfico
- Guía de catálogo de color
- Guía para la creación de una paleta de color
- Video Manejo del color Parte 2
- Video promocionales para grupos artesanales
- Afiche charla de Bioseguridad para grupos Étnicos
- Guion podcast producto tipo souvenir
- Guion podcast Línea de producto
- Guion podcast producto emblemático
- Podcast: Desarrollo de producto Emblemático
- Podcast: Desarrollo de producto tipo Souvenir
- Catálogos de color específicos por grupos artesanales
- Paquetes de desarrollo de productos por grupo artesanal (línea de producto y pieza emblemática)
- Podcast metas y objetivos comunes.
- Infografía de discurso de ventas
- Proceso de diseño - Simbología
- Adelantos de bocetos
- Cartilla costos y precios modulo 1
- Bocetos colección 2020 para cada grupo artesanal
- Catálogos de color específicos para cada grupo artesanal

3.3. CHARLAS Y/O CONVERSATORIOS

- Conversatorio de "Autogestión y Liderazgo en los grupos artesanales"- 3 DE JUNIO
- Protocolo de Bioseguridad para el manejo de COVID-19 en talleres artesanales étnicos. -9 DE JUNIO



- Conversatorio “De la inspiración al producto artesanal étnico”- 17 DE JUNIO
- Conversatorio ¿Qué es lo esencial para tu grupo artesanal? - líderes de Warkhi, Estrella Einalli, Hilarte, Atane y Santa Rosa- 22 DE JULIO
- Charla- Fotografía en la Artesanía- 22 DE JULIO
- Charla “Tips para mejorar tus fotografías en el mundo digital”- 5 DE AGOSTO
- Charla sobre Introducción al trabajo en madera- 6 DE AGOSTO
- Retos y experiencias comerciales en tiempos de covid-19 - 12 DE AGOSTO
- Charla- Acabados naturales y sintéticos para madera- 13 DE AGOSTO
- Charla: Prototipado: "Experimentar, revisar y corregir" 19 DE AGOSTO
- Charla: Derechos de autor y registro de marca- 9 DE SEPTIEMBRE
- Conversatorio sobre Ferias Virtuales 2020- 16 DE SEPTIEMBRE
- Charla: La calidad en mi producto artesanal- 23 DE SEPTIEMBRE
- Voces Expoartesano - Franja “No Hay Otra Igual”- OCTUBRE
- Presupuesto y ahorro: El camino para crecer y mejorar la calidad de vida- 11 DE NOVIEMBRE
- Conversatorio Cartilla de simbología de los Pastos- 17 de noviembre
- AUTO-EVALUACIÓN- Mi emprendimiento Empresarial- 11 de diciembre
- Encuentro de saberes #1: un viaje a casa
- Encuentro de saberes #2: Pensando en colectivo
- Encuentro de saberes #3: ¿Cómo es nuestro cuerpo artesanal?

4. RESULTADOS GENERALES POR COMPONENTE

4.1. RESULTADOS COMPONENTE SOCIO-ORGANIZATIVO

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

Con ese contexto, desde el componente socio-organizativo se han presentado varios retos: [1] realizar procesos de manejo de emociones, reconociendo las circunstancias comunitarias y artesanales, especialmente con los líderes de los grupos que han tenido la responsabilidad de dar respuesta a las solicitudes de los demás artesanos y a raíz de ello



sienten una presión y carga más fuerte en la vigencia; [2] manejar las frustraciones de las proyecciones en el año, reorganizando las expectativas y crear un plan del oficio artesanal ajustado a las posibilidades semanales y mensuales; [3] motivar la participación artesanal, creando alternativas de comunicación grupal, de apropiación de las responsabilidades del grupo y de trabajo autónomo [4] generar alternativas en los procesos de liderazgo para que puedan delegar labores y varias personas en el grupo se empoderen [5] desde las experiencias en la vigencia, reconstruir las metas y objetivos comunes en el grupo [6] mantener los procesos de rescate cultural y transmisión de saberes, generando alternativas para lograrlo con el aislamiento preventivo y los cuidados comunitarios; [7] brindar herramientas de comunicación asertiva, tanto en el grupo teniendo en cuenta las formas de expresión de emociones, como hacia los asesores y clientes; [8] rearticular los grupos, revisando la proyección a futuro, los compromisos, responsabilidades individuales y colectivas; [9] realizar acciones que rescaten la esencia artesanal y su carácter único, como propuesta ante las dificultades presentadas en la estandarización de la producción para responder a las ferias virtuales; y [10] realizar Encuentros de Saberes, como espacios de aprendizaje, fortalecimiento, compartir y socialización entre grupos artesanales, adecuando las metodologías a la virtualidad y las posibilidades de conexión.

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

- **Identificación de necesidades y caracterización de los grupos:** desde el comienzo de la emergencia nacional, conociendo las medidas de aislamiento preventivo, se ha realizado una frecuente caracterización de los grupos y sus situaciones sanitarias, comunitarias y económicas. También se hizo un levantamiento de necesidades a nivel empresa. Además, se consolidaron las noticias de cada municipio, resguardo y comunidad étnica, por la importancia de conocer las medidas y decisiones legales y políticas que están permeando a los grupos. Con base en la información y caracterización detallada, se han acompañado las entregas de apoyos económicos y mercados.
- **Concertación de atención virtual:** al definir el acompañamiento virtual a los grupos artesanales seleccionados para atención integral y puntual, se concertó la participación en el programa, especialmente en las condiciones de virtualidad. Esto permitió la creación de acuerdos y compromisos por parte de líderes y artesanos. También se propusieron la meta de apropiar diferentes TICS para posibilitar este acompañamiento. Fue importante manejar las expectativas de los artesanos, puesto que se presentó en varios casos como la única posibilidad de apoyo artesanal.
- **Higiene y autocuidado:** antes de empezar cualquier acompañamiento, fue importante generar información clara y puntual sobre higiene y cuidado comunitario, con enfoque diferencial, creando apropiación y concientización, tanto en los grupos artesanales como en los asesores. Esto ha implicado una readecuación constante de las posibilidades de reunión, trabajo artesanal, asesorías, realización de tareas



y especialmente ajuste del acompañamiento acorde con los tiempos y circunstancias comunitarias.

- **Manejo de emociones:** ha sido fundamental hablar y hacer conscientes las emociones en los artesanos y artesanas, entenderlas y así acompañarlas, brindando herramientas para poder canalizarlas. En un inicio, se contempló como una actividad inicial para comenzar la atención en medio de la contingencia nacional, pero a medida que avanzan las actividades y surgen planes a futuro como las ferias artesanales, se ha convertido en una actividad frecuente, puesto que es fundamental tener en cuenta cómo están las personas emocional y psicológicamente.

Particularmente en el trimestre mes, los artesanos han sentido una fuerte presión, ansiedad y miedo por el compromiso de la producción y la posibilidad de comercialización en las ferias virtuales. Por ello, se han hecho reflexiones entre líderes, acompañamientos y contención con cada uno de ellos, reorganizando planes, compromisos y expectativas, visualizando las posibilidades de las ferias y reconociendo los aprendizajes que hasta el momento se han tenido.

- **Plan de Vida Artesanal:** esta ha sido otra de las actividades constantes con los grupos artesanales. Al comenzar la vigencia, cada uno de ellos tenía una proyección para el 2020 la cual cambió rotundamente. Al tiempo que se hizo manejo de la frustración, se empezaron a reorganizar las actividades de los grupos, acorde con las situaciones presentadas semanalmente. Desde el componente hicimos un cronograma artesanal para ajustar los planes a actividades a inmediato y corto plazo. Posterior a esa reorganización, se empezaron a ajustar los sueños artesanales, allí surgieron actividades a mediano y largo plazo y se acompañó la forma de organización de estas. En el último mes hemos estado reorganizando las actividades al plan de las ferias virtuales: qué debe realizarse, cómo debe realizarse, cuál es el proceso que implica y cómo se distribuye el tiempo para lograrlo.
- **Metas, objetivos y expectativas comunes:** en el momento en que cada artesano pasa el mayor tiempo en su casa, aislado, las reflexiones y actividades se hacen mucho más individuales, lo que generó en los grupos que cada integrante individualizara sus objetivos y expectativas artesanales. Ese proceso es fundamental, pero para rearticular los grupos fue necesario acompañar situaciones de socialización artesanal, en las cuales pudiesen consolidar objetivos y metas comunes, visualizándose a futuro y trazando un camino acorde con la realidad de cada comunidad. Desde allí se identificaron actividades por realizar encaminadas a la colectividad, responsabilidades conjuntas, delegados y la forma en que todo esto hace posible el fortalecimiento comunitario.
- **Roles y liderazgo:** los líderes de cada grupo artesanal se han convertido en los enlaces en territorio y al ser el único puente de comunicación, en la mayoría de los



casos, han adquirido una sobrecarga de labores y compromisos. Por ello, el mayor reto al liderazgo en esta vigencia es la importancia de “aprender a delegar”. Así, se han identificado en los grupos todos aquellos compromisos, quehaceres, responsabilidades y gestiones, y luego, de acuerdo con los talentos y fortalezas de cada integrante, se han transmitido las responsabilidades, motivando la participación y apropiación de la gestión organizativa.

- **Rescate cultural y transmisión de saberes:** por las dificultades en la comunicación e integración comunitaria, los procesos de rescate cultural tuvieron que readecuar sus formas de interacción con los mayores y los maestros. Sin embargo, esto ha sido fundamental, puesto que la sabiduría comunitaria también ha brindado herramientas y conocimientos sobre el cuidado, la protección, el manejo de emociones y medicina tradicional. Transversalmente, se han rescatado conocimientos sobre etnobotánica, recuerdos de prácticas e historias territoriales que han sido la inspiración para la creación artesanal. Con respecto a la transmisión de saberes, se articuló con los procesos de producción para las ferias virtuales.
- **Propuesta No hay otra igual:** los requisitos de las ferias virtuales y el comercio electrónico causaron un arduo trabajo y presión en los grupos artesanales, especialmente con la indicación de estandarizar la producción. Fue un proceso que en sí mismo iba en contra de las características artesanales, pero aun así los grupos asumieron el reto, lo intentaron una y otra vez. Hubo pérdidas de materia prima, jornadas intensivas de producción y conflictos en los grupos artesanales.

Para solucionar lo anterior, desde el equipo social surgió la idea de educar a los clientes que comprarían artesanías en las ferias comerciales, concientizando en ellos que las artesanías son hechas a mano, no son productos industriales, por lo cual cada pieza es única y no tiene otra exactamente igual. Así nació No hay otra igual, una iniciativa creada en conjunto con el componente de comunicaciones, que busca acercar los procesos artesanales a los compradores y que sus compras sean conscientes del carácter único de cada pieza. Con ello, bajar la presión en los grupos artesanales en la producción para ferias.

Se han realizado varias actividades en torno a dicha iniciativa: la primera de ellas fue una franja en la agenda cultural de Expoartesano: Voces. Allí, se expuso desde cada componente la unicidad de las artesanías. En segundo momento, se hizo una gran sensibilización con los artesanos, identificando qué pasó en sus procesos de producción y destacando cuáles son las características culturales, históricas y técnicas que hacen a cada pieza única e irrepetible. Con ello se construyeron 8 testimonios para difundir en los interesados en adquirir artesanías. En tercer lugar, se difundieron estos testimonios en diferentes canales de comunicación, convirtiéndose así en una de las formas de publicidad de Expoartesano. Por último, este ejercicio también permitió descargar a los líderes quienes tenían gran frustración por la estandarización de la producción. Se sensibilizó que aquellas



cosas que no se lograron estandarizar son la esencia artesanal, es lo que brilla en cada producto y es el legado de cada mano en ellos.

- **Conversatorios:** estos espacios virtuales se han convertido en la oportunidad de interacción entre líderes, en los que pueden compartir experiencias de liderazgo, retos en los grupos artesanales y sentimientos sobre sus responsabilidades especialmente en la virtualidad. Entre todos han creado alternativas, opciones y buenas prácticas que retroalimentan la gestión en esta vigencia.
- **Encuentros de saberes:** se organizaron 3 espacios virtuales, previos a Expoartesanías, que permitieron continuar con la tradición de compartir aprendizajes y conocimientos en esta feria. Desde el equipo social logramos adecuar metodológicamente los encuentros a la comunicación virtual y a la posibilidad de participación de los artesanos. En cada espacio estuvieron entre 10 y 12 líderes, quienes fueron distribuidos de acuerdo con las temáticas abordadas y su conocimiento o interés en estas. Las temáticas fueron [1] los contrastes entre prepararse y viajar a Expoartesanías presencial y el regreso a casa en el que este año nos enfrentamos a Expoartesanías virtual; [2] las experiencias de asociatividad y aprendizajes de los grupos que ya han pasado por procesos de formalización; y [3] los legados del año en los cuerpos de los líderes.

Estos encuentros tuvieron como resultado la socialización entre líderes, el compartir experiencias y aprender conjuntamente. También la posibilidad de hacer catarsis conjuntamente, ver las enseñanzas y logros del año, hablar sobre las expectativas que se tienen para Expoartesanías y disponer a todo el grupo para la feria.

- **Postulación a convocatorias:** diferentes entidades han creado convocatorias para financiar proyectos y brindar reconocimientos, especialmente MinCultura. Desde el componente socio-organizativo y de la mano con el componente comercial, se apoyó la postulación a la convocatoria de Estímulos 2020 y Comparte lo que Somos.
- **Reconocimientos artesanales:** para esta vigencia, fue importante gestionar el reconocimiento económico tanto a los maestros artesanos como a los líderes, debido al compromiso y la gestión permanente que han tenido con los grupos artesanales. Además, de la mano con el componente de comunicaciones, se generó también un apoyo a aquellos artesanos que han construido material audiovisual para publicidad, difusión de las estrategias de comunicación, difusión mediática y material pedagógico.
- **Creación del material pedagógico:** si bien desde el componente social ya se tenía una parrilla de talleres para el fortalecimiento con los grupos artesanales, tuvo que ajustarse a las necesidades y retos artesanales expuestos. Además, fue indispensable transformar las actividades a infografías, podcast y cartillas, como insumo para que los líderes puedan replicar la información en los integrantes de su



grupo. Este material pedagógico construido ha sido un gran logro de acompañamiento desde el componente, para que las comunidades puedan tener material de consulta y evidencias de su proceso de fortalecimiento y aprendizaje.

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

4.2. RESULTADOS COMPONENTE COMERCIAL

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

- **Plan de trabajo 2020:** Componente de comercialización y Emprendimiento

Con base en las circunstancias actuales, desde el componente de comercialización y emprendimiento se formuló un plan de trabajo ajustado para dar respuesta efectiva a las actividades de fortalecimiento con los grupos artesanales beneficiarios.

El componente formuló 3 ejes de trabajo con sus respectivas estrategias para su efectiva aplicación a corto, mediano y largo plazo.

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

El objetivo principal es generar oportunidades de negocio efectivas para los grupos artesanales beneficiarios del programa, que permitan generar mayores ingresos por la comercialización de sus artesanías.

Para el desarrollo de este eje, se plantearon las siguientes estrategias: Potencializar las oportunidades de compra ADC, Generar alianzas con plataformas de comercio electrónico, Impulsar la comercialización de sus productos a través de redes sociales e identificar clientes actuales y potenciales para la oferta de sus productos a nivel nacional.

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

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



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

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

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

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

- **Resultados Consolidados 2020**



Ilustración 3- Proyectado por el componente Comercial 2020³

- **Acompañamiento y asesoría virtual al artesano: Logros y resultados**

Durante la vigencia 2020, el componente realizó 182 asesorías en los ejes de formalización empresarial y comercialización, mercadeo y emprendimiento. Es necesario aclarar que

³ El valor de ventas en ferias virtuales reportado incluye los ingresos obtenidos en la participación comercial en Expoartesánias 2020 a corte 17 diciembre/20 y no incluye los resultados de la feria virtual Marketplace 2020 debido a que no se ha realizado.



dichas actividades se han realizado de forma digital a través de las herramientas de acceso más prácticas, fáciles y adecuadas para los grupos artesanales atendidos. Por ejemplo: WhatsApp, Zoom, Meet o llamada telefónica.

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

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

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

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

- **Contenido Digital Desarrollado:**

Para desarrollar las asesorías virtuales, desde el componente se emprendió una estrategia para el diseño de material pedagógico audiovisual que permitiera fortalecer los conceptos clave y las temáticas más complejas para los grupos artesanales. Este contenido se desarrolló por medio de guías pedagógicas, cartillas, serie de podcast, infografías, presentaciones entre otros elementos, con el fin de fortalecer el proceso de aprendizaje y a su vez, en una fuente de consulta permanente para facilitar la explicación de conceptos y aclarar dudas que surgen al momento de su aplicabilidad.

Dentro de los contenidos desarrollados se encuentra la “Guía de costos y precios”. La cual consiste en proponer una metodología para el cálculo de los precios de venta de los productos artesanales. Esta cartilla está estructurada para desarrollarse en 3 módulos: el primero se refiere a los costos de producción al momento de elaborar el producto artesanal. El segundo está relacionado con el margen de ganancia que le debo aplicar al producto artesanal y finalmente, el último módulo contiene 5 casos prácticos para que el artesano pueda realizarlos y practicar la metodología para calcular los costos y precios de sus productos.



Del mismo modo, para fortalecer el paso a paso que describe la cartilla se generó la producción de 4 audios formato podcast que acompañarán a la cartilla al momento de su lectura y desarrollo de las actividades de forma autónoma por el grupo artesanal.

Así mismo, en vista de que las oportunidades de negocio en estas circunstancias están volcadas al comercio electrónico, tiendas y vitrinas digitales, ferias y eventos virtuales, es evidente la necesidad de fortalecer las capacidades de negociación y el discurso de ventas de los grupos artesanales. Con base en esto, se desarrolló una infografía sobre los pasos para construir el discurso comercial con el propósito de fortalecer la narrativa comercial y las habilidades de expresión de los grupos artesanales atendidos por el programa.

Además, durante el trimestre de julio, agosto y septiembre el equipo técnico del componente desarrolló 6 materiales pedagógicos como apoyo al proceso de aprendizaje de forma virtual. Estos materiales están compuestos por 1 infografía orientada al ciclo de venta electrónica, 1 presentación sobre botones y medio de pagos electrónicos, 1 podcast de costos y precios, 3 podcast sobre formulación de proyectos y 1 presentación acerca del funcionamiento y partes de un Marketplace y/o feria virtual.

En síntesis, se produjeron 24 materiales pedagógicos que permitieron facilitar el proceso de aprendizaje de los diferentes grupos beneficiarios del programa. Entre dichos insumos se encuentran infografías, guías, cartillas, presentaciones y audios podcast que reforzaron el proceso de asistencia y asesoría realizada.

A continuación, se muestran algunos de los contenidos desarrollados para facilitar el proceso de aprendizaje:

Ilustración 5- Contenidos desarrollados por el componente comercial 2020

Ilustración 4-Contenidos desarrollados por el componente comercial 2020



C. COMERCIAL
MÓDULO COMERCIALIZACIÓN, MERCADERO Y EMPRENDIMIENTO

MEDIOS VIRTUALES DE PAGO

¿CUÁLES SON ESOS MEDIOS VIRTUALES DE PAGO?

- 1. Datáfono:**
Dispositivo que nos permite el cobro a clientes que desean pagar con tarjeta.
- 2. Billeteras Virtuales Apps De Pago:**
Aplicaciones que se usan desde el celular. Funcionan para hacer transacciones virtuales. Requieren conexión a datos y/o wifi.
- 3. Botones de Pago:**
Permiten realizar compras y pagos a través de internet sin necesidad de usar tarjetas de crédito.

¿PARA QUÉ SIRVEN?

- Reducen costos y tiempos.
- Permiten tener una disponibilidad inmediata del dinero.
- Son métodos de ahorro y organización de dinero.
- Ofrecen links de cobro que se pueden compartir por whatsapp, emails y redes sociales.

ETNIAS

C. COMERCIAL
MÓDULO COMERCIALIZACIÓN, MERCADERO Y EMPRENDIMIENTO

BOTONES DE PAGO

¿Qué beneficios tienen los Botones de Pago?

PSE

- Transacciones en tiempo real.
- Controles anti fraude (mayor seguridad en la transacción).
- Debita automáticamente de una cuenta bancaria.

PayU

- Creación como persona natural y/o empresa.
- Retiro del dinero de las ventas en cualquier momento.
- Posibilidad de 3 retiros GRATIS al mes.
- A partir del 4to retiro tendrá un costo de \$6.500 COP + IVA.

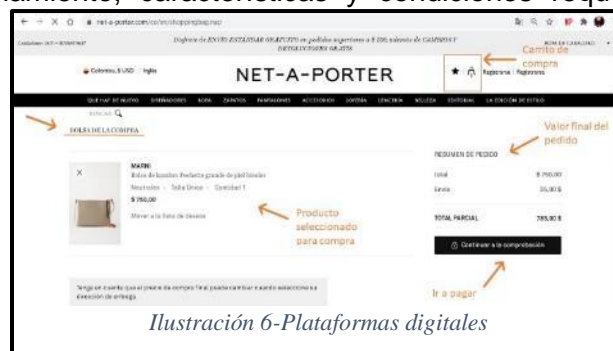
PayPal

- Seguridad y mantenimiento de los datos 24/7.
- Acceso a una gran cantidad de clientes al existir más de 230 millones de usuarios.
- No se pagan comisiones de apertura ni mensualidades.

ETNIAS

Como parte del acompañamiento de asesoría técnica desde el componente se construyeron 10 podcast apoyo a la guía de **Formulación de proyectos** con contenido como construcción de objetivos, manejo de un presupuesto, importancia del manejo de un cronograma de actividades claro para el proyecto, tips de presentación escrita y oral de proyecto, entre otros temas de interés para la construcción y presentación de proyectos de interés y necesidad del grupo artesanal a entidades públicas y privadas que puedan financiar y apoyar la ejecución. Este material pedagógico va de la mano de la Guía de formulación de proyectos que contiene conceptos y actividades relacionadas a la identificación de un problema y la formulación de proyecto dado por alternativas de solución que se aplica según cada contexto.

Del mismo modo, durante el mes de octubre se realizó una formación especializada sobre el concepto, funcionamiento, características y condiciones requeridas dentro de una





plataforma Marketplace para la promoción, divulgación y venta de productos; Esta actividad se desarrolló con el propósito de dar a conocer a los grupos beneficiarios del programa las ventajas y beneficios de la comercialización electrónica y el funcionamiento de eventos comerciales a través del uso de plataformas virtuales.

Durante la asesoría se abordaron algunos conceptos clave como el significado de un Marketplace, entendido como un "gran centro comercial virtual" donde clientes e interesados pueden disfrutar de una gran variedad de productos 24 horas al día y los 7 días de la semana. Sumado a esto, se tomó una plataforma de ejemplo que permitió mostrar la forma en que se exhibe el producto, la ficha técnica, la calidad y tipo de foto, el precio y la descripción detallada del producto. Además, se detalló el proceso transaccional que realiza el cliente por la plataforma para adquirir su producto, incluyendo el funcionamiento del carrito de compras, el pago a través de los botones digitales habilitados y el proceso de entrega de producto.

El anterior ejercicio permitió que los artesanos comprendieran la forma en que se desarrollarían los diferentes eventos comerciales como Expoartesano y Expoartesánías; así como el funcionamiento detallado de una plataforma de comercio electrónico.

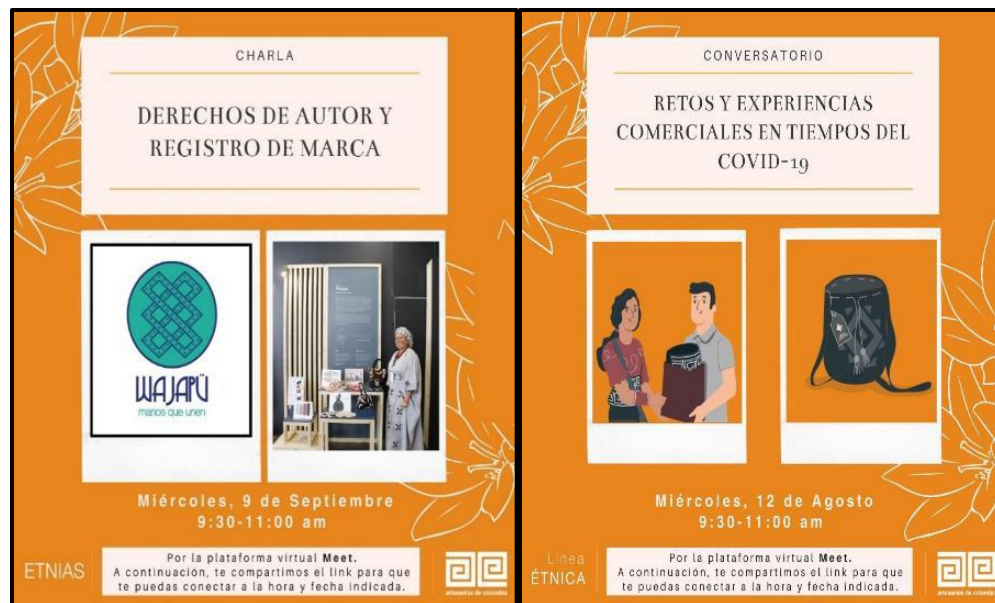


Ilustración 7- Conversatorios y charlas realizadas

Es necesario destacar, que durante el año se realizaron 3 conversatorios en los cuales se solicitó apoyo al componente de comunicaciones para generar las invitaciones respectivas. Así mismo, en el conversatorio sobre "retos y experiencias comerciales en tiempos del covid19" se sistematizó las reflexiones y conclusiones por medio de una infografía.



Ilustración 8- Resultados conversatorio-componente comercial

Adicionalmente, en el mes de noviembre se llevó a cabo el 3er conversatorio del componente comercial denominado “Presupuesto y Ahorro: El camino para crecer y mejorar la calidad de vida”; en este espacio se contó con la participación y apoyo del equipo de educación financiera de la subgerencia de desarrollo; Durante la charla se trabajaron algunos conceptos clave como el manejo de las finanzas personales y del proceso productivo, la capacidad de inversión y ahorro, el manejo de registros y la realización de presupuestos para fortalecer la autogestión del grupo artesanal.

- **Generar alianzas, negocios y oportunidades comerciales:** Logros y Resultados

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

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

Adicionalmente, en el último trimestre del año los grupos artesanales beneficiarios del programa realizaron la entrega de la colección “Orgullo Étnico” co-diseñada con el equipo de Diseño. Después de un proceso técnico y de revisión de calidad se estableció una compra por valor de **\$24.205.500** a 16 grupos. Además, a principios del mes de diciembre se gestionó una cuarta compra realizada con recursos de la subgerencia de desarrollo por valor de **\$2.005.000** beneficiando a 3 grupos adicionales. En síntesis, durante la presente vigencia se realizaron compras totales por valor de **\$65.490.500** beneficiando a 31 grupos que han participado o que actualmente están vinculados al programa.



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

Otro de los resultados en este componente, está relacionado con la postulación de los grupos artesanales a los eventos y ferias virtuales organizadas en las regiones por entidades locales como alcaldías municipales y cámaras de comercio. En este punto, se realizó la postulación de 3 grupos a la feria virtual organizada en el municipio de Paipa, Boyacá en el marco del “Festival de la Ruana, el Pañolón, la almojábana y el Amasijo “. En esta misma dirección, se realizó la postulación de 3 grupos artesanales del departamento del Cesar al evento virtual que está organizando la cámara de comercio de Valledupar y laboratorio Cesar a desarrollarse en el mes de Julio 2020.

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

Es importante resaltar, que durante los meses de agosto y septiembre se ha visto una tímida reactivación de las dinámicas comerciales de los grupos artesanales atendidos por el programa de forma integral y puntual. No obstante, se lograron facilitar negocios por un valor de \$37.736.250. Para el último trimestre del año, se lograron gestionar negocios por valor de \$14.915.000.

Con base en lo anterior, al corte del presente informe se han gestionado negocios por valor de **\$75.196.250** impactando a 9 grupos beneficiarios del programa.

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

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

Evento Comercial	Fecha – Evento	Número de grupos postulados financiados por el programa
Expoartesano 2020	29 octubre al 02 Nov	21
Expoartesanías 2020	07 al 24 diciembre	40



Feria propia virtual ADC	Última semana de diciembre	12
--------------------------	----------------------------	----

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

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

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

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

Cabe resaltar que este pedido fue entregado satisfactoriamente el 20 de noviembre con 104 botellas intervenidas por 15 artesanos del grupo Curarte; debido a los tiempos, a algunos retrasos administrativos y al cronograma de lanzamiento por parte del cliente, no se lograron terminar las 6 botellas restantes para completar la producción inicial de 110 botellas. Este proyecto incluyó una estrategia de comunicaciones para darle el reconocimiento a los artesanos.

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

- **Rueda de negocios 2020**

La rueda de negocios tuvo lugar desde el día miércoles 9 de diciembre de 2020 hasta el día viernes 11 de diciembre de 2020, en la cual se tuvo una participación de 22 países con un total de 623 empresas aprobadas, de igual manera se tuvo una participación de 18 grupos artesanos entre los cuales se encuentran: YARE OKAINA, MITES, WARKHI, ARTESANÍAS KOREGUAJE PAIREPA, CANASTO DE LA ABUNDANCIA, KANSUY, INUGA, IWOUYA, ARTE ANCESTRAL, ARTE MUTUMBAJOY, HILARTE, ARTE SHEMBASENG,



ARTESANAS CURARTE, SAN FRANCISCO, ASOCIACIÓN IUIAI WASI, JAIPONO, ARTESANÍAS BLASS, MUTECPYA.

• **Uso de la plataforma:**

A continuación, se mostrará el uso de la plataforma empleada para la rueda de negocios:

En primer lugar, se debe ingresar a la plataforma con el usuario y contraseña asignados para cada uno de los grupos artesanos anteriormente mencionados, como se puede observar a continuación.

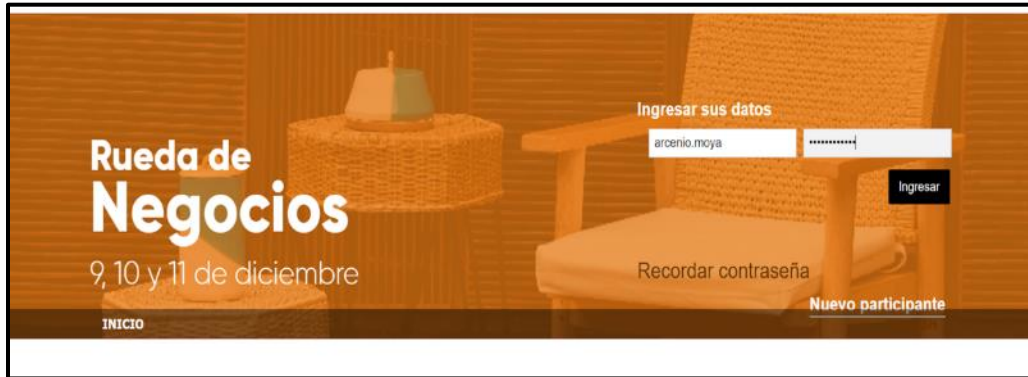


Ilustración 9-Plataforma empleada para rueda de negocios

Posteriormente en la sección perfil de mi empresa se puede encontrar la información de la empresa, así como la información de los productos y los catálogos de cada uno de los grupos artesanos.

En la sección citas y agenda se puede apreciar cada una de las citas que han sido programadas, así como la fecha y hora en la cual se llevarían a cabo dichas citas, de igual manera en esta sección se encuentra un enlace directo a la plataforma Webex por medio de la cual se llevarían a cabo cada una de las citas como se puede observar a continuación.

Fecha: 10 de Diciembre 2020

JORNADA 1	
07:00 AM - 07:45 AM	MESTIZOARTISANS ZURICH - SUIZA
08:00 AM - 08:45 AM	
09:00 AM - 09:45 AM	INDUSTRIAS CONALTEX SAS BOGOTA D.C. - COLOMBIA
10:00 AM - 10:45 AM	DECORAFIBRAS INTERNACIONAL S.A.S. BOGOTA D.C. - COLOMBIA
11:00 AM - 11:45 AM	CURATORIA BUENOS AIRES - ARGENTINA
12:00 PM - 12:45 PM	EZA Fairer Handel GmbH NEUMARKT - AUSTRIA

Ilustración 10-Rueda de Negocios Expoartesánías 2020



- **Resultados:**

Así mismo, se llevó un control en cuanto a las citas programadas con el fin de conocer a cuantas citas habían asistido tanto el grupo artesano como el cliente potencial, como se muestra a continuación en algunos casos no asistió el artesano y en otros casos no asistió el empresario, así mismo en algunos casos no asistió ninguna de las partes.

De igual manera, se estableció el número total de citas que fueron programadas para cada uno de los días establecidos para la rueda de negocios, así mismo se estableció el total de las citas en las cuales se tuvo asistencias, así como en las cuales no se tuvo asistencia ya sea por parte del artesano o el empresario.

En donde cabe mencionar, que para el día 9 de diciembre se tenían programadas un total de 42 citas en las cuales se tuvo una asistencia de 31 de estas, cabe destacar que en 4 de estas no se tuvo asistencia por parte del artesano, 6 citas en las cuales no se tuvo asistencia por parte del empresario y 1 en la cual no hubo asistencia de ninguna de las partes.

De igual manera para el día 10 de diciembre se programó un total de 33 citas de las cuales se obtuvo una asistencia de 20, de igual manera en 1 no se obtuvo asistencia por parte del artesano, en 10 citas no se obtuvo asistencia por parte del empresario y en 2 de las citas programadas no asistió ninguna de las partes.

Así mismo, para el día 11 de diciembre se programaron un total de 29 citas de las cuales se obtuvo una asistencia de 15 citas, de igual manera en 2 citas no asistió el artesano y en 11 citas no se obtuvo asistencia por parte del empresario, de igual forma en 1 cita no se tuvo asistencia por ninguna de las partes.

En síntesis, durante los tres días correspondientes a la rueda de negocios se contó con un total de 104 citas programadas, en donde se obtuvo una participación de 45 empresarios, entre los cuales se encuentran 32 de Colombia, 1 de Holanda, 1 de Suiza, 1 de Argentina, 1 de Austria, 1 de Bélgica, 2 de Estados Unidos, 1 de España, 2 de Canadá, 1 República Dominicana y 2 de Francia.

- **Observaciones de la plataforma por parte de los grupos artesanos:**

De acuerdo a los grupos artesanos se puede establecer que la plataforma es considerada como una herramienta de gran utilidad puesto que podían hablar y conocer al empresario interesado en los diferentes productos ofrecidos, así como llegar a establecer un proceso para posibles negociaciones con los empresarios, de igual manera los grupos establecen que se tuvo un constante apoyo en cuanto al uso de la plataforma lo cual les facilitó el uso de la misma.

Por otra parte, en algunos grupos artesanos como ARTE ANCESTRAL, MUTECYPA y ARTE MUTUMBAJOY no se obtuvo una gran aceptación de la plataforma puesto que en



varias de las citas los empresarios no asistieron y no pudieron llegar a ninguna negociación con los empresarios con los cuales se tuvieron citas.

- **Negociaciones:**

Cabe mencionar en cuanto a las negociaciones que en el caso de grupos artesanos como MUTECYPA, WARKHI, MITES, INUGA, ARTE ANCESTRAL, ARTE SHEMBASENG, MUTUMBAJOY y CANASTO DE LA ABUNDANCIA hasta la fecha no se han obtenido negociaciones con los respectivos empresarios con los cuales se sostuvo reuniones.

Cabe mencionar que a la fecha en el caso de grupos artesanos como ARTESANÍAS KOREGUAJE PAIREPA, ARTESANÍAS BLASS, YARE OKAINA, KANSUY, IWOUYA, HILARTE, SAN FRANCISCO, ASOCIACIÓN IUIAI WASI, JAIPONO se encuentran en proceso de negociación con los diferentes empresarios, aunque a la fecha no se ha concretado un negocio entre el artesano y el empresario.

En síntesis, al corte del presente informe, las ventas de los grupos beneficiarios del programa en la 1ra versión digital de Expoartesánías son por valor de **\$24.294.000⁴**.



Ilustración 11- Resultado parcial de ventas Expoartesánías 2020

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

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

⁴ Dato parcial, a la espera de los reportes finales de ventas.



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

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

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

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

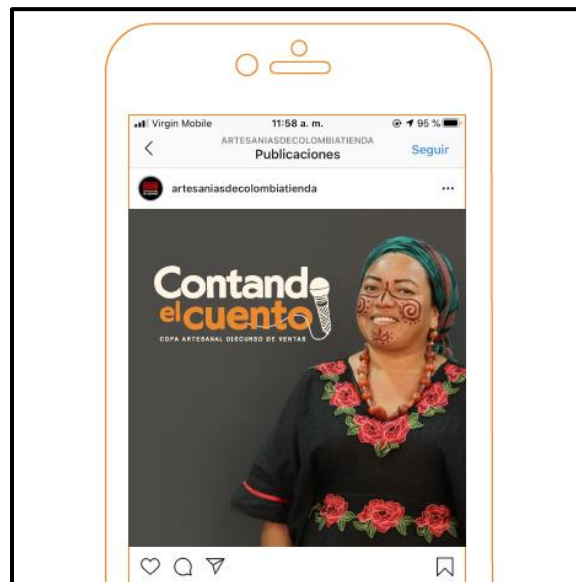


Ilustración 12-1ra versión de la copa artesanal – discurso de ventas “Contando el cuento”

Es una iniciativa que contó con la participación de 46 grupos artesanales divididos en 2 categorías: tradicional y étnica. El concurso tuvo 4 fases y por cada etapa jurados internos y externos que evaluaron la capacidad comercial de los grupos participantes para presentar un discurso de ventas claro, conciso y efectivo, cada prueba tenía un enfoque específico y de esta manera se pensó en los perfiles de los jurados que las evaluarían.

Cabe resaltar que uno de los aspectos relevantes de esta propuesta, está relacionada con la integración de los diferentes programas que tiene la entidad, ya que todos seleccionaron sus mejores grupos para conformar la lista total de participantes.



Adicionalmente, el concurso premio los 4 primeros puestos de cada categoría por medio de un incentivo de compra de producto de las tiendas de Artesanías de Colombia.

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

En la **1RA fase** o preclasificación la prueba consistió en un video de 2 minutos de duración donde se presentaron y contaron su historia, de donde provenían, donde contactarlos y su oferta de productos; después de dos jornadas de evaluación con nuestros jurados internos, pasaron a la 2DA fase los 16 grupos de cada categoría con las calificaciones más altas.

2DA fase, la prueba consistió en una llamada de un cliente “incógnito” con un perfil incómodo que se le hizo al líder artesanal del grupo clasificado, para así analizar la capacidad y respuesta comercial de este, está llamada se graba y posteriormente se califica en una jornada de evaluación con 3 jurados externos, pasaron a la 3RA fase los 8 grupos de cada categoría con las calificaciones más altas.

3RA fase, en esta se les pide a los grupos volver a grabar un video reafirmando su discurso de ventas esta vez mostrándonos una vitrina como escenario en la que pusieron a prueba sus habilidades a la hora de montaje y exhibición, después de la jornada de evaluación pasaron a la Gran Final los 4 grupos de cada categoría con las calificaciones más altas.

La **Gran Final** , fue un evento por todo lo alto se realizó en vivo por la plataforma ZOOM , en esta última prueba se les pidió a los grupos un video de máximo 3 minutos, donde nos enamorarán con su discurso, notamos el gran crecimiento de los que llegaron a esta etapa final en comparación con el video de la 1RA fase , fue una sesión emocionante ya que ellos mismos fueron los que presentaron su grupo y su prueba ante el jurado y el público asistente, la calificación estaba a cargo un 70% de los jurados y un 30% del público, ¡esta fue en vivo!, también tuvimos franjas culturales a cargo del grupo musical “Luar Kawsay” , pertenecientes al grupo artesanal Curarte de Sibundoy Putumayo.

A continuación, vamos a ver los podios campeones de la categoría Étnica y de la Tradicional de la **1RA versión** de la Copa del discurso artesanal “**Contando el cuento**”



Ilustración 13-campeones de la categoría Étnica y de la Tradicional de la 1RA versión



Ilustración 14- campeones de la categoría Étnica y de la Tradicional de la IRA versión

4.3. AVANCE COMPONENTE DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN

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

En la vigencia 2020, desde el componente de diseño y producción se desarrollaron acciones para la implementación de un plan trabajo que diera respuesta a la contingencia nacional generada por el Coronavirus y que permitiera seguir fortaleciendo a los grupos artesanales en sus dinámicas productivas y en el desarrollo de producto. Este plan de trabajo contemplo acciones a corto, mediano y largo plazo. El actual informe da cuenta de las acciones desarrolladas por el componente de diseño y producción para la vigencia 2020 en el marco de la estrategia de atención virtual de la entidad.

El equipo de trabajo del componente de diseño y producción para la vigencia 2020 fue el siguiente:

ASESOR	CARGO
IVÁN CAMILO RODRÍGUEZ	DISEÑADOR LÍDER
ANNY ZAMBRANO	ASESORA EN DISEÑO Y ENCARGADA DE LA PARTE DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO
ANGÉLICA GONZÁLEZ	ASESORA EN DISEÑO
WILMER LÓPEZ	ASESOR EN DISEÑO Y APOYO
VERÓNICA SANTAMARIA	ASESORA PASANTE EN DISEÑO

4.3.1. Acciones generales del componente

- **Acciones iniciales y a corto plazo**



La primera acción desarrollada desde el componente de diseño consiste en la focalización de los grupos y la identificación de las capacidades y el alcance de trabajo que se puede establecer con cada uno de los grupos. Una vez focalizados los grupos artesanales, se inició con cada uno de ellos con un ejercicio de autodiagnóstico en donde los grupos se autoevalúan en varios de los ejes principales de trabajo del componente con el fin de poder establecer un panorama de cómo se encuentra el grupo en el momento de iniciar el trabajo de fortalecimiento y acompañamiento del componente.

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

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

• **Acciones de fortalecimiento**

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

- Historia e identidad en el producto.
- Manejo del color.
- Construcción de paleta de color.
- Construcción de catálogo de color.
- Registro fotográfico.
- Línea de producto.
- Producto emblemático
- Producto souvenir.
- Colaboraciones creativas y desarrollo de producto especializado.
- Etapas del proceso de diseño.
- Guía de empaques embalajes.
- Etapas y criterios de Calidad
- Desarrollo de prototipos
- Construcción de planes de producción



- Seguimiento a producción
- Proceso de diseño.



Ilustración 15- Material pedagógico Desarrollado

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

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



Ilustración 16- Charlas Desarrolladas por el componente de Diseño

• **Diseño, desarrollo de producto y compra institucional de producto**

El equipo de diseño genero un proceso de co-creación bajo para la vigencia 2020 con 15 grupos beneficiarios del programa orientado al desarrollo de producto que responda a las



necesidades del mercado actual y que permita generar nuevas propuestas de diseño que lleven a los grupos artesanales del programa a enriquecer su oferta en el mercado con productos diferenciados, cargados de identidad e inspirados en referentes propios de cada comunidad. Estos nuevos productos buscan que el artesano pueda diferenciarse en el mercado por medio de elementos que le permitan ser competitivos e innovadores, sin perder la esencia de sus culturas. Para la vigencia 2020 la colección desarrollada se trabajó bajo el concepto de “Orgullo étnico”, el cual se define de la siguiente manera:

“En nuestra sociedad, hoy vemos como el ser humano está cada vez más saturado por realidades sofisticadas y complejas. El impacto sobre el medio ambiente, los desafíos económicos y los conflictos políticos y sociales nos obligan a replantear la senda que estamos recorriendo para recuperar la esencia de lo que somos. Por ello, debemos volver la mirada hacia nuestras raíces, honrando aquellas culturas étnicas que, a través de sus prácticas culturales, exaltan el placer de los sentidos por medio de sus saberes ancestrales conectándolos con la compleja sencillez de la naturaleza, el respeto a lo sagrado y el calor de la vida en comunidad.

“Orgullo Étnico” nos invita a descubrir por medio de la artesanía un universo de saberes tradicionales que nos evocan elementos de la naturaleza en armonía con prácticas culturales y rituales, invitándonos a reevaluar nuestras necesidades frente a los valores sencillos y esenciales de la vida. Entre texturas, formas, colores, símbolos y oficios se entreteje la historia de una humanidad que busca el retorno a una conexión con lo esencial.”



Ilustración 17- Charla Orgullo étnico

Este ejercicio de co-creación permitió el diseño de 48 líneas de producto y 204 referencias de producto nuevas y aprobadas en comité de diseño con gerencia.

Estos diseños pasaron por una fase de desarrollo de prototipos por parte de los grupos beneficiarios de acuerdo a sus capacidades productivas del momento, hasta llegar a unas fases de producción orientadas a los espacios comerciales digitales planteados por la entidad. En el marco de estos espacios se orientaron los nuevos diseños a las producciones propias de cada grupo, al igual que se realizó un ejercicio de curaduría y selección de 57 referencias para compra de producto de la colección Nacional de la entidad. Para la compra



de estas 57 referencias se estableció una pequeña producción para cada una de estas referencias, estableciendo así la compra de 171 unidades de producto para una inversión total de **\$24.205.500** en compra de producto. A continuación, se presenta un cuadro con el balance de la compra de producto por grupo artesanal:

Grupo artesanal	DEPARTAMENTO	Número de referencias compradas	Número de unidades de producto compradas	Valor total de la compra
CURARTE	Putumayo	5	6	\$2.520.000
TALLER KOREGUAJE	Caquetá	5	15	\$1.185.000
AVIMAQ	Vaupés	3	8	\$1.220.000
NARAKAJMANTA	Magdalena	3	12	\$1.080.000
KANSUY	Cauca	2	8	\$1.440.000
STA. ROSA	La Guajira	4	16	\$1.040.000
A ESTRELLA	La Guajira	4	4	\$5.200.000
ARTESANÍAS BLAS	Sucre	4	20	\$812.500
ASOARCHI	Cesar	1	3	\$525.000
MITES	Bogotá	6	18	\$1.770.000
WARKHI	Bogotá	6	11	\$2.040.000
MARDUE	Casanare	5	25	\$1.325.000
OKAINA	Amazonas	2	6	\$792.000
INUGA	Cesar	3	9	\$1.080.000
HILARTE	Nariño	2	8	\$736.000
DORIS JAJJOY	Nariño	1	2	\$1.440.000
TOTAL		57	171	\$ 24.205.500

Por otro lado, de manera articulada con el programa de laboratorios de innovación y diseño se realizó la curaduría y selección de producto para una compra institucional a 3 grupos beneficiarios del programa. Los productos adquiridos en esta compra eran parte de las producciones de estos grupos para los eventos comerciales de Expoartesano y Feria Virtual de Market Place. A continuación, se presenta un cuadro con el balance de la compra realizada a estos grupos:

Grupo artesanal	DEPARTAMENTO	Número de referencias compradas	Número de unidades de producto compradas	Valor total de la compra
-----------------	--------------	---------------------------------	--	--------------------------



ARTESANÍAS BLAS	Sucre	2	13	\$495.000
ARTE SHEMBAENG	Putumayo	3	6	\$960.000
DAH FIWI	San Andrés	2	10	\$550.000
TOTAL		7	29	\$ 2.005.000

- **Producción y participación comercial**

Con el fin de dar respuesta a la participación comercial de los grupos beneficiarios del programa en las diferentes plataformas comerciales virtuales desarrolladas por la entidad en la vigencia 2020, el equipo de diseño y producción garantizó la selección y curaduría de los productos de los grupos beneficiarios para su participación en los eventos, al igual que la formulación y el seguimiento de los planes de producción de estos grupos, establecidos de acuerdo a la capacidad de producción de los grupos y el potencial comercial de los eventos en los cuales participaron. El detalle de estos acompañamientos y apoyos realizados por el equipo de diseño del programa se verán más adelante.

- **Levantamiento de registro fotográfico**

El equipo del componente de diseño apoyo en las sesiones de levantamiento del registro fotográfico de producto del programa para el catálogo institucional de la entidad.



Ilustración 18-apoyo en las sesiones de levantamiento del registro

- **Encadenamientos y proyectos especiales**

Desde el componente de diseño se acompañaron y articularon acciones de apoyo con proyectos especiales en los cuales los artesanos tuvieron la oportunidad de participar. Por un lado, se brindó apoyo al programa de Arte Vivo en donde algunos de los artesanos beneficiarios pudieron generar procesos de colaboración con algunos de los artistas del programa de Arte Vivo. Este acompañamiento consistió en facilitar la articulación entre los artistas y los artesanos y buscando promover espacios de intercambio y colaboración sin jerarquías y en donde se exalte la identidad y el saber de los artesanos sin comprometer elementos culturales que no se puedan utilizar en estos procesos de colaboración.



Por otro lado, se apoyó desde el componente en el desarrollo de proyectos específicos en los cuales algunos de los grupos del programa han tenido la oportunidad de participar. En particular en dos proyectos especiales con las marcas Arkitect y Diageo. Par el caso de Arkitect en una colaboración entre el grupo de Asoarchi en Chimichagua Cesar para el desarrollo de unos paneles arquitectónicos.



Ilustración 19- Apoyo proyecto especial Arkitect

Por el otro lado con la marca Diageo se trata de una colaboración con el grupo de artesanos Curarte en Sibundoy Putumayo para el desarrollo de unas botellas de la marca Johny Walker, las cuales son intervenidas por los artesanos para una edición especial.



Ilustración 20- Apoyo proyecto Diageo

Esta colaboración se materializó en el desarrollo de 104 botellas enchapadas en chaquiras trabajadas por el grupo de artesanos para la marca Diageo y Johnnie Walker.

- **Fortalecimiento Productivo: Herramientas, insumos y Materias primas**

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



sido beneficiarios en vigencias pasadas de apoyos específicos del programa y no requieren este tipo de implementación.

Durante los primeros meses dada la focalización inicial a trabajar por el programa en ese primer semestre, se orientó el fortalecimiento productivo para 11 grupos inicialmente, que fueron evaluados bajo el criterio de necesidades de fortalecimiento en materia prima como lana e hilo acrílico y las necesidades a nivel de procesos productivos como insumos para tintes y herramientas. Dada el nuevo panorama que enfrenta el país, se proyectó ampliar los procesos de fortalecimiento productivo para 17 grupos adicionales, incluyendo procesos de compra de materia prima en zona, revisando precio-beneficio y disponibilidad de estas materias primas. Dando un total de 28 grupos focalizados para el fortalecimiento productivo.

En total el presupuesto asignado para estos procesos de fortalecimiento e implementación técnica fue de **\$ 65.061.779 los** cuales fueron distribuidos de la siguiente forma:

- Lana \$3.069.500
- Tintes por \$3.358.088
- Herramientas según cada oficio por \$15.791.661
- Insumos según cada oficio por \$6.189.200
- Chaquiras por \$14.630.000
- Materia prima en zona según los requerimientos de cada oficio por \$22.023.330.

Para esto, se realizó un trabajo de recolección de la información tanto para las necesidades productivas de cada comunidad como los documentos necesarios para los procesos contractuales desde Artesanías de Colombia S.A con los proveedores.

A continuación, se presenta el detalle de la inversión por grupo y el tipo de implementación realizada.

	GRUPO ARTESANAL	ETNIA	DEPARTAMENTO	ATENCIÓN	LANA	INSUMOS	CHAQUIRAS	TINTES	HERRAMIENTAS	MATERIA PRIMA EN ZONA	TOTAL
1	HILARTE	PASTOS	NARIÑO	INTEGRAL	\$ 1.119.000					\$ 1.008.000	\$ 2.127.000
2	INUGA	ARHUACOS	CESAR	INTEGRAL						\$ 2.032.000	\$ 2.032.000
3	ATANE	EPERARA SIAPIDARA	CAUCA	INTEGRAL				\$ 1.477.819	\$ 1.483.395	\$ 3.000.000	\$ 5.961.214
4	TALLER KOREGUAJE	KOREGUAJE	CAQUETÁ	INTEGRAL					\$ 2.461.325	\$ 3.000.000	\$ 5.461.325
5	WARKHI	WOUNAAN	BOGOTÁ	INTEGRAL						\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
6	MITES	EPERARA SIAPIDARA	BOGOTÁ	INTEGRAL				\$ 1.880.269		\$ 3.000.000	\$ 4.880.269
7	KANSUY	MISAK	CAUCA	INTEGRAL	\$ 1.630.500		\$ 990.000				\$ 2.620.500
8	PRO RROM	RROM	BOGOTÁ	PUNTUAL					\$ 1.647.537		\$ 1.647.537
9	MARDUE	WAMONAE	CASANARE	PUNTUAL						\$ 2.004.000	\$ 2.004.000
10	ARTESANIAS BLAS	AFRO	SUCRE	PUNTUAL						\$ 2.004.330	\$ 2.004.330
11	SHEMBASENG	KAMENSA	PUTUMAYO	PUNTUAL		\$ 505.600	\$ 1.320.000				\$ 1.825.600
12	DAH FIWI	RAIZAL	SAN ANDRÉS	PUNTUAL		\$ 2.160.000					\$ 2.160.000
13	CURARTE	KAMENSA	PUTUMAYO	PUNTUAL			\$ 880.000				\$ 880.000
14	PALENQUE	PALENQUE	BOLÍVAR	PUNTUAL					\$ 1.616.692		\$ 1.616.692



15	MORICHITO	WAMONAE	CASANARE	PUNTUAL					\$ 1.975.000	\$ 1.975.000	
16	BARRIO MATEO	SICUANI	VICHADA	PUNTUAL					\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	
17	KURMA KAI	EMBERA CHAMI	RISARALDA	PUNTUAL	\$ 505.600	\$ 1.320.000				\$ 1.825.600	
18	WERAKAU	EMBERA CHAMI	RISARALDA	PUNTUAL	\$ 505.600	\$ 1.320.000				\$ 1.825.600	
19	SIRINDANGO	INGA	PUTUMAYO	PUNTUAL	\$ 502.000	\$ 1.320.000				\$ 1.822.000	
20	SAN FRANCISCO	EMBERA CHAMI	PUTUMAYO	PUNTUAL	\$ 505.600	\$ 1.320.000				\$ 1.825.600	
21	JAIPONO	EMBERA CHAMI	RISARALDA	PUNTUAL	\$ 505.600	\$ 1.320.000				\$ 1.825.600	
22	CARLOS MUTUMBAJOY	KAMENTSÁ	NARIÑO	PUNTUAL		\$ 1.320.000				\$ 1.320.000	
23	DORIS JAJÓY	KAMENTSÁ	NARIÑO	PUNTUAL	\$ 505.600	\$ 1.210.000				\$ 1.715.600	
24	NABERAJUA	EMBERA CHAMI	RISARALDA	PUNTUAL	\$ 493.600	\$ 1.320.000				\$ 1.813.600	
25	ALPA MAMA	INGA KAMENTSÁ	PUTUMAYO	PUNTUAL		\$ 990.000				\$ 990.000	
26	TAPURUCUARÁ	CUBEO	VAUPÉS	PUNTUAL				\$ 3.333.609		\$ 3.333.609	
27	LA ASUNCIÓN		GUAVIARE	PUNTUAL				\$ 1.999.515		\$ 1.999.515	
28	JIW		GUAVIARE	PUNTUAL				\$ 1.067.998		\$ 1.067.998	
TOTAL, IVA INCLUIDO					\$ 2.749.500	\$ 6.189.200	\$ 14.630.000	\$ 3.358.088	\$ 13.610.071	\$ 22.023.330	\$ 62.560.189
TRANSPORTE					\$ 320.000				\$ 2.181.590		\$ 2.501.590
TOTAL					\$ 3.069.500				\$ 15.791.661		\$ 65.061.779

Parte del proceso de implementación consistió en el seguimiento de la entrega de todos los elementos y el levantamiento de las actas de entrega con cada uno de los grupos.

Adicional, gracias al trabajo articulado con el área de Cooperación Internacional de la entidad, fue posible gestionar la entrega de Hilos acrílicos para algunos de los grupos beneficiarios al igual que la entrega de algunos Kits de bioseguridad que buscan dar respuesta a la emergencia sanitaria por la cual se atraviesa y garantizar que los protocolos de bioseguridad se cumplan en los talleres artesanales y las unidades productivas.

A continuación, se presentan los apoyos en hilos acrílicos que se lograron en esta articulación y que beneficiaron a 4 grupos artesanales que trabajan con esta materia prima:

	GRUPO ARTESANAL	ÉTNIA	DEPARTAMENTO	CANTIDAD HILOS EN KILOS
1	HILARTE	LOS PASTOS	PASTO	35
2	KAI SIAA	WAYUU	GUAJIRA	71
3	LA ESTRELLA EINALLI	WAYUU	GUAJIRA	50
4	IWOUYA	WAYUU	GUAJIRA	50
TOTAL				206

De igual manera se adjunta el siguiente cuadro de reporte de los 16 grupos que recibieron apoyos en elementos de Bioseguridad por parte del área de Cooperación Internacional:

GRUPO ARTESANAL	ETNIA	DEPARTAMENTO
-----------------	-------	--------------



1	Warkhi	Wounaan	Bogotá
2	Mites	Eperara Siapidara	Bogotá
3	Taller RROM	RROM	Bogotá
4	Tejedoras de Mampujan	Afro	Bolívar
5	Taller Koreguaje	Koreguaje	Caquetá
6	Mardue	Wamonae	Casanare
7	Atane	Eperara Siapidara	Cauca
8	Kansuy	Misak	Cauca
9	Inuga	Arhuaco	Cesar
10	Kai Siaa	Wayuu	Guajira
11	La Estrella	Wayuu	Guajira
12	Hilarte	Pastos	Nariño
13	Dah Fiwi	Raizal	San Andrés
14	Artesanías Blas	Afro	Sucre
15	Ardehigue	Afro	Sucre
16	Barrio mateo	Sikuani	Vichada

La distribución y entrega de estos elementos estuvo a cargo del equipo de Cooperación Internacional de la entidad.

4.4. AVANCE COMPONENTE DE COMUNICACIONES

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

Bajo la coyuntura actual se replanteó la estrategia de comunicación a una estrategia de virtualización, en la que se da un acercamiento a los grupos de manera virtual y se le brinda asesorías a distancia. Para ello el componente ha hecho un trabajo transversal para construir todo el material visual, audiovisual y sonoro para poder acompañar a los grupos artesanales a distancia. Todo este material, como un gesto de cercanía, se les ha entregado a las comunidades de atención integral y puntual.

Desde el componente se elaboraron infografías por cada componente para facilitarles a los asesores que ellos mismo pudiesen construir material puntual en el marco de sus asesorías. Además de un asesoramiento para la elaboración de los contenidos que fueran a realizar en formato de audio (podcast), gráfico (cartillas virtuales) y audiovisual (videos y cartillas



audiovisuales). Luego de los tips para su planteamiento y una vez estuviera desarrollados, desde el componente, se diagramaron todos estos materiales para que fueran más a menos, comprensibles y guardaran la línea gráfica del programa y la institución.

Se ha desarrollado, además, un trabajo minucioso para la divulgación de los grupos en el marco de las ferias virtuales que ha desarrollado la entidad, buscando apoyar a la comercialización de los grupos que han participado. Para ello desde el componente y de la mano del componente socio-organizativo se han desarrollado estrategias como “No hay otra igual”, clips que procuran en vos de los artesanos hacer un llamado a la concientización de la unicidad de la pieza artesanal y ser una invitación a la compra; así como otras estrategias de divulgación institucional como programas audiovisuales como VOCES o LA TROJA.

A continuación, enlistaremos las piezas que se han editado y diagramado como parte de la estrategia de virtualización.

- Diagnóstico:
 - Tiempos extensos para realización de material
 - Saturación de contenido
 - Confusión en los lineamientos de construcción
 - Ausencia de espacio de almacenamiento y acceso a material
 - Ausencia de plataforma para fines formativos
- Ilustraciones: 131 de personajes y 50 de productos.
 - Redibujo y adaptación de ilustraciones
 - Temáticas y colores de acuerdo a componentes
 - Créditos en ilustraciones



Ilustración 21- Ilustraciones componente de comunicaciones

- Infografías: banco con 400 íconos y 4 plantillas por componente.
 - Plantilla para construcción de Infografías por componente y categoría
 - Lineamientos
 - Ilustraciones de acuerdo a temática
 - Banco de iconos



- Cartillas: 7
 - 3 cartillas para diseño: Empaques, calidad, proceso de diseño
 - 1 cartilla para comercial: Costeo
 - 2 cartillas de exhibición: Vitrinismo
 - 1 cartilla de transversal: Formulación de Proyectos
- Lineamientos para comunicación visual
 - Logo
 - Uso de logo
 - Comunicación externa
 - Comunicación interna y asesorías
 - Manual de imagen

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

Buscando la cercanía a los grupos se crearon unos KITS con algunos de los contenidos desarrollados en el marco de la estrategia de virtualización como material pedagógico, con el fin de entregárselo a los grupos artesanales vinculados al programa de manera integral y puntual. Este kit contenía las cartillas de Talentos del componente Social, la de Costos y Precios de Comercial y la de Calidad de Diseño, así como una USB de 16GB con estas cartillas además de la de Redes Sociales del componente de Comunicación y las Memorias 2019, un calendario 2021 y unos mensajes “De Artesano a Artesano”. La caja además tenía impreso un mensaje de ánimo a razón del año tan complejo que todos han vivido.



Ilustración 22- Kit entregado a los grupos artesanales



Otra de las entregas directas a las comunidades ha sido los elementos que desde la Fundación Solidaridad por Colombia han dado a las comunidades: hilos, kits de bioseguridad, mercados y Tablet. A raíz de una encuesta a los líderes de los grupos se identificaron estos elementos como las principales necesidades de las comunidades para poder continuar con sus actividades artesanales. Desde el componente se hizo todo el levantamiento y sistematización de información para la entrega de las Tablet a los grupos artesanales vinculados al programa que cumplieran con los requisitos de conectividad exigidos para la entrega de este insumo tecnológico.

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

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

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

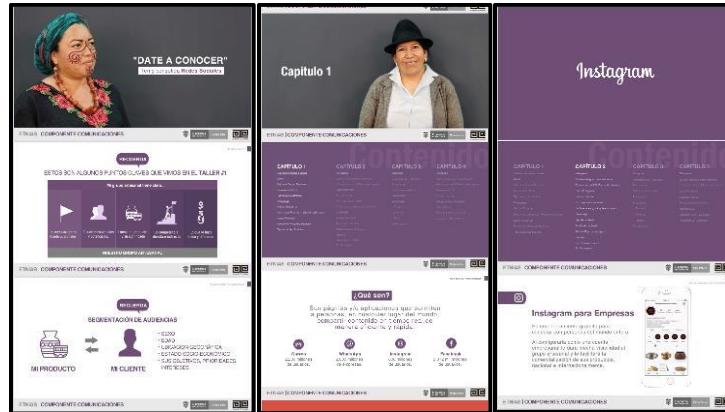
1	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
2	INTRODUCCIÓN REDES SOCIALES
3	WHATSAPP BUSINESS
4	BOTONES INSTAGRAM
5	PLAN DE ACCIÓN
6	EJES DE CONTENIDO
7	PARRILLA DE CONTENIDOS 1
8	PARRILLA DE CONTENIDOS 2
9	CANVA 1
10	CANVA 2
11	CANVA Y PLAN DE CONTENIDOS
12	SEGUIMIENTO - SUBIR CONTENIDO
13	HERRAMIENTAS DE INSTAGRAM
14	INSTAGRAM: PAUTAS
15	INSTAGRAM: ESTADÍSTICAS
16	PLATAFORMA FACEBOOK
17	FUNCIONES FACEBOOK
18	FACEBOOK: PAUTAS Y ESTADÍSTICAS

Ilustración 23-Asesorías del componente de comunicaciones

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



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



De igual manera, desde el componente, se incentivó la visibilización de la mayor cantidad de grupos étnicos y de sus prácticas artesanales. Por lo cual se han adelantado gestiones, de la mano de otras áreas de la institución, para hacer una gestión free press y darles visibilidad mediática a las voces de los artesanos. Es por ello que se han levantado testimonios, videos y audios para la campaña que se estructuró con este fin #ArtesanoEstamosContigo. El componente considera estas acciones como una estrategia puntual de atención.

En esta misma línea se apoyó en la edición de los videos para la convocatoria del Ministerio de Cultura, Comparte los que Somos, de los grupos que se postularon para el programa: Taller Koreguaje, Taller Kai Siia, Inuga, Naberajua, Atane, Iparu, Asoarchi, Kansuy y Mutecypa.



Ilustración 24-videos para la convocatoria del Ministerio de Cultura, Comparte los que Somos



Por otro lado, y de la mano del componente social se adelantó una estrategia de clips llamado “No hay Otra Igual”, que buscaba en el marco de las ferias virtuales- darles visibilidad a los grupos y generar una concientización en los clientes potenciales sobre la unidad de las piezas artesanales. Se realizaron 9 videos de la mano de los artesanos líderes de sus grupos artesanales: Dah Fiwi, Curarte, Palenque, Hajsú, Santa Rosa, Hilarte, Jaipono, Mutecypa e Inuga.

“No hay Otra Igual”, es una propuesta que nace de la mano del componente social para darle visibilidad a los grupos artesanales en el marco de la feria y así ayudar en la activación comercial, pero, sobre todo, como una estrategia de sensibilización al público sobre la unicidad de las piezas artesanales. Para ello se realizaron con 9 grupos unos clips de aproximadamente un minuto en el que ellos mismos –luego de un taller de sensibilización con los grupos sobre su carácter diferenciador hacían una reflexión de por qué sus piezas eran únicas y no estandarizables.



Ilustración 25- Propuesta no hay otra Igual

Adicional a las asesorías, desde el componente se le ha asignado un rubro por reconocimiento de comunicaciones a algunos grupos que han hecho levantamiento de testimonios audiovisuales para sus propias redes sociales y la difusión que desde la entidad hacemos con ellos. Estos grupos son: Curarte, Santa Rosa, La Estrella Einalli, Palenque, Dah Fiwi, Hilarte, Mutecypa, Jaipono y Hajsú.

#	Nombre del grupo artesanal o comunidad:	ETNIA	CONTACTO CON LA COMUNIDAD	CELULAR	Atención Integral o Puntual	Acciones Ya realizadas	Proyección acciones	RECONOCIMIENTO A COMUNICACIONES
1	SANTA ROSA	WAYUU	VALERIA ROSA MANOTAS	320-7361433 321-3197754	INTEGRAL	Video Comparte Somos Video Canal 13	Video "No hay otro igual"	\$500.000
2	ESTRELLA EINALLI	WAYUU	ADEINIS BOSCÁN	310-6616251	INTEGRAL	Video Show Caracol Video Bandera Video Artesano Estamos Contigo	Video "No hay otro igual"	\$500.000
3	CURARTE	CAMENTSA	EISENHOWER WEIMAR	316-4509584 318-4298707	INTEGRAL	Video Artesano Estamos Contigo Video Secuencia Redes Voces Podcast Videos Canal 13	Video "No hay otro igual"	\$1'200.000
4	Hajsú	PASTOS	FLOR IMBACUAN	321-7212545	INTEGRAL	Video Artesano Estamos Contigo Video Caracol Videos Canal 13	Video "No hay otro igual"	\$500.000
5	HILARTE	PASTOS	GRACIELA		PUNTUAL	Video Artesano Estamos Contigo Video canal 13	Video "No hay otro igual"	\$500.000
6	MUTECYPA	PASTOS	CLAUDIA RAMÍREZ	310-4338510	PUNTUAL	Video Comparte Somos Video Canal 13 Video Artesano Estamos Contigo	Video "No hay otro igual"	\$500.000
7	JAIPONO	EMBERA	EDILSON	313-4003964	PUNTUAL	-	Video "No hay otro igual" Video Identidad Clase Meet	\$500.000
8	PALENQUE	INGA CAMENTSA	Ernestina		PUNTUAL	-	Video "No hay otro igual" Video Identidad	\$500.000
9	DAH FIWI	MISAK	Giovani		PUNTUAL	-	Video "No hay otro igual" Video Identidad	\$500.000



Como se mencionó, en la estrategia de divulgación, articulada a la difusión institucional, se acompañó desde el componente a dos de las iniciativas de divulgaciones audiovisuales que acompañaron paralelamente a las ferias como ejercicios de agendas culturales. Voces y La Troja. Para la feria Expoartesano se desarrolló Voces, en la que se acompañó en el panel de Etnias y se desarrollaron cartografías para tres de los programas, así como la muestra de tres documentales y tres entrevistas a los líderes de los componentes: social, comercial y diseño. Y para la feria Expoartesánias se desarrolló el programa La Troja en el que la líder del componente fue la conductora del programa durante seis días y se les proveyó de los clips que se han desarrollado en el programa, así como los documentales.

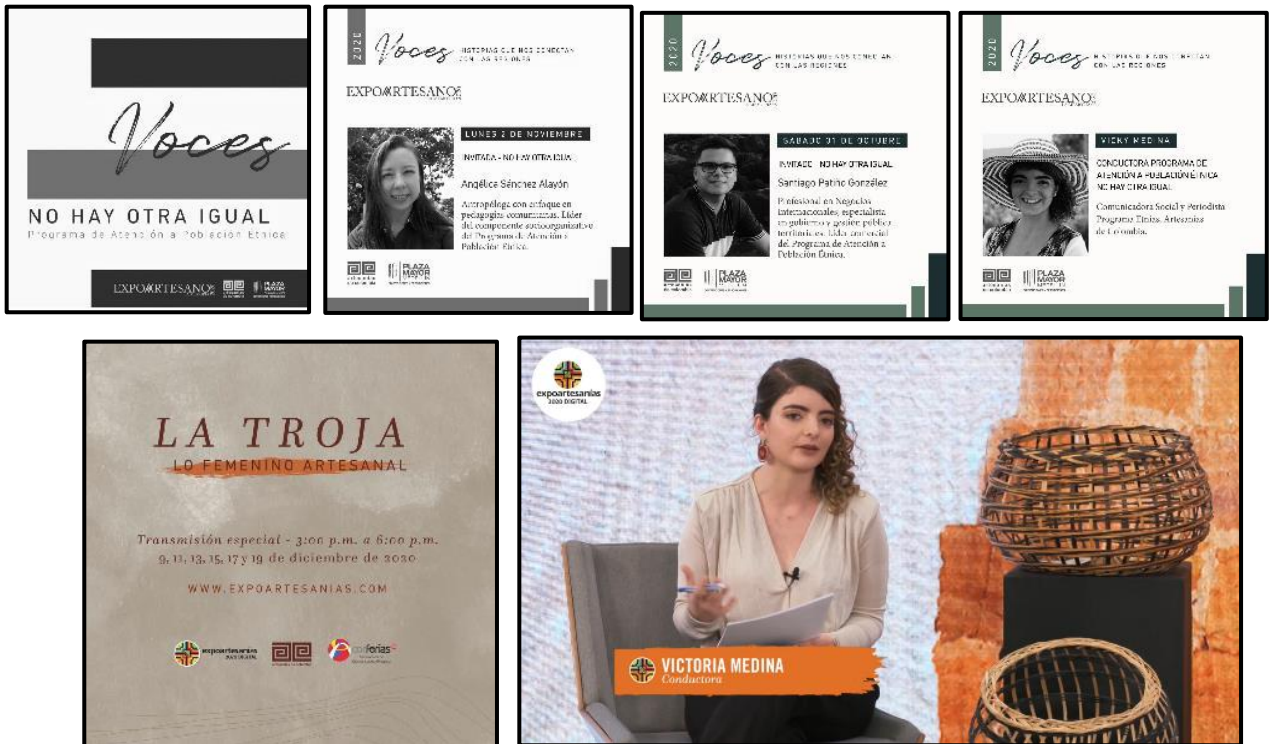


Ilustración 26- Ejercicios de agendas culturales. Voces y La Troja.

Como actividad adicional se ha apoyado transversalmente desde su planteamiento hasta su desarrollo a la primera versión de la Copa Artesanal “Contando el Cuento”, un espacio en el que se premia la expresión oral y de venta de los artesanos. Desde el componente se ha apoyado en la consolidación de la idea, ideación del nombre y construcción de todas las piezas gráficas y difusión que ha requerido. Esta iniciativa inició en el mes de septiembre y culminó 19 de noviembre. Desde comunicaciones se hizo todo un acompañamiento integral a la estrategia de divulgación y presentación de cada fase. El acompañamiento osciló desde diversas reuniones de logística, montaje del sistema de votación online, elaboración del video oficial de la copa, edición del video de la interpretación musical, seguimiento a la elaboración de los diplomas, gestión de divulgación en las redes sociales y con medios de



comunicación, así como la redacción de la nota que se publicó en la página web institucional.

A continuación compartiremos algunas piezas que se han desarrollado como las presentaciones por cada fase y la general, el brief, los mailings, post de difusión, de felicitaciones, de participación, los ganadores y certificados.

Finalmente, como parte de las estrategias de comunicación integral se han elaborado todos los catálogos de los grupos vinculados y de los que se han trabajado en vigencias anteriores. Se trabajaron los testimonios y relatos de la mano del componente Social y la revisión de los productos con Diseño, para la posterior diagramación y entrega al componente Comercial para que ellos asignaran los precios correspondientes.

Se empieza a trabajar desde el mes de agosto de 2020 y se finalizan en el mes de diciembre.

En total se trabajaron **40 catálogos** para los grupos artesanales: Arte Zenú, Alpa Mama, Ardehigue, Asopicumbes, Asoarchi, Atane, Curarte, Blass, Dah Fiwi, Doris Jajoy, Estrella, Espiral Misak, Hilarte, Jaipono, Niga, Okaina, Kurmakaí, Hajsú, Inuga, Iparu, Kansuy, Mardue, Mampujan, Mites, Morichito, Mutecypa, Naberajua, Narakajmanta, Palenque, Puerto Golondrina, Pairepa, Santa Rosa, Sirindango, Shembaseng, Taller K, Warkhi, Villa Maria, Wajapu, Yaja, Zarycanha.

El trabajo que realiza el componente de comunicaciones para los catálogos es:

- Edición de fotografías que estaban dentro del catálogo y las nuevas que se añadieron.
- Diagramación de precios, logotipos e información de los grupos.



- Redacción de relatos y testimonios.

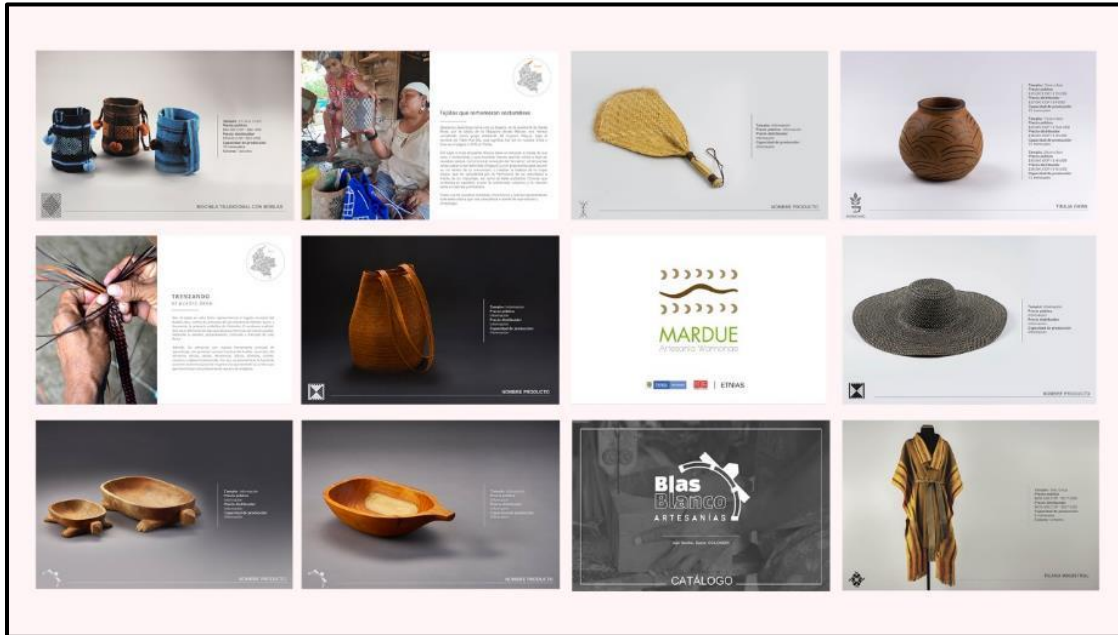


Ilustración 27- Catálogos desarrollados vigencia 2020

Finalmente, como labor de sistematización del componente se han ido recogiendo todos los material gráficos, fotográficos y audiovisuales del programa y se han consignado en una carpeta DRIVE con acceso a todos los profesionales, con el fin de ser un repositorio de todo lo trabajado y que cada componente pueda acceder a este material para el desarrollo de sus respectivas actividades. La idea es que esta carpeta se vaya alimentando en la medida en que se vayan realizando los distintos materiales y que no sólo sirvan para el programa sino para toda la entidad.

5. LOGROS Y RESULTADOS POR GRUPO ARTESANAL

5.1. GRUPOS ARTESANALES FOCALIZADOS CON ATENCIÓN INTEGRAL

5.1.1. LA ESTRELLA

5.1.1.1. Resultados Componente Socio- Organizativo:

Es un grupo artesanal que pertenece a la comunidad Wayuu La Estrella. Se compone de 31 artesanos y artesanas que tejen mochilas, chinchorros y elementos con técnica peyón. Su comunidad se ha consolidado organizativamente por la alta capacidad de gestión para mejorar las condiciones de vida de cada uno de sus habitantes, a nivel de salud, educación, servicios básicos e infraestructura para las casas. Esa capacidad de liderazgo y gestión se refleja en el grupo artesanal, donde hay 4 lideresas comunitarias y se destacan por el conocimiento, la organización artesanal, la gestión institucional y la adecuada comunicación comunitaria.



El grupo se ha consolidado como una red de apoyo, lo que ha establecido reuniones periódicas entre todos los artesanos, no solo para comunicar los avances del grupo sino también para compartir, contar historias y como ellos mismos lo mencionan “conformar nuestra familia artesanal”. Este aspecto ha posibilitado una fuerte organización grupal, con responsabilidades, aportes, compromisos conjuntos y objetivos a futuro en su proceso de vida artesanal.

• **ACTIVIDADES REALIZADAS**

FECHAS DE ASESORÍA	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
05/05/2020	- Autodiagnóstico inicial - Cronograma artesanal - Liderazgo y solidaridad	3
16/05/2020	- Significados de liderazgo y solidaridad - Manejo de emociones	2
02/06/2020	-Representación de las emociones en las propuestas para los productos. - Alternativas de comunicación del grupo mediante el tejido	2
23/06/2020	-Rescate cultural de historia y significados de los colores Wayúu	1
03/07/2020	-Metas y objetivos comunes	1
04/09/2020	-Revisión de misión y misión del grupo -Transmisión de saberes -Roles, talentos y fortalezas -Construcción del organigrama	4
12/11/2020	-Taller levantamiento de testimonio -Intercambio previo al taller -Testimonio carácter diferenciador.	3
NÚMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD		16

Para esta vigencia se visualizaron retos transversales a la conformación organizativa del grupo y retos generados por el aislamiento preventivo y el estado de emergencia a nivel nacional. De manera transversal, es importante que las habilidades de liderazgo se puedan compartir con todos los artesanos y artesanas, que tanto el grupo como ellos mismos reconozcan y confíen en las capacidades para representarlos en diferentes espacios institucionales y comerciales. Para ello, es muy importante también el reconocimiento de talentos y fortalezas individuales y una adecuada redistribución de roles en el grupo. Como reto al liderazgo, está la capacidad de delegar tareas, compromisos y gestiones, reconociendo las capacidades de los demás integrantes. Adicionalmente, de manera autónoma, Estrella Einalli está interesado en adquirir habilidades y conocimientos para el



planteamiento de proyectos y la postulación del grupo a reconocimientos artesanales en entidades regionales, nacionales e internacionales.

Con respecto a los retos planteados por el aislamiento preventivo, se encontró el manejo de la frustración en el grupo artesanal al no poder reunirse, tener escasez en la materia prima y no poder realizar los planes de comercialización que tenían previstos para la vigencia 2020. En primer lugar, es importante generar redes de comunicación alternas que puedan mantener en contacto al grupo, sin generar riesgos ni incumplir con las medidas preventivas. En segundo lugar, el siguiente reto consiste en activar las redes de contacto y actores con las que cuenta el grupo artesanal para posibilitar un mejor acceso a la materia prima, sin depender del proveedor que tienen en Maicao. En tercer lugar, hay que organizar y ajustar el plan de trabajo artesanal a los compromisos y requerimientos de las ferias comerciales virtuales, para que puedan responder efectivamente a ellos.

- **LOGROS Y ASPECTOS DESTACABLES DURANTE LA VIGENCIA**

De acuerdo con la hoja de ruta que plantean los retos expuestos, los avances que se han logrado hasta el momento consisten en:

- **Manejo de emociones en el grupo artesanal:** Estrella Einalli estuvo afectado emocional y económicamente por el aislamiento, por lo cual se hizo un fuerte trabajo de manejo de emociones que se canalizó en el tejido y en el diseño de las nuevas líneas de producto para esta vigencia. Se abordaron temáticas sobre el manejo de emociones en comunidad, sobre los rituales de cuidado y protección comunitaria, sobre la conformación del grupo como apoyo comunitario en tiempos difíciles; y todo este proceso se está plasmando en mochilas, chinchorros y sobres en peyón.
- **Comunicación artesanal mediante el tejido:** para el grupo artesanal no fue fácil adecuar las prácticas de aislamiento y constantemente se estuvieron reuniendo en la cuarentena. Por lo que, en un primer lugar, se hizo un fuerte trabajo de concientización sobre el cuidado comunitario, higiene y cuidado personal, entendiendo al tiempo las dinámicas comunitarias de compartir. Por lo cual, en un segundo momento, se creó la alternativa de comunicación mediante el tejido: compartir mensajes, sentimientos, historias o anécdotas en el grupo a través de los productos que se están construyendo en cada casa.



- **Participación de diversos artesanos en asesorías:** otra de las alternativas para la comunicación artesanal fue la rotación de artesanos en las asesorías de diseño, de comercial y de social. La casa de la lideresa que tiene conexión de internet, por lo que a cada asesoría han llegado 4 artesanos y artesanas diferentes, con las debidas condiciones de bioseguridad, a compartir las tareas realizadas y a apropiar las temáticas para poder socializarlas con los demás artesanos. Esta ha sido una posibilidad para mejorar la participación, las habilidades de comunicación, disminuir el pánico escénico y retroalimentar al grupo artesanal desde las diferentes visiones de cada artesano en su apropiación temática.



Ilustración 28- Artesanos en Asesorías

- **Implementación del diario artesanal:** uno de los propósitos de esta vigencia fue crear insumos que les quedaran a los artesanos y artesanas como resultado de las asesorías brindadas. Uno de ellos ha sido el diario artesanal, en el caso de Estrella Einalli allí tienen registrado desde el listado de los artesanos y artesanas con todos los datos necesarios hasta los aprendizajes de cada una de las asesorías. Esto les ha permitido hacer una adecuada retroalimentación a todo el grupo artesanal, llevar registro de las tareas y avances y tener un elemento construido por ellos mismos donde pueden consultar todo lo que se ha hecho en la vigencia.
- **Organización del cronograma artesanal:** es ese mismo diario, también llevan su cronograma artesanal. A cada componente le asignaron un color y semanalmente van organizando tanto las asesorías que reciben como el compromiso de entrega de tareas. También diligencian allí las demás actividades relacionadas con su quehacer artesanal como entrega o envío de productos. Esto les ha permitido ajustar los planes artesanales a las posibilidades de gestión semanal, manejando las frustraciones grupales y creando metas a corto plazo.
- **Apropiación de liderazgo en el grupo:** con la realización de la actividad de liderazgo y solidaridad en el grupo artesanal, cada artesano y artesana identificó esos aportes que quiere liderar, desde la trasmisión de saberes tradicionales hasta la creación de nuevos diseños para los productos. Esto ha hecho que, en las asesorías, las personas sean más participativas y el grupo sea muy exigente con el abordaje temático por componente.



- **Rescate cultural a través de las historias y significados del color:** para asesorar al grupo de manera conjunta entre el componente de social y de diseño, se realizó la identificación de los colores que el grupo maneja en los productos artesanales y, de acuerdo con ello, se reconstruyó la historia y el significado de los colores para la comunidad Wayúu de La Estrella. Esto permitió consolidar los significados en la construcción de los nuevos productos artesanales, hacer un proceso de rescate cultural Wayúu asociado y plasmado en los tejidos, y construir un insumo para el grupo artesanal sobre el cual socializar sus colores en los productos.
- **Proyección a futuro:** el grupo artesanal retomó esos sueños que habían construido anteriormente pero que por la pandemia se desdibujaron. Tienen el propósito de conformar un taller artesanal desde el cual se puedan dar a conocer las artesanías y comercializar sus artesanías a nivel local, regional, nacional e internacional. Esto les permitió consolidar su motivación artesanal e identificar la pertinencia de todos los aprendizajes que han tenido en el año para lograr ese sueño.
- **Organización de transmisión de saberes:** el gran logro de esta proyección de transmisión de saberes fue articularla a los procesos productivos que está teniendo en grupo, orientados a las ferias comerciales virtuales y a los retos técnicos que tienen en esta vigencia.



Ilustración 29- Transmisión de saberes en el grupo artesanal

- **Identificación de forma organizativa más adecuada:** ha sido de gran importancia que el grupo analice sus procesos de gestión y organización y sobre ellos pueda delegar responsabilidades, actividades, funciones y tareas orientadas al bien común. De acuerdo con sus dinámicas de trabajo y consolidación grupal, la organización de comités de trabajo fue la más pertinente.
- **Reorganización de roles y responsabilidades en el grupo:** con la motivación a asumir liderazgos en el grupo artesanal y la necesidad de delegar gestiones en el grupo por parte de Adeinis, se empezaron a construir comités de trabajo. El primero de ellos es el comité de logística, los jóvenes del grupo están encargados de la



organización de los encuentros artesanales, la papelería, la comida para el grupo, y así van integrándose a los procesos artesanales desde la colaboración. El segundo es el comité de maestras artesanas y curaduría, las mayores sabedoras del grupo son las delegadas para transmitir sus saberes artesanales, liderar el diseño de las líneas de producto y hacer la revisión de las artesanías que van a salir para ferias y pedidos. Un tercer comité es el de comunicación, encargado del manejo de las redes sociales, los videos y las fotografías. Hay otras labores, como es el caso del manejo del dinero y la adquisición de la materia prima, para los cuales hace falta organizar el comité.

- **Testimonio:** se logró levantar el testimonio para la difusión de la iniciativa No hay otra igual, construida en conjunto con el equipo de comunicación. Se logró que Adeinis compartiera en el taller las dificultades que tuvo Estrella Einalli en el proceso de estandarización y que se transformaran en la valoración al carácter esencial de cada una de las piezas creadas por este grupo. Con esta valoración, se construyó la narrativa del testimonio, en el que se destacan los elementos diferenciadores y especiales que tienen las mochilas, los chinchorros y los tejidos en peyón del grupo Wayúu.
- **Compartir experiencias entre líderes artesanas:** el taller en que se hizo la sensibilización para los testimonios se realizó de forma conjunta con Ernestina, líder del grupo artesanal Makania. Las artesanas se conocieron y reconocieron mutuamente cada espacio en el taller. Es importante fortalecer la comunicación entre los grupos artesanales ya que tienen mucho que enseñarse. Por ejemplo, es evidente que Adeinis tiene más experiencia tanto en ser líder como en su forma de comunicar a diferencia de Ernestina quien apenas se está integrando al trabajo con AdC y aunque su conocimiento es amplísimo se le dificulta la comunicación verbal.
- **RECOMENDACIONES PARA ATENCIÓN EN PRÓXIMAS VIGENCIAS**
 - Es importante que el grupo pueda consolidar los comités de trabajo, que de manera conjunta se acuerden compromisos y responsabilidades para cada uno. También, que puedan agendar unas jornadas de socialización, en las que cada comité retroalimente sus gestiones y puedan seguir avanzando colectivamente.
 - Una vez se consolide dicho trabajo en comités, es importante reconstruir el Plan de Vida Artesanal, teniendo en cuenta los aprendizajes de esta vigencia y la reestructuración del grupo. Así, que todos propongan en dicho plan y todos se responsabilicen de las actividades que este implica.
 - Teniendo lo anterior, una gran apuesta puede ser cualificar al grupo en la construcción de proyectos con los cuales se puedan postular a entidades e instituciones que les puedan financiar.

Así concluye el informe del grupo artesanal Estrella Einalli, desde el componente social.

5.1.1.2. Resultados Componente Comercial:



Este es uno de los grupos más avanzados del programa. Durante la presente vigencia se realizaron 7 asesorías virtuales en los temas de autodiagnóstico comercial, actualización de precios del catálogo de productos, prepárese para el futuro, comercio electrónico, discurso de ventas y costos y precios. Las actividades han estado orientadas a identificar las fortalezas y oportunidades de mejora, y especialmente a la identificación de nichos de mercado virtuales para la comercialización de sus productos.

Así mismo durante los meses de agosto y septiembre, se realizó acompañamiento técnico al grupo para la postulación a la feria propia virtual “Marketplace” que realizará Artesanías de Colombia. Esta actividad incluyó compilar los documentos legales de la artesana líder, actualizar el catálogo y la lista de precios de sus referencias.

Adicionalmente, junto con el asesor de diseño se realizó el cálculo de los costos y precios de los diferentes prototipos a desarrollar durante este año. Cabe resaltar que el grupo aún presenta deficiencias en la metodología para calcular el precio de sus productos, sin embargo, el liderazgo y compromiso de la artesana líder y el grupo de artesanas por su proceso de aprendizaje y crecimiento es notable.



Ilustración 30- Asesoría Comercial con Líder Artesanal

Cabe resaltar, que durante el último mes el grupo estuvo trabajando los pasos clave para construir un discurso de ventas efectivo con el propósito de participar en la primera versión de la copa artesanal del discurso de ventas “Contando el cuento”, cuya iniciativa es liderada por el componente comercial del programa. Así mismo, se reconoce la capacidad y habilidades de liderazgo de la artesana líder, quien con su entusiasmo lleva adelante el proceso productivo del grupo con alto potencial de crecimiento.

Sumado a lo anterior, actualmente se encuentra en proceso de negociación la realización de 50 monederos estilo sobre para un cliente de la ciudad de Bogotá.

Así mismo, en el mes de octubre junto con la artesana líder del grupo se realizó un refuerzo en el discurso de ventas, debido a que el grupo fue inscrito para participar en la 1ra versión de la copa artesanal “Contando el cuento”. Esta asesoría permitió identificar los 4 pasos clave al momento de construir una narrativa comercial y generar material audiovisual de promoción y divulgación del grupo.



Para finalizar, como conclusión final del ejercicio de acompañamiento, se resalta que el grupo cuenta con una estructura organizativa sólida; en esta vigencia completó 3 años dentro del programa; aún tienen leves dificultades para la definición de costos y precios de venta de sus productos; sin embargo, dentro de sus fortalezas se encuentra el manejo de registros contables, poseen canales de comercialización activos y constantes; muchas de las artesanas del grupo se destacan por sus habilidades comerciales y de atención al cliente. Cada año renuevan su registro mercantil y han potencializado su constitución para la formulación de proyectos y gestión de recursos; Durante la presente vigencia se construyó un discurso de ventas claro y efectivo que permita mejorar sus habilidades de venta.

Es un grupo consolidado organizativamente; como puntos a mejorar se encuentra el fortalecimiento de su promoción y divulgación a través de las redes sociales. Sin embargo, su conexión a internet es inestable y por momentos difícil.

- **Logros:**

- La artesana líder identificó los puntos debilidades y las fortalezas de la marca a nivel artesanal. Además, se logró actualizar el perfil del grupo en Compra Lo Nuestro.
- El grupo identificó las ventajas e importancia de establecer canales de comercialización virtuales para vender sus productos durante este año.
- El grupo reconoce los 4 pasos clave para construir un discurso de ventas claro, preciso y efectivo.
- Las artesanas identifican el ciclo de venta electrónica para la comercialización de sus productos por medio de plataformas digitales.

- **Resultados:**

- Autodiagnóstico comercial
- Actualización del catálogo de productos
- Actualización del perfil en la plataforma “Compra Lo Nuestro”.
- Postulación en el Marketplace Aliarte.co
- Inventario de productos
- Lista de precios.
- Video de promoción - discurso de ventas
- Inscripción participación 1ra copa artesanal – discurso de ventas “Contando el cuento”.
- Inscripción participación feria virtual Feria propia Marketplace ADC 2020
- Inscripción participación feria virtual Expoartesano 2020
- Inscripción participación feria virtual Expoartesánías 2020
- Matriz de costos y precios de prototipos 2020.

- **Participación en eventos comerciales virtuales:**

- Feria Marketplace propia ADC 2020



- Expoartesano 2020
- Expoartesaniás 2020
- **Ventas**
 - Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$13.250.500
 - Apoyo de compra ADC: \$ 9.355.000
 - Ventas generadas en Expoartesano: \$6.260.000
 - Ventas generadas en Expoartesaniás⁵: \$1.250.000
 - Total, ventas generadas: \$20.760.500

5.1.1.3. Resultados Componente de Diseño y Producción:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

El grupo de la Estrella se caracteriza por sus productos en crochet, tapizado en pellón y tejido en telar vertical. Los principales productos que desarrollan son mochilas, mochilones, sobres y chinchorros. Es un grupo que ha evidenciado una buena evolución cuanto, a desarrollo y diseño de producto, en manejo técnico y de manera general en sus procesos productivos, en la estandarización de formatos y en la calidad de sus productos. En la vigencia 2019 el grupo evidencio un crecimiento comercial importante y el desarrollo de nuevos productos y la exploración de nuevas líneas de producto ha resultado interesante para el grupo por lo cual se plantea darle continuidad a esta exploración de producto a partir de exploraciones conceptuales.

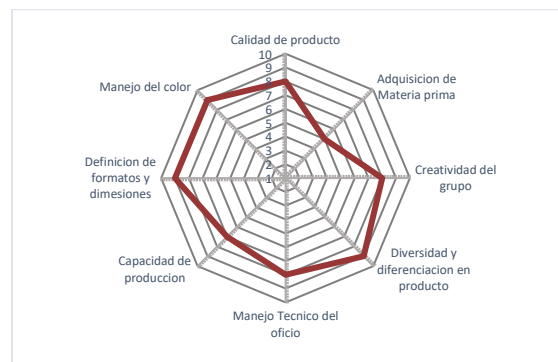


Ilustración 31- Autodiagnóstico inicial en Diseño

Para el inicio de este su tercer año de acompañamiento del programa se pudo identificar los puntos que hay que reforzar y trabajar entre los que se destaca el manejo del color y la adquisición de materia prima debido a que por la emergencia sanitaria conseguir hilos ha sido difícil.

⁵ Dato sin actualizar, a la espera del reporte final



Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
29	11	6	26	3



- **Asesorías:**

- Taller de autodiagnóstico
- Identidad y simbología en el producto
- Recomendaciones de cuidado e higiene
- Manejo de paletas de color en el producto
- Catálogo de color del grupo artesanal
- Registro fotográfico del producto y de la materia prima
- De la inspiración al producto
- Diseño de producto
- Desarrollo de prototipos
- Costos y definición de precios.
- Construcción de planes de producción
- Seguimiento a producción
- Calidad en el producto
- Participación en eventos comerciales

- **Logros:**

- Se trabajó en el diseño de una línea de producto, una línea emblemática y una línea souvenir, tomando como fuente de inspiración las emociones que han surgido dentro del grupo en tiempos de confinamiento.
- Se propusieron nuevas líneas de producto teniendo en cuenta la situación comercial actual, como estuches de computador, cojines y versiones más pequeñas del chinchorro.
- Se trabajó en la aplicación en el producto de paletas de color armónicas desde la explicación de los conceptos de la teoría del color.
- Se trabajó en mejorar el registro fotográfico de sus productos y de su materia prima.



- Por otro lado, el grupo ha logrado sacar adelante los prototipos de sus propuestas de diseño sobre los cuales se pudo trabajar ajustes y mejoras.
- El grupo logro establecer unos planes de producción para su participación comerciales en diferentes espacios feriales virtuales, entendiendo las dificultades que presentas estos nuevos espacios.
- El grupo ha logrado organizar su unidad productiva con el fin de responder a los planes de producción establecidos.
- Se logró desarrollar unas producciones estandarizadas en formato, diseño, dimensiones y color que respondiera con los criterios de calidad de las ferias virtuales a las cuales se orientó al grupo.
- Este es un grupo que ha alcanzado una madurez importante en su proceso y que se puede soltar desde la atención integral y darle de ahora en adelante un acompañamiento puntual.



Ilustración 32-Resultados asesorías en Diseño

- **Diseño y desarrollo de producto:**

- **Concepto:**

El encierro como una oportunidad para sentir, crecer, para detenerse y pensar, un tiempo para cuidar y cuidarnos.

Con el grupo de artesanas de la comunidad la Estrella se trabajó en torno al concepto del encierro y todo lo que esto representa para ellas desde lo sensible y perceptible. Utilizando como referente elementos que evocan la sensación de encierro el contexto en el que viven, pero siempre bajo una mirada de resiliencia y resistencia. Dentro de las líneas de producto trabajadas con el grupo se encuentra líneas de mochilas, mochilones y mochilas coquetas, una línea de mesa compuesta por varios juegos de individuales y una línea de hogar con varias propuestas de cojines y chinchorros.





• **Fortalecimiento Productivo:**

Desde la parte de fortalecimiento técnico el grupo recibió un apoyo en hilos y la implementación de un kit de bioseguridad el cual fue gestionado por medio del programa de cooperación internacional de la entidad.

Año 2020 – cooperación internacional	
Ítems	Cantidad
Hilo acrílico	50 kilos
Kit de bioseguridad	1 kit

• **Producción y participación comercial:**

El grupo recibió el apoyo y la asesoría por parte del componente de diseño en el ejercicio de curaduría y de construcción de los planes de producción que le permitieron su participación comercial en los eventos comerciales de Feria virtual del Market Place de Artesanías de Colombia, Feria virtual de Expoartesano y feria virtual de Expoartesanías. Entendiendo los retos que plantean estos espacios comerciales en la selección de referencias y en los procesos de producción que implican. Esto represento un reto mayor para el grupo y lograr la estandarización de sus productos con el fin de poder participar en estos espacios.

A continuación, se presentan los resultados del grupo en su participación en Expoartesano 2020:



Ilustración 33- Resultados- Expoartesano 2020

Igualmente se presentan las referencias seleccionadas para Expoartesánías 2020 (Los resultados del evento se presentarán iniciando la vigencia 2021):



Ilustración 34- Referencias Seleccionadas para Expoartesánías 2020

Para el desarrollo de la colección nacional de diseño, se seleccionaron 4 referencias del grupo las cuales fueron compradas por parte de la entidad en una compra por valor de \$5.200.000.

- **Concepto final del componente de diseño:**

El grupo artesanal Estrella Einalli ha alcanzado un nivel de madurez en su proceso productivo con una oferta de producto diferenciada y de calidad que debe seguir posicionándose en el mercado. Se recomienda que no se siga asesorando de manera integral y que se haga un acompañamiento puntual.

5.1.1.4. Resultados Componente de Comunicaciones:

El grupo artesanal Estrella Einalli ya había contado con asesoría de comunicaciones desde el 2019. En su momento se levantaron testimonios para distintos videos y se abrieron sus



cuentas de redes sociales. En la vigencia actual se estipuló hacerles un acompañamiento integral desde el componente por su nivel comercial, buena conectividad e interés de comercializar a través de las redes sociales.

No sólo se han realizado asesorías virtuales, sino que se han levantado algunos testimonios para la gestión free press y postulación de convocatorias.

Gestión Free Press:

- Entrevista con El Tiempo
- Video testimonial en Caracol Noticias
- Testimonio en Redes Sociales #ArtesanoEstamosContigo en las redes sociales institucionales de Artesanías de Colombia.



Ilustración 35-Video testimonial- Caracol Noticias

Con este grupo se realizó el video testimonial No Hay Otra Igual, en el marco de la estrategia dual de activar la comercialización de los grupos artesanales en las Ferias y la concientización de la unicidad de las piezas artesanales. Estos videos tuvieron un trabajo de preparación previo con el componente social para identificar esos aspectos que como grupo los hace únicos y luego una preparación técnica y guía para la elaboración de los videos. Una vez elaborados los videos se hizo toda una gestión mediática para divulgarse en la rueda de prensa de Expoartesanías y que circularan en las redes institucionales del evento y las entidades vinculadas: Corferias y Artesanías de Colombia.

- **Asesorías Virtuales:** 10 *continuo contacto por WhatsApp para la gestión de los testimonios.
- **Contenidos talleres:**
Estrategia de comunicación “Tenerla Clara” y módulo introductorio “Redes Sociales”.



Asesorías Comunicaciones						
Grupos Artesanal	Total Asesorías	Fecha Asesoría	Tipo de Asesoría			Tema de la Asesoría
			Integral	Puntual	Testimonios	
Estrella Einalli	8	19 mayo	x			Acuerdos y alcances talleres
		6 junio	x			Apertura correo
		26 junio	x			Recuperación cuenta Instagram
		21 julio	x			Estrategia de comunicación
		24 julio	x			Plan de Acción y manejo de plataforma Instagram
		21 agosto	x			Instagram Empresarial y Ejes de contenido
		4 septiembre	x			Parrilla de contenidos
		21 septiembre	x			Herramienta canva e historias destacadas

6

El grupo elaboró conjuntamente con el asesor su estrategia de comunicación que contiene un diagnóstico del grupo, identificación de objetivos digitales, segmentación de audiencias, identificación de canales y delimitación de los mensajes.

Como punto de partida para elaborar este plan de comunicación digital se basaron en un ejercicio de autoevaluación en el marco de la asesoría en el que tenían que definir cuál era su carácter diferenciador, qué las hacía únicas y originales. Ellas como resultado del ejercicio entregaron una estrella, alusiva a su logo, e identificaron ese carácter único. Finalmente, montaron los ejes de contenidos para las redes sociales, así como la selección de historias destacadas.

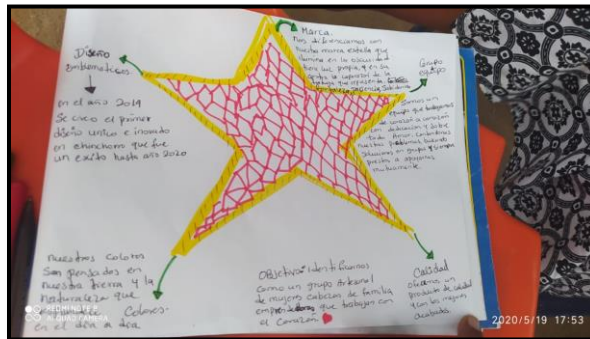


Ilustración 36-ejercicio de autoevaluación en comunicaciones

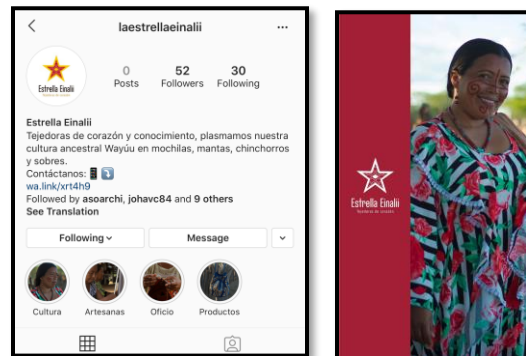
• **Avances en Redes Sociales:**

- Apertura correo electrónico: laestrellaeinalii@gmail.com
- Recuperación de su cuenta en Instagram @laestrellaeinalii
- Cambio de cuenta Persona a cuenta Empresarial en Instagram.
- Actualización de la descripción en la BIO.
- Generación de link que lleve inmediatamente al WhatsApp con mensaje automático.
- Elaboración de las Historias Destacadas.
- Apertura de cuenta en Canva

⁶ Las asesorías restantes fueron para la preparación de los testimonios realizados.



- Diseño de plantillas para la herramienta Canva con una línea gráfica definida y una paleta de color propia, inspirada en su logo.



Proyección:

- Fortalecimiento en el manejo de la herramienta canva

5.1.2. TALLER KOREGUAJE

5.1.2.1. Resultados Componente Socio- Organizativo:

• **INTRODUCCIÓN:**

Es un grupo artesanal perteneciente al Pueblo Koreguaje, y actualmente viven en Florencia, Caquetá. Cuenta con 19 artesanos y artesanas que tejen con fibra de palma Cumare. Organizativamente es un grupo familiar en el cual hay diferentes líderes que representan distintos procesos comunitarios, pero hace falta que entre todos articulen sus liderazgos y los puedan orientar a los propósitos del grupo artesanal. Su historia sobre el tejido lleva en sí el despojo de sus resguardos, la masacre de varios de sus familiares y la artesanía como alternativa para enfrentar todos esos procesos y llegar a la ciudad. También lleva la añoranza por los procesos culturales vividos, por el compartir en la Casa Grande, las plantas del territorio, los rituales que realizan cada uno de los clanes y al tiempo la frustración que las nuevas generaciones están perdiendo el Ser Koreguaje. Es así que el grupo tiene elementos profundos que los unen para continuar siendo artesanos y artesanas de forma colectiva. Adicionalmente, sus reuniones como grupo se han convertido en formas de compartir comunitario, lo que ha consolidado mucho más fuerte sus vínculos familiares y artesanales.

• **ACTIVIDADES REALIZADAS**

FECHAS DE ASESORÍA	ACTIVIDAD REALIZADA	# DE ACTIVIDADES REALIZADAS
12/05/2020	- Autodiagnóstico inicial - Cronograma artesanal - Manejo de Emociones	3



21/05/2020	- Liderazgo y solidaridad - Cartilla de simbología - Revisión del Plan de Inversión de transmisión de saberes de 2019	3
12/06/2020	-Historias y significados de los colores	1
23/06/2020	-Complemento de las historias y significados de los colores, socialización comunitaria - Fortalecimiento organizativo	2
1/07/2020	-Apoyo social en asesoría sobre discurso de ventas	1
3/07/2020	-Metas y objetivos comunes	1
13/07/2020	-Fortalecimiento organizativo (acompañamiento a programa Arte Vivo)	1
07/09/2020	-Transmisión de saberes -Fortalecimiento organizativo	2
10/09/2020	-Creación de acuerdos y compromisos en el grupo artesanal	1
22/09/2020	-Plan de inversión de transmisión de saberes -Plan del oficio artesanal -Roles, talentos y fortalezas en el grupo artesanal	3
NUMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD		17

Al igual que en los demás grupos artesanales, Taller Koreguaje tiene retos organizativos de manera transversal y retos que surgieron con la contingencia nacional. De forma transversal, es importante que los liderazgos que hay en el grupo se retroalimenten entre sí, que generen procesos articulados y compartan sus saberes de gestión. También es importante que los artesanos y artesanas pierdan la timidez al comunicarse tanto entre el grupo artesanal como con las demás personas que generan vínculos formativos y comerciales. Es fundamental generar acuerdos entre todo el grupo para hacer seguimiento al manejo del fondo común y los recursos colectivos que tienen.

Adicional a lo anterior, el aislamiento preventivo generó otros retos para el grupo relacionados con la frustración por la situación artesanal y las dificultades económicas en las familias, lo que causó desmotivación frente a las asesorías por parte de Artesanías de Colombia. Esto, además, conllevó a que las labores organizativas recayeran exclusivamente en la lideresa Yinela Piranga, quien estuvo sobrecargada de labores.

El reto frente a esta situación fue generar procesos de manejo de emociones y frustración comunitaria, revisar los procesos de manejo de recursos para tener materia prima y hacer productos, y distribuir las labores de liderazgo para que otras personas se apropiaran de la gestión artesanal. También, debido a que en el mes de julio de 2020 los artesanos se contagiaron de Covid-19 y su situación de salud estuvo delicada, ha sido importante retomar



el interés y los compromisos con el grupo y el oficio artesanal. Se hace necesaria la creación de un plan de trabajo con cronograma, responsabilidades y logros esperados de manera colectiva e individual.

- **LOGROS Y ASPECTOS DESTACABLES DURANTE LA VIGENCIA**

Con base a los retos expuestos, los avances que ha tenido el grupo artesanal son:

- **Motivación hacia la participación del grupo artesanal:** se hizo una revisión de los recursos de materia prima entregados el año pasado, se vio que estos no se habían invertido aún y que el grupo podía adquirir cumare para trabajar en este momento. También, las actividades de manejo de emociones y de liderazgo empezaron a motivarlos al finalizar el primer semestre del 2020, junto con las tareas de enviarse videos o audios entre ellos para que pudieran contarse cómo están. Sin embargo, después del Covid-19 y las pérdidas familiares, la motivación y compromiso del grupo volvió a decaer. Por lo cual, se realizó un conjunto de acuerdos colectivos y reorganización del grupo, con un plan de trabajo para visualizar posibilidades positivas a futuro y encadenar las actividades hacia estas.
- **Fortalecimiento organizativo:** se han tenido que hacer diferentes actividades de fortalecimiento organizativo, de acuerdo con las diferentes situaciones del año que han desmotivado a los artesanos y cambiado sus condiciones de vida. En primer lugar, estuvo orientado a distribuir las responsabilidades de liderazgo en el grupo artesanal, especialmente en estos momentos de acompañamientos a distancia. Se motivó la participación y el empoderamiento de otros artesanos y, con las oportunidades comerciales que fueron surgiendo, se reorganizó el trabajo artesanal. En segundo momento, fue necesario identificar los beneficios grupales de la articulación con Arte Vivo, con el propósito que crear acuerdos y compromisos para la respuesta a este pedido. Y posteriormente, hubo que hacer un seguimiento a los recursos entregados, creando conciencia de la dedicación que se ha tenido hacia el fortalecimiento de Taller Koreguaje, para que también pudiesen responder de forma positiva a esas acciones, lo que derivó en el compromiso de estar en Expoartesánías y cumplir con el cronograma de trabajo necesario para ello.
- **Manejo de emociones:** esta actividad fue muy significativa para el grupo, puesto que Yinela hizo la traducción a lengua y pudo llegar de forma muy sentida a cada artesano del grupo. Esta herramienta de audio permitió generar ese compartir colectivo de expresión de emociones, en el que se sintieron acompañados en momentos de aislamiento.
- **Rescate cultural orientado a la creación de productos artesanales:** posterior a la actividad de manejo de emociones, se hizo un proceso de rescate cultural sobre cómo se hablan o manejan las emociones en comunidad. Los Koreguaje tienen una canción en un ritual para ello, pero muy pocas personas la cantan porque es una canción triste, los artesanos y artesanas se saben la canción, pero no la cantan.



Surgió ante eso la propuesta de hilar la canción, de cantarla en la artesanía. Luego se hizo una actividad de historias y significados sobre los colores, en la cual surgieron los conocimientos sobre etnobotánica, medicina tradicional e historias comunitarias vinculadas al territorio.

- **Cronograma artesanal:** este elemento ha sido fundamental para la lideresa del grupo, porque ha podido consolidar semanalmente todas las actividades del grupo, organizar las formas de retroalimentación y la entrega de tareas.
- **Mejoría de habilidades de comunicación a través de medios audiovisuales:** Hoy en día, después de todo lo descrito en los puntos anteriores, los artesanos y artesanas de Taller Koreguaje se han apropiado de los medios audiovisuales para enviar sus testimonios y tareas, fortaleciendo sus discursos, sus habilidades de comunicación y retroalimentándose entre sí.
- **Transmisión de Saberes:** tal ha sido la apropiación de los medios audiovisuales que el grupo creó los talleres de transmisión de saberes a través de videos que pudiesen difundir en comunidad, debido a la imposibilidad de reunirse. Esto generó no solo una mayor capacidad de difusión, sino que también se convirtieron en un material de consulta que puede servir atemporalmente.
- **Reconocimiento de aportes y compromisos individuales hacia el grupo:** después de la actividad de liderazgo y solidaridad, cada artesano le comunicó al grupo cuál es ese aporte que quiere liderar en el grupo y lo hicieron mediante cartas, videos y notas de voz. Así, se están conformando los compromisos con el grupo artesanal.
- **Rescate cultural orientado a la cartilla de simbología:** Los artesanos y artesanas tienen una preocupación constante con las nuevas generaciones que están creciendo en la ciudad: consiste en que no saben aspectos fundamentales del Pueblo Koreguaje, no hablan la lengua, no saben qué pasa al interior de La Casa Grande ni se apropian de las historias de la comunidad. Por esto, se ha creado un gran interés de conformar la cartilla de simbología, a manera de un audio libro, en el que se plasme ese gran proceso de rescate cultural que ha tenido el grupo, donde se cuente qué es la Casa Grande y pueda ser un insumo para las nuevas generaciones en su apropiación cultural.
- **Proyección del grupo a futuro:** con la actividad del sueño artesanal, además de construir metas y objetivos comunes en el grupo, también se generó una proyección a futuro como artesanos, en la cual se evidenció la pertinencia de cada una de las acciones realizadas hoy en día y de las enseñanzas de cada componente en el fortalecimiento artesanal. Quieren conformar un local artesanal que les permita comercializar sus artesanías y dar a conocer al Pueblo Koreguaje.



- **Plan del oficio artesanal:** para lograr finalizar la vigencia y llevar los productos a Expoartesanías fue importante organizar un plan de trabajo, en el cual se detallaron actividades, compromisos, responsables y tiempo de realización.

- **RECOMENDACIONES PARA ATENCIÓN EN PRÓXIMAS VIGENCIAS**
- Es indispensable poder hacer seguimiento a la entrega de recursos por parte de AdC, puesto que no han estado claras las compras ni distribuciones, especialmente del dinero de materias primas. Ante esta situación, es fundamental que los líderes puedan hacer rendición de cuentas a todos los demás artesanos.
- El compromiso artesanal, al finalizar la vigencia 2020, estuvo muy descuidado. Es importante retomar las palabras de los artesanos, sus intenciones con el grupo y construir acuerdos colectivos en los cuales todos aporten. Sería aconsejable realizar un Plan de Beneficios conjunto.
- Una vez se realicen dichos acuerdos, que se pueda hacer distribución de roles y responsabilidades en el grupo artesanal.

Así concluye el informe final del fortalecimiento socio-organizativo, del grupo artesanal Taller Koreguaje.

5.1.2.2. Resultados Componente Comercial:

Se han realizado asesorías virtuales identificando el panorama comercial del grupo teniendo en cuenta el contexto COVID-19, el grupo realizó el autodiagnóstico comercial referenciando las fortalezas y debilidades del proceso de comercialización permitiendo establecer un plan de trabajo para el grupo. Las asesorías se han enfocado a la importancia del uso de canales de comercialización digitales, por lo cual se actualizó el catálogo de producto y se han dado tips sobre finanzas personales y manejo de recursos para el grupo artesanal.

La asistencia técnica para el trimestre de julio a septiembre se enfocó en un fortalecimiento de las capacidades de comercialización digital como resultado de un plan de trabajo previamente identificado y concertado con los artesanos.

Para ello, se identificó la necesidad de mejorar el discurso de ventas de los artesanos planteando actividades para fortalecer las habilidades de negociación de los artesanos partiendo de la construcción de un discurso que cuente la trayectoria comercial del grupo artesanal, la historia de los productos y los canales de comercialización y de contacto con los clientes; en este espacio se le compartió material pedagógico con lineamientos para contarle al cliente quienes son los artesanos que participan del grupo Taller K, con este ejercicio los artesanos compartieron un guion y varios videos en un espacio tipo stand donde exhibieron productos y hablaron sobre el proceso de elaboración de productos teniendo en cuenta la historia tras cada producto, en seguida encontraran una imagen tomada del video mencionado:



Ilustración 37-Yinela Piranga- Líder Artesanal

También, se compartió con el grupo la posibilidad de participar en la feria virtual de Market Place ADC señalando los requisitos y recomendaciones para participar del espacio, en el marco de los preparativos se realizó el proceso de inscripción del grupo relacionando los beneficiarios participantes del grupo, la selección de referencias (con el apoyo del equipo de diseño) y el ajuste en dimensiones y precios en el catálogo de producto, siendo este uno de los soportes para la postulación.

Posteriormente, se realizaron varias asesorías a los artesanos resultado de un proceso de negociación con un cliente en el marco del programa de Arte vivo el cual mandó a elaborar varios “cubre lenguas” de diferentes tamaños y diseños consecuencia de un trabajo de acompañamiento e inspiración entre la artista y el equipo de diseño y social; con motivo de esta colaboración se realizaron asesorías para la definición de precios revisando la estructura de costos de cada una de las piezas, y estimando un acuerdo comercial con tiempos de entrega, medios de pago, entre otros. Para esta actividad, se validó con el grupo el proceso de costos de producción y fijación de precios. A continuación, encontraran una foto de referencia de los productos:



Ilustración 38-producto artesanales-taller k

Se añade, que con el grupo se revisaron las referencias de producto creadas en la vigencia 2019 y se identificó que algunas de las referencias no estaban asociadas por las categorías y tipos de producto que ofrecen, por ende, compartieron tips para la creación y recordación de referencias de producto que sean de fácil manejo y que esté acorde a los nombres de cada una de las líneas de producto co-diseñadas.



De otro lado, por motivos de salud del grupo artesanal y el manejo de emociones por la situación, para el mes de julio y agosto se suspendieron las asesorías dado que la líder artesanal manifestó que los artesanos no podían continuar con los compromisos y se descartó la opción de participación a la feria virtual de Market Place por los tiempos de producción, de esta manera se retomaron las asesorías en el mes de septiembre con una actividad en conjunto con los componentes de diseño, social y comercial para establecer las actividades prioritarias y un nuevo plan de trabajo teniendo en cuenta los tiempos de la vigencia y los compromisos acordados para cada una de las asesorías.

Igualmente, se generó un espacio de solicitud de rendición de cuentas a los artesanos sobre el manejo, distribución y ejecución de recursos financieros y de materia prima como parte de los beneficios de participación en el programa, los anteriores se solicitaron sobre la atención en la vigencia 2019 y 2020. Se explicó a los artesanos la importancia de registrar la información en un informe correspondiente a cada uno de los recursos asignados y su proyección de ejecución.

Para el trimestre de octubre a diciembre, se acompañó al grupo en la definición de costos y precios de los prototipos adelantados con el equipo de diseño y de las líneas de producto 2020, en esta actividad se compartió al grupo la guía de costos y precios y se realizaron diferentes ejercicios para establecer los precios, se identifica que el grupo es muy ordenado con el manejo de la materia prima y los tiempos de elaboración de los productos, sin embargo se recalcó la importancia de incluir los gastos de transporte o envíos, e incluir en los precios la ganancia por la venta de cada una de las referencias que elaboran.

Para finalizar se actualizó y socializó con el grupo la versión final del catálogo de producto y se realizó el autodiagnóstico del componente con algunos artesanos permitiéndoles plantear actividades para que el grupo fortalezca la comercialización de los productos.

- **Logros:**

- Se realizó la actualización de precios del catálogo Taller K con los precios 2020
- Se acompañó el autodiagnóstico comercial de grupo y se planteó el plan de trabajo para la presente vigencia.
- Construcción de un guion y un discurso de ventas que proyecte la trayectoria del grupo artesanal a los clientes en los diferentes espacios de comercialización digital y en físico.
- Motivación y confianza de la líder del grupo artesanal Yinela Piranga que se ven reflejadas en sus discursos comerciales.
- Sensibilización a los artesanos sobre el manejo de información relacionada a los tiempos de producción, gastos de materia prima y fijación de precios justos.
- El grupo reconoce la importancia de socializar con la entidad y los artesanos el manejo de los diferentes recursos recibidos en las vigencias 2019 y 2020 como parte de los beneficios de participación al programa.
- Actualización y socialización del catálogo final del grupo



- **Resultados:**
 - Autodiagnóstico comercial inicial y final Taller K
 - Actualización de catálogo mes de mayo
 - Creación y actualización de referencias de producto
 - Inscripción de participación feria virtual Market place
 - Inscripción de participación feria virtual Expoartesano
 - Catálogo de producto Taller K
- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Expoartesánías 2020
- **Ventas:**
 - Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$2.110.500
 - Apoyo de compra ADC: \$1.185.000
 - Ventas generadas en Expoartesánías: \$120.000
 - Total, ventas generadas: \$2.230.500

5.1.2.3. Resultados Componente de Diseño y Producción:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

Es el segundo año de participación en el programa para el grupo artesanal Taller Koreguaje, durante el año anterior se realizaron talleres de trasmisión de saberes en técnica y perfeccionamiento del oficio, los diseños desarrollados se enfocan en consolidar las dos líneas de producto: jigras y bisutería. Han participado en diferentes ferias artesanales; durante el año 2019 participaron en Expoartesánías donde los productos diseñados fueron los que apalancaron la venta, adicional, lo más vendido fueron los aretes a diferencia de las manillas que se quedaron atrás.

Como primera actividad se realiza un autodiagnóstico el cual se compara con el último del año 2019 para revisar la ruta de acción del presente año y se marcó la ruta del plan de acción:

- Fortalecer la cadena de proveeduría: no tienen un contacto que les pueda proveer la materia prima en insumos. Adicional hay que revisar el ciclo de auto sustento y los planes de inversión del 2019 y 2020.
- Diversificación: revisar y estandarizar los productos que están desarrollando
- Producción: Revisar los procesos de tinturado y homogeneizar el conocimiento con el resto del grupo.
- Calidad: apoyarse en el documento de calidad del año pasado para actualizarlo con los nuevos desarrollos
- Color: Definir y reforzar el manejo del color
- Identidad: Definir el concepto a trabajar durante la vigencia 2020.



Ilustración 39-autodiagnóstico 2020

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
20	18	4	24	1



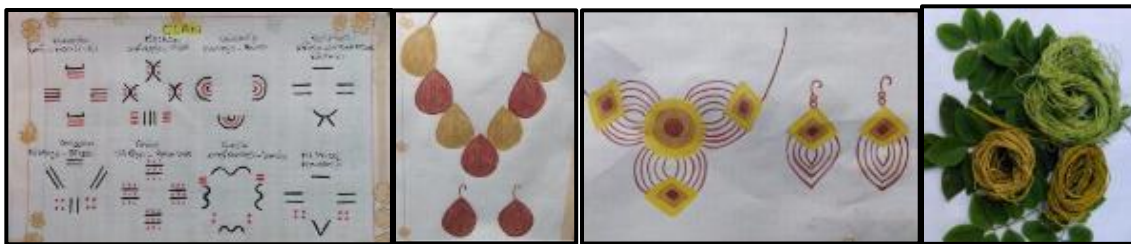
Ilustración 40-Asesoría Virtual en Diseño

• **Asesorías:**

- Asesoría para la construcción del inventario.
- Autodiagnóstico y estado actual del grupo artesanal.
- Identidad en el producto artesanal.
- Diversificación a través de exploración técnica.
- Construcción del concepto a trabajar colección 2020.
- Manejo del color y construcción del catálogo del color.
- Co-Diseño.
- Trabajo colaborativo con Arte Vivo.
- Bocetos colección 2020.
- Plan de producción Market place 2020.
- Seguimiento de actividades y estado actual el grupo septiembre 2020.



- Desarrollo de prototipos.
- Plan de producción Expoartesanías 2020 y seguimiento de la producción
- Proyección y seguimiento de compra Colección “Orgullo Étnico”.
- **Logros:**
 - Se logro establecer una hoja de ruta, dando como prioridad la cadena de proveeduría de materia prima.
 - Se estableció un plan piloto de proveeduría con artesanas de su comunidad Étnica quienes se encargarán de entorchar la materia prima a comprar durante los últimos 4 meses del año. (seguimiento a los planes de inversión de materia prima)
 - Se logro hacer levantamiento de un registro importante sobre el manejo de tintes y colores, Hasta el momento se han registrado un total de 24 colores: 21 de origen vegetal y 3 de origen artificial.
 - Se logro diversificar el mercado haciendo uso de las dos técnicas que manejan la comunidad, más sin embargo los procesos de homogeneidad en el grupo están aún en etapas iniciales.
 - Se evidencio los cambios en los procesos de seguimiento a la calidad de los productos en el trabajo colaborativo con Arte Vivo.
 - Se proyecto un total de 24 referencias de producto las cuales fueron aprobadas en comité Nacional de Diseño.
 - Se desarrollaron prototipos que permitieron las correcciones pertinentes y la evaluación en precios y competitividad en el mercado.
 - Se logro el desarrollo de 8 referencias y 26 unidades producidas para la participación en la primera versión virtual de Expoartesanías 2020.
 - Se logro producir 5 referencias y 15 cantidades para compra directa con Artesanías de Colombia.
 - Se logro realizar el registro fotográfico de los prototipos producidos.



- **Diseño y desarrollo de producto:**

CONCEPTO: “LA CASA GRANDE”

La Casa Grande, es un lugar de encuentro familiar donde el principal objetivo es preservar sus saberes culturales, desde el hacer manual y artesanal hasta la preservación de su



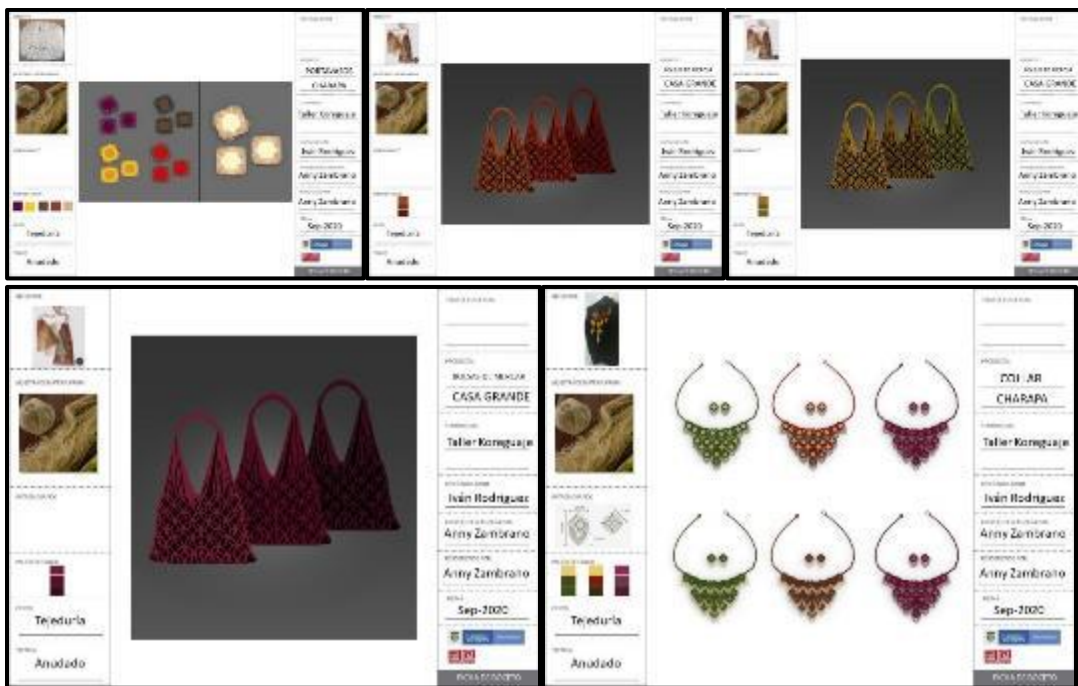
historia, ritos, cotidianidad, gastronomía, cantos, juegos etc. Es un lugar que salvaguarda y motiva la conservación de las practicas artesanales para todo el pueblo Koreguaje.

La forma como se va a retomar y tomar como punto de referencia para el desarrollo de las líneas será por medio de dos rituales que se dan dentro de esta casa, primero el Baile y se escogió el de la charapa porque tienen participación de todos los clanes, es decir es inclusivo. El segundo punto son los Cantos específicamente la canción de los sentimientos que para ellos tienen un significado tan profundo que los lleva a un punto de mucha reflexión.

El principal logro que se obtuvo con esta comunidad fue un trabajo investigativo de los tipos de productos que se pueden llegar a desarrollar adicional a la línea de bisutería que ya tienen. También se realizó un trabajo de llevar los referentes de inspiración al diseño, por medio de la abstracción de la forma.

Se desarrollo un proceso de investigación, de los posibles productos que se pueden realizar desde la técnica, y junto al histórico de ventas del año pasado se decidió proyectar las siguientes líneas:

- Jigras bicolores resaltando el manejo del color.
- Bolsas de mercar a partir de la técnica del macramé.
- Juego de collares inspirados en la forma de la charapa para reforzar la línea de producto que ya tienen posicionada.
- Souvenir: Portavasos con la técnica del macramé.





• **Fortalecimiento Productivo:**

Según el autodiagnóstico inicial para el taller artesanal Masi pai se proyectó un fortalecimiento en materias primas y herramientas el cual es el siguiente:

Año 2020	
Ítems	Valor
Herramientas	\$ 2.461.325
Materia Prima en zona	\$2.800.000
TOTAL	\$ 5.261.325

Debido a dificultades que se han presentado en la proyección y manejo de estos recurso el grupo artesanal Masi pai se encuentran en planteamiento de estrategias para gestión de estos recurso, como primera medida plantearon con plan piloto con las Mujeres Mayores de la comunidad quienes tienen la posibilidad de recoger y entorchar cumare, proyectando así tener una cadena de proveeduría más eficiente, más sin embargo a este plan se le hará seguimiento durante los mes de septiembre a noviembre del presente años, para asegurar la eficiencia con respecto a las necesidades del grupo.

Adicional al fortalecimiento productivo ya mencionado desde el convenio gestionado con el programa de cooperación internacional gestionado por la entidad se entrega un apoyo en la implementación de un Kit de Bioseguridad.

Año 2020 – Cooperación internacional	
Ítems	Cantidad
Kit de Bioseguridad	1 Kit

• **Producción y participación comercial:**

Para el grupo de taller Koreguaje se proyectó su participación en la Feria Artesanal Marketplace 2020 y Expoartesanías 2020. Para la postulación a la Feria Artesanal Marketplace 2020 se trabajó en el catálogo de producto y tuvieron acompañamiento durante las curadurías tanto del programa de Etnias como el programa de Ferias y Eventos, donde salieron favorecidos. Se desarrollo un plan de producción basándose en la capacidad de actual del grupo, pero debido a las dinámicas actuales, el trabajo en la virtualidad y a la emergencia sanitaria que alcanzo al grupo a finales del mes de Julio hasta principios del mes de septiembre, por decisión de Taller Koreguaje decidieron participar solamente en Expoartesanías 2020.

PARTICIPACIÓN FERIAS VIRTUALES



Ilustración 41-COMPRA COLECCIÓN “ORGULLO ÉTNICO



Ilustración 42-COMPRA COLECCIÓN “ORGULLO ÉTNICO

Durante el mes de agosto el grupo entro en un proceso de quietud debido a casos de infección por coronavirus en la mayoría de sus miembros y debido a esto los procesos de desarrollo de prototipos se aplazaron y se retomó nuevamente durante la segunda semana del mes de septiembre. A partir de los diseños propuestos para la colección 2020 se realizó la compra de 5 referencias que participaran en Expoartesanías dentro de la colección Nacional.

- **Acciones complementarias:**

El grupo artesanal Masi pai-Taller Koreguaje fue postulado a participar en una colaboración con la artista Juliana Góngora en el programa de Arte vivo de Artesanías de Colombia. Siendo un grupo novato en este mercado desde el programa de etnias se realizó un acompañamiento integral para el desarrollo de las piezas propuestas. Se solicitaron un total de 100 “leguas sagradas” que son jigras pequeñas, se propuso hacer de diversos tejidos y colores expresando la sana nación de la tartamudez. Se realizó la estandarización de 4 jigras para que los artesanos con medidas y características específicas pudieran expresar libremente, pero con cierto control para poder hacer seguimiento.

El ejercicio se realizó por alrededor 4 semanas y se cumplieron con los objetivos y expectativas esperadas.



Ilustración 43-Fotos tomadas de <https://www.instagram.com/p/CH0COE7hXq2/>

- **Concepto final del componente de Diseño**

El grupo artesanal a pesar de ser su segundo año, tuvo muchas dificultades en a la permanencia de sus integrantes, aún falta varios puntos a fortalecer, como la estandarización a nivel grupal y el fortalecimiento de las líneas de producto. A pesar que se obtuvo un resultado satisfactorio, hubo muchos contratiempos en el manejo de recursos tanto del 2019 como del 2020, adicional es evidente que no hay una unidad productiva consolidada. Para garantizar la continuidad es primordial reevaluar tanto el compromiso del grupo como la constitución del mismo.

5.1.3. MAMPUJÁN

5.1.3.1. Resultados Componente Socio- Organizativo:

Este grupo artesanal cuenta con 22 artesanas de los Montes de María, quienes hoy en día viven en el municipio de María La Baja, Bolívar. Son lideresas afrodescendientes que han representado el proceso de reconstrucción de la vida en Mampuján después del despojo y la violencia armada en la región, historia y legado que plasman en sus tapices de tela sobre tela y que se ha convertido en una forma de reconocimiento nacional e internacional. Sin embargo, este grupo no solamente ha reconstruido sus procesos de vida en torno al tejido, sino que también han hecho un rescate de saberes sobre la cocina y la comida, y buscan enseñarle a niños y niñas de la comunidad ambas labores. Esto hace que algunas artesanas prefieran la comida y otras se destaquen en el tejido.



Lo anterior tiene algunas implicaciones a nivel organizativo. La representante de la Asociación es Juana Alicia Ruiz, quien tiene fuertes habilidades en autogestión, redes de contactos institucionales y se ha dedicado a orientar todos los procesos comunitarios e institucionales hacia el tejido. Para los acompañamientos desde Artesanías de Colombia se delegó la representación a otra persona que es Gledis López. Aunque tiene una buena comunicación con las artesanas y confían en ella, a Gledis le gustan mucho más los procesos de cocina. Ambos liderazgos representan las apuestas organizativas del grupo, pero también tienen sus diferencias, lo cual ha causado desacuerdos en algunas ocasiones.

Adicionalmente, es un grupo artesanal al cual diversas entidades tienen referenciado. Instituciones educativas, estatales, empresas y entidades están constantemente interviniendo en sus procesos organizativos y quehaceres comunitarios. En este momento, eso ha generado que las artesanas tengan innumerables compromisos, solicitudes, pedidos y articulaciones institucionales, y sea necesaria una organización de sus actividades, delegadas y compromisos para poder cumplir con ellos.

• **ACTIVIDADES REALIZADAS**

FECHAS DE ASESORÍA	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
12/05/2020	- Autodiagnóstico inicial - Cronograma artesanal - Liderazgo y solidaridad	3
10/07/2020	- Liderazgo - Historias de Mampuján contadas desde los colores	2
07/08/2020	-Fortalecimiento organizativo	1
31/08/2020	-Transmisión de saberes	1
24/09/2020	Organización de rubros de transmisión de saberes	1
07/10/2020	Fortalecimiento Organizativo Seguimiento a compromisos de trabajo Creación del plan del oficio artesanal Organización de rubros de transmisión de saberes	4
24/11/2020	Metas y objetivos comunes Talentos y fortalezas Revisión misión y visión del grupo artesanal	3
NÚMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD		15



Con el panorama organizativo de las Tejedoras de Mampuján, existen grandes retos. El primero de ellos es la mejoría de la comunicación asertiva y la motivación de las artesanas a aportar organizativamente al grupo. Además, es importante generar acuerdos comunes y responsabilidades entre todas. También las representantes deben retroalimentar los conocimientos sobre autogestión, representación, ventas, comercialización, comunicación y redes de contactos.

Es fundamental comenzar a generar actividades de reconocimientos entre ellas, de colectividad y apoyo en las diversas habilidades y capacidades individuales, que así puedan identificar cuáles son los aportes que cada una puede realizar al grupo y consolidar el trabajo en equipo. Por último, se hace indispensable organizar el cronograma artesanal, identificar actores, compromisos, gestiones y actividades con sus respectivas delegadas.

• LOGROS Y ASPECTOS DESTACABLES DURANTE LA VIGENCIA

Los avances organizativos con Tejedoras de Mampuján han sido los siguientes:

- **Creación de acuerdos y compromisos:** al comenzar la vigencia, el grupo se encontraba con diferentes compromisos institucionales y comerciales, lo que afectó la recepción de asesorías y el compromiso con el fortalecimiento artesanal. Sin embargo, al realizarse algunas reuniones con las artesanas, entender los compromisos y gestiones que tienen, y ajustar las posibilidades de acompañamiento en la vigencia, se lograron crear acuerdos y responsabilidades de forma grupal, creando objetivos en la vigencia y temáticas a abordar desde cada componente.
- **Empoderamiento de otros liderazgos y acuerdos de comunicación:** debido a que Gledis estuvo incomunicada alrededor de un mes, se vio la necesidad de identificar a otra artesana en el grupo con conectividad que pudiese recibir las asesorías y retroalimentar a las demás integrantes. Se escogió a Janiris Pulido y fue muy positivo su compromiso y dedicación, puesto que generó una adecuada apropiación de las temáticas, las transmitió a las demás artesanas y construyó con ellas las tareas para el fortalecimiento artesanal. Posteriormente, cuando Gledis tuvo la posibilidad de comunicarse nuevamente, se realizó un empalme y retroalimentación y se acordaron formas de trabajo y liderazgo conjunto.
- **Rescate de identidad de Mampuján, desde los colores:** para las artesanas de Mampuján los colores en sus tapices reflejan las trayectorias de vida y tienen posturas radicales con el co-diseño con la intervención en sus colores. Por ello, se realizó un proceso de memoria cultural sobre historias de Mampuján desde los colores, la forma en que cada relato se hila desde los colores y las representan.
- **Transmisión de saberes:** por los diferentes compromisos que tienen las tejedoras, se hizo indispensable transmitir el conocimiento sobre la sanación mediante la tela sobre tela a jóvenes y niños de la comunidad, para vincularlos al grupo artesanal.



Entre 10 artesanas organizaron duplas e hicieron talleres a 30 personas en la comunidad.



Ilustración 44- Taller en grupo artesanal

- **Creación del plan del oficio artesanal:** esta actividad fue de gran importancia porque, en conjunto, las artesanas de Mampuján pudieron organizar sus tiempos de trabajo, responsabilidades, entregas y participación en ferias, logrando distribuir las tareas. Esto les permitió agendarse para poder llegar con producción a Expoartesanías.
- **Talentos y fortalezas:** esta actividad les permitió reconocerse entre sí mismas las fortalezas y asignar responsabilidades acordes con esto. Se identificó la gran entrega y dedicación de Janiris por los procesos artesanales, el diseño y la construcción de tejidos. Sin embargo, también permitió que se pudiese entender los conflictos asociativos y organizativos en Mampuján.
- **RECOMENDACIONES PARA ATENCIÓN EN PRÓXIMAS VIGENCIAS**
 - En primer lugar, los asesores que estén deben entender la conformación organizativa de Mampuján. ¿Quiénes están en la asociación? ¿Quiénes están en la junta y cuáles son sus funciones? ¿Quiénes están en la iniciativa artesanal? ¿Qué otros roles existen? Esto, con el propósito de lograr dimensionar esas tensiones organizativas y las dificultades que se han presentado en la asociación.
 - Conociendo esta conformación organizativa, la propuesta es que Janiris pueda liderar la iniciativa artesanal y Gledis la iniciativa de cocina.
 - Luego, es necesario que las demás artesanas empiecen a asumir roles organizativos.



Así concluye el informe final del fortalecimiento socio-organizativo, del grupo artesanal Tejedoras de Mampuján.

5.1.3.2. Resultados Componente Comercial:

Se han realizado asesorías virtuales reconociendo con el grupo un plan de trabajo comercial, teniendo en cuenta los resultados de la atención en vigencias anteriores y la proyección del grupo.

En el trimestre de julio a septiembre se ha acompañado al grupo artesanal resaltando la importancia del manejo de información con herramientas como el uso de un inventario, como es un grupo que ha recibido atención en vigencias anteriores se revisaron y recordaron las referencias de producto y se actualizaron algunas con la codificación para un fácil uso; se recomienda al grupo tener la actualización mensual del inventario teniendo en cuenta los tamaños de los productos agrupados dado que el grupo aún no tiene estandarización de medidas según cada una de los diseños, porque en cada uno de los tapices las artesanas reflejan puntualmente su creatividad haciendo diferente los tapices inspirados en historias similares. La anterior actividad sirvió de apoyo para la actualización de dimensiones en el catálogo de producto.

Asimismo, se socializo a las artesanas los 4 pasos para la construcción de un discurso de ventas que facilite los procesos de negociación con los clientes, el proceso se realizó con las artesanas Janiris, Gledys y Juana que ha reflejado roles de liderazgo dentro el grupo artesanal, para ello se realizó una actividad donde las artesanas crearían un espacio tipo stand y practicarían la forma de atención con los clientes, en el acompañamiento se realizó una retroalimentación a los videos compartidos resaltando la importancia de contar el proceso de elaboración de los productos y la historia que significa para el grupo, a continuación se comparto una imagen tomada de los videos compartidos por el grupo:

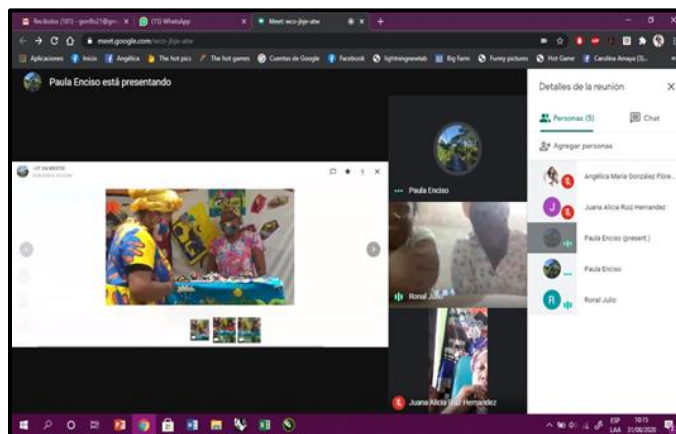


Ilustración 45-videos compartidos con el grupo

Con esta asesoría se identificó que las artesanas Juana y Gledis han participado como representantes en espacios comerciales, y Janiris se ha ido empoderando en el



acompañamiento de y coordinación de las asesorías a nivel interno y puntualmente en este ejercicio se resalta sus habilidades para la construcción del discurso de ventas.

Además, se ha acompañado con el equipo de diseño la preselección de productos para la participación en la feria de Expoartesanías que se encuentra en proceso dado que el grupo está en la elaboración de los prototipos para la línea de co-diseño 2020, se espera acompañar el proceso de costeo de producto y fijación de precios.

Para el trimestre de octubre a diciembre, se concentró con el grupo los precios luego de acompañar la asesoría de costos para los prototipos que desarrollados en co-diseño en la presente vigencia, además se realizó el seguimiento a la producción y envió para la feria de Expoartesanías, dados por previos acuerdos con el grupo sobre su capacidad productiva dado que este es un grupo que en la presente vigencia atendida otro tipo de compromisos con clientes y entidades. A continuación, encuentran registro de asesorías.

- **Logros:**

- El grupo artesanal reconoció sus fortalezas y debilidades en la comercialización de productos planteando un plan de trabajo.
- Se ha fortalecido las habilidades de comunicación del grupo mejorando su discurso comercial, reconociendo el crecimiento Janiris en su apoyo con la coordinación de actividades con el grupo y su crecimiento en las habilidades comerciales.
- Creación y actualización de referencias de producto.
- Concertación de precios para productos vigencia 2019 y 2020, y socialización de catálogo de producto.

- **Resultados:**

- Autodiagnóstico comercial inicial y final Mampujan
- Videos de discurso de ventas Mampujan
- Actualización de catálogo mes Julio

- **Participación en eventos comerciales virtuales:**

- Expoartesanías 2020

- **Ventas:**

- Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$0
- Apoyo de compra ADC: \$0
- Ventas generadas en Expoartesanías: \$570.000
- Total, ventas generadas: \$570.000



5.1.3.3. Resultados Componente de Diseño y Producción:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

La comunidad de Tejedoras de Mampuján se formaron luego de las masacres paramilitares del 2000 en la población de Mampuján. Las mujeres vivieron el conflicto armado en los Montes de María, y vieron como los campesinos fueron torturados y asesinados. Luego de un tiempo, la predicadora de la iglesia Teresa Geiser les enseñó el arte del Patchwork con el fin de que pudieran plasmar los horrores vividos, encontrando una forma de transformar su dolor y su memoria. Para la vigencia actual, se busca que a través de sus productos comerciales puedan contar las vivencias de la vida cotidiana de Mampuján mediante relatos de territorio que sean plasmados a través de tela sobre tela.

Se evidencia la necesidad que el grupo mejore la técnica de bordado y explore las puntadas para mejorar la calidad de la técnica. Así mismo, se hace evidente que dentro de las Tejedoras de Mampuján, no existe alguien que esté en la capacidad de desarrollar la confección de los productos, lo cual dificulta los procesos productivos y la competitividad comercial del grupo. Se debe fortalecer el manejo del color y la forma de aplicar de manera armónica la selección de bases textiles estampadas y de colores planos para sus propuestas. Se evidenció que las artesanas no desean aprender sobre corte y confección, lo que limita el proceso de desarrollo de nuevos productos ya que se ven dependiendo de un sastre para ello. Lo cual también genera una problemática en los tiempos de entrega de pedidos mediante su página web.

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
16	15	2	6	1



Ilustración 46-Grupo de artesanas de Mampujan



- **Asesorías Realizadas:**

- Levantamiento de inventario.
- Ejercicio de auto-diagnóstico.
- Socialización de cápsula de historia e identidad Parte 1 y 2.
- Socialización Identidad y Referentes.
- Color Parte 1 y 2 - Seguimiento Actividad Color.
- Manejo de color. Combinación de bases textiles estampadas.
- Desarrollo de Nuevos Productos - Validación Propuestas.
- Desarrollo de Líneas de Productos. Se generó un ejercicio de autodiagnóstico donde se identificó que el grupo requiere de un acompañamiento en el manejo de color y las posibles combinaciones que pueden realizar, sin que sientan que pueden perder su identidad como comunidad afro frente al empleo de colores alegres y vivos, los cuales sienten que los representa e identifica desde su cultura.
- Prototipado, nueva colección 2020.
- Plan de Producción de Tapabocas Colección Nacional Moda viva – Costeo de productos.
- Plan de producción Expoartesánías.
- Seguimiento de tapabocas.
- Calidad en el producto artesanal.
- Seguimiento productos Expoartesánías.
- Seguimiento y envío de productos Colección Nacional Moda viva.
- Envío producción Expoartesánías.

- **Logros:**

- Actualmente no emplean el manejo de cinta métrica, y esto hace difícil el proceso de estandarización y uniformidad de medidas por referencia en los productos que realizan colectivamente bajo el catálogo comercial.
- No existe un documento de calidad, las artesanas consideran muy importante perfeccionar sus puntadas y la calidad en el bordado.
- Se identifican referentes a partir de historias, relatos y actividades cotidianas propias de Mampuján y de su cultura.
- Se logró que el grupo propusiera paletas de color de acuerdo a cada una de las inspiraciones y referentes que han venido investigando para el desarrollo de nuevos productos.
- Se identifica con las artesanas el tipo de bases textiles y su composición.
- Se logra desarrollar una actividad donde se explora y se da a conocer la teoría del color, con esta información las artesanas realizan propuestas de paletas de color armónicas, seleccionando sus propuestas con telas de colores planos y estampados.



- Se realizan interpretaciones por medio de la técnica para el desarrollo de las historias del territorio y de esta forma, dichos relatos puedan emplearse para el desarrollo de los bocetos o renders de las nuevas líneas de producto.
- Se logra generar propuestas mucho más acordes a la gráfica e identidad de Mampuján gracias al trabajo de la comunidad, la cual desarrolló las propuestas teniendo en cuenta la historia y el color en pequeños formatos, que fueron adaptados a los bocetos en digital.
- Se logra dar inicio al proceso de prototipado, estableciendo paletas de color, formatos, y formas gráficas de cada uno de los relatos seleccionados del territorio por la comunidad.
- Se consigue generar una propuesta de diseño de tapabocas para el equipo de Moda Viva, basadas en las historias de territorio y paletas de color desarrolladas en la actual vigencia junto a la comunidad.
- Se realiza la producción de tapabocas del pedido del proyecto Moda Viva. Se generan algunas recomendaciones para que sean ajustadas por las artesanas y se pueda enviar la totalidad de las piezas en el tiempo establecido.
- Se logra hacer la producción para la feria Expoartesánías, donde se evidencia avances del desarrollo de los tiempos establecidos.

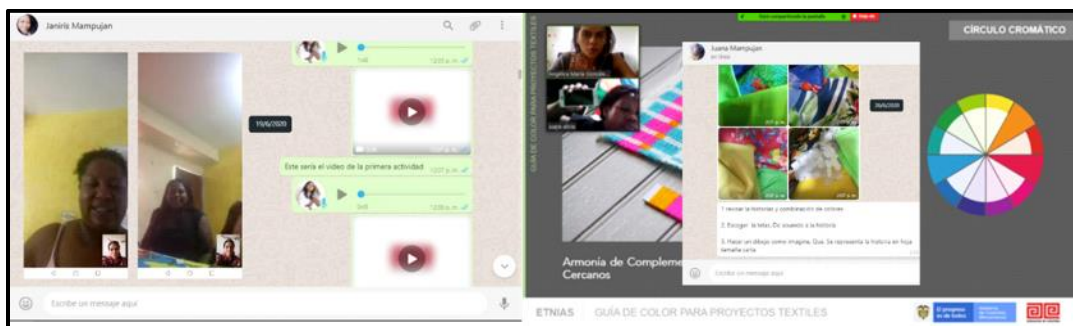


Ilustración 47-Actividades virtuales en Diseño

• Diseño y Desarrollo de Producto

Concepto: “Historias de mi pueblo”

Se realizan propuestas de diseño con bases textiles en un solo tono, sin emplear estampados para facilitar la producción de dichas referencias. realizan ejercicios prácticos que permitieron generar propuestas sin excesos de materiales como canutillos, lentejuelas, estampados, entre otros empleados en zona.

El grupo realiza tres relatos de territorio que son llevados a la búsqueda del color por medio de la inspiración de los lugares que recrean y la historia que las tejedoras de Mampuján desean recrear. Así nace “Historia de mi pueblo”, una colección conformada por tres cuentos:



- El pescador.
- La niña y la guayaba.
- El campesino y la gallina.



Ilustración 48-Resultados ejercicio en diseño

• **Producción y participación comercial:**

Se realiza curaduría y construcción del plan de producción para la participación en la feria virtual: Expoartesanías 2020. Así mismo, se les exponen a las artesanas las características y requerimientos de producto para las condiciones comerciales en escenarios digitales de comercialización. De esta manera, se les comparte el plan de producción para Expoartesanías 2020 que consta de 8 referencias de las nuevas líneas de productos desarrolladas y para la venta de tapabocas para la Colección Nacional de Moda viva.



Ilustración 49- Producción y Participación Comercial ferias virtuales

• **Fortalecimiento Productivo:**

Se apoya con la implementación de un kit de bioseguridad el cual fue gestionado por medio del programa de cooperación internacional de la entidad:

Año 2020	
Ítems	Valor
Kit de Bioseguridad	1 kit



• **Concepto final del componente de diseño:**

Las Mujeres Tejedoras de Mampuján son un grupo que actualmente están recibiendo apoyo de muchas entidades, lo cual les genera demasiados compromisos que se ven reflejados en la carencia del tiempo suministrado a la hora de realizar las actividades, que si bien, las realizan de acuerdo al cronograma que se establece, se evidencia la falta de dedicación y empeño. Por tal motivo, se sugiere que no se continúe con su atención de asesoramiento de manera integral.

5.1.4. MITES

5.1.4.1. Resultados Componente Socio- Organizativo:

Es un grupo artesanal de indígenas Eperara Siapidara, provenientes de López de Micay y Timbiquí, Cauca, pero actualmente residen en Bogotá a causa del desplazamiento forzado. Tejen cestos con paja tetera y chocolatillo, fibras del pacífico colombiano. Las artesanas Eperara culturalmente tienen la dinámica de tejer en conjunto, es el momento del día en que pueden compartir con amigas, familiares y cuando las sabedoras de la comunidad cuentan historias que plasman en las artesanías. También es el momento de llevar comida para compartir, de socializar las anécdotas cotidianas y de trabajo. Esta colectividad, creada en el tejido desde los procesos culturales, hace que Mites tenga una conformación organizativa orientada al trabajo conjunto, a compartir aportes y responsabilidades, al diálogo en el tejido y a la toma de decisiones colectivamente.

Es un grupo de 13 artesanas y 2 artesanos, aunque en los espacios de hogar los esposos de las artesanas también hacen parte de la construcción del tejido. Son personas que encontraron en la artesanía una forma de trabajo en la ciudad, puesto que en su territorio el tejido es una actividad cotidiana que no es remunerada. Por esta particularidad se han organizado para que todas las artesanas puedan recibir su respectivo dinero por el trabajo que realizan, pero también que aporten al fondo común del grupo, en beneficio de todas. Además, se distribuyeron las labores en la vigencia 2019, en la que cada artesana fue reconocida por habilidades particulares y de acuerdo con ello adquirió un compromiso en el grupo. Adicionalmente, la lideresa Liliana Grueso es un gran canal de comunicación puesto que retroalimenta al grupo frente a las gestiones, asesorías y aprendizajes que tiene. También consulta las alternativas para el grupo, logrando que las decisiones al respecto sean tomadas en conjunto.

• **ACTIVIDADES REALIZADAS**

FECHAS ASESORÍA	DE	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS	DE
12/05/2020		- Autodiagnóstico inicial	3	



	- Cronograma artesanal - Manejo de emociones	
22/05/2020	- Liderazgo y solidaridad	1
11/06/2020	- Historias que contrastan la vida en territorio y en la ciudad - Construcción inicial de historias y significados del color	2
23/06/2020	-Ajuste en las historias y significados del color, de acuerdo con socialización grupal - Definiciones sobre objetivos, expectativas y metas	2
03/07/2020	- Revisión inicial de Misión y Visión - Sensibilización de Metas y Objetivos Comunes	2
01/09/2020	- Ajuste de Misión y Visión, revisión final - Transmisión de saberes - Plan del oficio artesanal	3
24/09/2020	- Plan de inversión de Transmisión de Saberes - Transmisión del liderazgo - Cronograma de trabajo artesanal (participación en ferias)	3
26/11/2020	-Autodiagnóstico final	1
03/12/2020	Encuentro de saberes - Asociatividad	1
NUMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD		18

De la atención realizada en 2019 se lograron fortalecer varios aspectos socio-organizativos en el grupo y quedaron retos interesantes para el 2020. Además, el aislamiento preventivo y los cambios en las formas de comunicación también adicionaron retos para Mites. En primer lugar, las artesanas Eperara son muy tímidas y, aunque mejoraron la comunicación con personas externas a la comunidad debido a la participación en varias ferias artesanales, es muy importante seguir disminuyendo el pánico escénico y fortalecer la comunicación en español con personas desconocidas. Otro punto para mejorar consiste en el conocimiento sobre entidades e instituciones que puedan apoyar el sector artesanal, junto con las capacidades en autogestión.

En segundo lugar, con la cuarentena, es muy importante que las artesanas puedan apropiarse el uso de herramientas tecnológicas, aunque la lideresa y la artesana que maneja el dinero han aprendido a comunicarse por videollamadas, es fundamental que las demás artesanas también puedan hacerlo. Esta puede ser una gran herramienta para que se sientan más en confianza y mejoren la comunicación verbal con personas que no son de la comunidad. Otro reto que generó la cuarentena es la organización artesanal orientada a la producción



para las ferias comerciales virtuales, puesto que deben encontrar formas adecuadas y tiempos específicos para solicitar la materia prima de territorio, distribuirla, tinturar conjuntamente, cumplir con los compromisos de prototipos y producción, hacer un plan de trabajo y lograr adecuarse con los requisitos de las plataformas de comercio electrónico y digital.

- **LOGROS Y ASPECTOS DESTACABLES DURANTE LA VIGENCIA**

Teniendo en cuenta los retos expuestos, los avances que se han logrado realizar en las asesorías del componente social en la vigencia 2020 son:

- **Organización del cronograma artesanal:** esta actividad ha sido fundamental para el grupo artesanal porque les ha permitido crear actividades semana a semana, orientadas a su forma de vida, y organizar el tiempo para que todo el grupo pueda aportar. Así han delimitado días específicos para hacer las tareas de cada componente, para las asesorías de Artesanías de Colombia y para los rituales que se han hecho en comunidad.
- **Consolidación grupal por medio de las actividades de manejo de emociones y liderazgo:** para este grupo en especial las actividades de reflexión y sensibilización transmitidas por medio de audios fueron sumamente importantes, puesto que entre las artesanas que comparten casa se reunieron en torno a un celular a hacer las actividades en conjunto, a compartir las reflexiones, a manejar entre todas los sentimientos que se evocaron. Los ejercicios de escuchar los audios se convirtieron en ese compartir que no se había podido realizar al no lograr tejer en conjunto, pudieron socializar todos los demás temas durante semanas no habían logrado hablar.
- **Aumento de la comunicación y disminución de la timidez de las artesanas por medio de relatos audiovisuales:** los audios, videos y videoconferencias para este grupo han sido una gran opción y herramienta para hablar, expresarse y vencer la timidez. Se han logrado ver y escuchar, han destacado lo que les gusta de sí mismas, las cosas que quieren mejorar y se han apropiado mucho más de su discurso artesanal.
- **Rescate cultural a través de la reconstrucción de las historias y significados de los colores:** esta actividad permitió evocar el territorio y la forma en que la vida en él contrasta con la ciudad. Fue un ejercicio colectivo que permitió identificar que en el tejido también están todos esos pensamientos y recuerdos del territorio, que lo llevan consigo y que desde las artesanías pueden contar cómo es ese lugar que las personas no conocen. Además, les permitió hacer actividades de transmisión de saberes entre las maestras artesanas y las jóvenes, puesto que les permitió enseñarles los colores en lengua, contarles sobre el territorio desde la fibra tinturada y enseñar sobre el Pueblo Eperara.



- **Rescate cultural sobre el manejo de emociones y cuidado comunitario:** al hablar sobre las emociones y el cuidado personal en el grupo artesanal, se realizó un ejercicio de rescate cultural sobre cómo se manejan las emociones en comunidad y los rituales de cuidado personas. En estos procesos el agua y el río son fundamentales, pero al estar en la ciudad, la alternativa ha sido acogerse a los momentos rituales que ha organizado la comunidad en los que existe un aislamiento corporal y espiritual para proteger a toda la comunidad. Esto también ha tenido una adecuación a los procesos artesanales y de liderazgo, puesto que las actividades han tenido que ajustarse a los rituales, equilibrando los tiempos para ambas situaciones.
- **Visualización en el futuro:** con la actividad del sueño artesanal, las artesanal pudieron crear un objetivo común en el que se proyectaron a futuro como un grupo artesanal con su propio local para comercializar artesanías a nivel local, nacional e internacional. Lo más interesante de este logro, fue que identificaron la pertinencia de cada una de acciones y fortalecimiento que tienen en este momento, orientado al cumplimiento de ese sueño colectivo.
- **Creación de cronograma de trabajo para ferias virtuales:** este logro le permitió al grupo organizar fechas, actividades necesarias para las ferias y delegados, creando compromisos colectivos y trabajando en conjunto para poder cumplir con los requerimientos técnicos y temporales de dichos espacios virtuales.
- **Organización de los talleres de transmisión de saberes orientados a la producción para ferias:** el grupo artesanal logró articular su proceso productivo a la transmisión de saberes y la necesidad de fortalecer en las artesanas aspectos del tejido que contribuyen al bien común y los compromisos colectivos.



Ilustración 50- Ejercicio de transmisión de saberes

- **Cualificación sobre procesos de formalización y asociatividad:** con la consolidación grupal y organizativa que tiene Mites, las artesanas han empezado a



interesarse por la formalización del grupo. Por esto, fueron invitadas al Encuentro de Saberes sobre Asociatividad, en el que pudieron compartir experiencias asociativas con otros grupos y empezar a construir el camino para lograrlo.

- **RECOMENDACIONES PARA LA ATENCIÓN EN FUTURAS VIGENCIAS**
- Es necesario fortalecer la autogestión en el grupo artesanal. Las líderes son pasivas en este sentido y sería interesante que pudieran conocer instituciones, marcas, empresas que apoyen y fortalezcan su oficio artesanal.
- Debido al interés del grupo en formalizarse, es importante acompañar al grupo en este proceso. Que puedan conocer cuáles son las formas asociativas, lo que implican cada una de ellas, los deberes y compromisos legales, y los respectivos requisitos.
- Con relación a la transmisión de saberes, puede ser una gran opción que como artesanas con trayectoria en diferentes conocimientos y experiencias puedan compartir esos saberes con la comunidad, en Bogotá.

Así concluye el informe de fortalecimiento socio-organizativo del grupo artesanal Mites.

5.1.4.2. Resultados Componente Comercial:

Es un grupo que cuenta con alto potencial de crecimiento. Actualmente, se encuentran en un proceso intermedio en términos de comercialización y mercadeo. Durante este año se realizaron 11 asesorías. En la primera sesión, se abordó la socialización del plan de trabajo y la actualización del catálogo de productos vigencia 2020. Durante la segunda asesoría, se realizaron dos actividades. Por un lado, el ejercicio práctico de autodiagnóstico comercial para identificar las brechas del grupo y posteriormente, se registró al grupo en la plataforma de promoción y negocios “Compra Lo Nuestro”.

Posteriormente, se trabajó en la construcción del discurso de ventas del grupo debido a que algunas artesanas poseen dificultades para expresarse en español y poseen debilidades en la expresión y fluidez verbal. Así mismo, se realizó la asesoría sobre el ciclo de venta electrónica, las ventajas y beneficios del comercio electrónico y las plataformas digitales para la promoción y venta de sus productos.

En el mes de Julio, se desarrolló un acompañamiento técnico para postular al grupo a la feria virtual “MiBogotaWeek” organizada por la secretaria distrital de desarrollo económico de Bogotá; esta actividad incluyó el diligenciamiento del formulario de postulación, así como la actualización de precios del catálogo de productos. El grupo fue aceptado para participar en el programa y le solicitaron crear una cuenta en Mercado Libre para recibir los beneficios de su participación; con base en esto, se programó una asesoría práctica en la cual la artesana líder y dos artesanos adicionales crearon la cuenta del grupo en Mercado Libre y conocieron la estrategia de mercado pago y mercado envíos que ofrece la plataforma.



Igualmente, durante el mes de agosto se realizó una asesoría sobre costos y precios del producto artesanal. Es necesario resaltar que el grupo demuestra compromiso para medir los tiempos de producción y capacidad para calcular los precios de sus referencias. Sumado a lo anterior, el grupo fue postulado a la feria virtual “Colombia comparte talento” organizada por la consejería presidencial para las juventudes; sin embargo, su postulación no fue aprobada.

Durante el mes de septiembre, se realizó una asesoría de seguimiento al avance comercial dentro de la plataforma Mercado Libre, sin embargo, el grupo no había publicado más productos desde la última asesoría; En vista de esto, se realizó un refuerzo sobre la forma en que deben publicar los productos y luego se realizó la publicación de una nueva referencia dentro de la plataforma.

Adicionalmente, junto con el asesor de diseño del grupo se realizó un ejercicio de costos para establecer los precios de los prototipos que están desarrollando actualmente, dejando como resultado la matriz de prototipos con precios definidos.

Durante el último trimestre del año, junto con la artesana líder y las demás integrantes del grupo se fortaleció el ejercicio de costos y precios de la colección co-diseñada durante este año con el equipo de diseño. Adicionalmente, se realizó un proceso de actualización de precios de referencias que elabora el grupo en su catálogo de productos.

En conclusión, en el desarrollo del plan de trabajo propuesto con el grupo durante la presente vigencia, se logró identificar que dentro de sus puntos fuertes se encuentra la definición de costos y precios de venta, el manejo de registros de ventas, ingresos y egresos del grupo. Adicionalmente, las artesanas cuentan con avanzadas habilidades comerciales. Algunas no manejan el español fluidamente, No obstante, se destaca la capacidad para expresarse y ofrecer sus productos. Son un grupo con dinámicas comerciales activas y constantes; poseen una agenda de clientes y continuamente están promocionando sus productos a través de sus redes sociales. En términos de formalización empresarial, el grupo no ha iniciado tal proceso; sin embargo, cuentan con distribución de roles y tareas claramente definidos. Una de sus debilidades es el precio de sus productos; debido a la alta dependencia de materia prima que debe ser enviada desde el territorio, lo que afecta el precio de venta final. En términos generales es un grupo organizativamente sólido.

- **Logros:**

- El grupo artesanal reconoció sus fortalezas y debilidades en la comercialización de productos
- Actualizar los precios del catálogo de productos vigencia 2020
- Las artesanas identifican el ciclo de venta electrónica para la comercialización de sus productos por medio de plataformas digitales.
- El grupo reconoce su estructura de costos y aplica la metodología para calcular los precios de sus productos de manera correcta y adecuada.



- **Resultados:**
 - Autodiagnóstico comercial
 - Catálogo de productos vigencia 2020
 - Registro en la plataforma “Compra Lo Nuestro”.
 - Postulación en el Marketplace Aliarte.co
 - Video promocional grupo Mites
 - Inscripción participación feria virtual “Colombia Comparte Talento”
 - Inscripción participación feria virtual “MiBogotaWeek”
 - Apertura de cuenta en Mercado Libre.
 - Inscripción participación feria virtual Feria propia Marketplace ADC 2020
 - Inscripción participación feria virtual Expoartesánías 2020
 - Matriz de costos y precios de prototipos 2020.
- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Feria propia Marketplace ADC 2020
 - Expoartesánías 2020
 - Feria virtual “MiBogotaWeek”
- **Ventas generadas:**
 - Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$8.412.000
 - Apoyo de compra ADC: \$ 3.270.000
 - Ventas generadas en Expoartesánías: \$1.920.000
 - Total ventas generadas: \$10.332.000

5.1.4.3. Resultados Componente de Diseño y Producción:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

El grupo Mites se ro bajo una necesidad de sobrevivir a los cambios en ciudad, fue un proyecto familiar que se expandió y logro acoger a más artesanos Eperara de la ciudad.

Han participado en varias ferias, en la última que participaron fue Expoartesánías 2020 y fue su primera participación, consiguieron en ventas un total de \$15.000.000 los productos más vendidos fueron, las cuatro tetas minis, los sobres, y las terlenkas. Lo que menos se vendió fueron las petacas, más sin embargo este producto fue un éxito en Expoartesano en Medellín. Se realizo la auto evaluación en conjunto y se llegó a las siguientes conclusiones.

Se marco la ruta de atención en el grupo artesanal:

- Fortalecer la cadena de proveeduría: no tienen un contacto que les pueda proveer la materia prima en insumos. Adicional hay que revisar el ciclo de auto sustento.
- Diversificación: revisar y estandarizar los productos que están desarrollando



- Producción: Revisar los procesos de Tinturado
- Calidad: Generar un documento diferencial de Calidad y socializar con el grupo artesanal.
- Color: Definir y reforzar el manejo del color
- Identidad: Definir el concepto a trabajar durante la vigencia 2020.

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
22	16	4	19	2



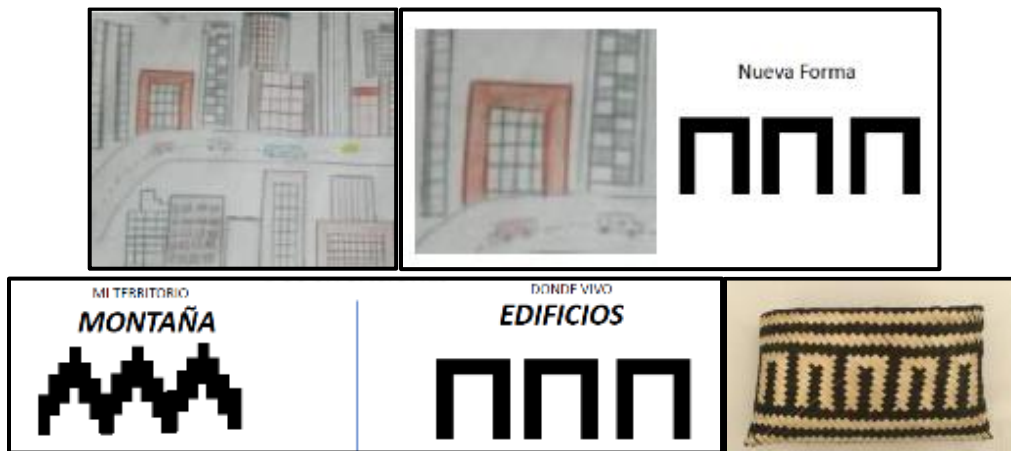
Ilustración 51-Asesoría virtual grupo artesanal Mites

- **Asesorías:**
 - Asesoría para la construcción del inventario y compra ADC
 - Autodiagnóstico y estado actual del grupo artesanal
 - Identidad en el producto Artesanal
 - Construcción del concepto
 - Manejo del color y construcción del catálogo de color.
 - Co-Diseño
 - Fortalecimiento de herramientas y compra de materias primas
 - Diversificación: revisar y estandarizar los productos que están desarrollando
 - Bocetos colección 2020
 - Acompañamiento postulación y planes de producción Marketplace 2020
 - Presentación de la guía y desarrollo de prototipos.
 - Acompañamiento a costeo de productos nuevos.
 - Plan de producción Expoartesanías 2020 y seguimiento de la producción
 - Proyección y seguimiento de compra Colección “Orgullo Étnico”



- **Logros:**

- Se ha consolidado las líneas de petacas que se vienen trabajando desde el año pasado.
- Junto con el componente social se está trabajando en el reconocimiento de los colores desde su técnica y desde sus saberes culturales el significado de los colores en la artesanía, se identificaron un total de 12 colores.
- Se construyo en conjunto simbología propia del grupo artesanal para el desarrollo de las líneas de producto.
- Se trabajo matrices para perfeccionar la forma de los contenedores.
- Se realizo un estudio para diversificar la técnica en nuevos productos que este acorde al oficio e identidad del grupo.
- Se desarrollaron prototipos que permitieron las correcciones pertinentes y la evaluación en precios y competitividad en el mercado.
- Se logro el desarrollo de 8 referencias y 14 unidades producidas para la participación en la primera versión virtual de Expoartesanías 2020.
- Se logro producir 4 referencias y 16 cantidades para compra directa con Artesanías de Colombia.
- Se logro realizar el registro fotográfico de los prototipos producidos.



- **Diseño y desarrollo de producto:**

CONCEPTO: “MI CASA MI PENSAMIENTO”

La transformación que han sufrido no solo sus rituales si no también en la fabricación de su propia artesanía a raíz del desplazamiento que vivió el grupo artesanal Mites y más allá de plantear una clara añoranza de su territorio, el grupo artesanal Mites quiere reflejar a través del diseño de sus productos, esa transformación que han vivido y su nueva cotidianidad, su nueva casa sin desconocer su casa natal.

Realizaron un trabajo comparativo entre los elementos claves de cada contexto y aparece el concepto principal a trabajar basado en el pensamiento natural del territorio y en el



pensamiento poco natural de la ciudad y en construcción conjunta se realizó un trabajo de abstracción de la forma para generar símbolos comparativos con los ya existentes.

Para el grupo artesanal mites se definido que de acuerdo a las nuevas dinámicas del mercado se podrá trabajar posiblemente las siguientes líneas de producto, en su mayoría enfocados a la línea hogar:

- Contenedores pequeños para oficina
- Organizadores
- Petacas



• **Fortalecimiento Productivo:**

Según el autodiagnóstico inicial para el taller artesanal Mites se proyectó un fortalecimiento en Tintes y Materia prima:

Año 2020	
Ítems	Valor
Tintes	\$ 1.880.269
Materia Prima	\$ 3.000.000
TOTAL	\$ 4.880.269

La adquisición de materia prima la realizan en zona, al encontrarse en Bogotá se les presenta dificultades de adquisición, más sin embargo desde el 2019 el proveedor con el que vienen trabajando les responde en calidad, tiempo y precio.

Adicional al fortalecimiento productivo ya mencionado desde el convenio gestionado con el programa de cooperación internacional gestionado por la entidad se entrega un apoyo en la implementación de un Kit de Bioseguridad.

Año 2020 – Cooperación internacional	
Ítems	Cantidad
Kit de Bioseguridad	1 kit



- **Producción y participación comercial:**

Para el grupo artesanal Mites se proyectó su participación en la Feria Artesanal Marketplace 2020 y Expoartesanías 2020. Para la postulación a la Feria Artesanal Marketplace 2020 se trabajó en el catálogo de producto y tuvieron acompañamiento durante las curadurías tanto del programa de Etnias como el programa de Ferias y Eventos, donde salieron favorecidos. Se desarrollo un plan de producción basándose en la capacidad de actual del grupo con una proyección en ventas de \$7'680.000. Mas sin embargo debido a temas logísticos los cambios de fecha de las ferias nos permitieron proyectar mejor la producción y realizar una nueva distribución y propuesta para Expo artesanías.

- **PARTICIPACIÓN EN EXPOARTESANÍAS**



Ilustración 52-COMPRA COLECCIÓN “ORGULLO ÉTNICO”

A partir de los diseños propuestos para la colección 2020 se realizó la compra de 6 referencias que participaran en Expo artesanías dentro de la colección Nacional.

- **Acciones complementarias:**

El grupo ha trabajado activamente y junto al componente comercial se ha abierto espacios que les ha ayudado a mitigar el impacto que ha ocasionado la emergencia sanitaria, como apoyo desde el componente de diseño se ha realizado un trabajo muy juicioso en asesoría al grupo para escoger la pieza adecuada para el Bogotá Weekend. Adicional se encuentran trabajando junto Amano Lab. en apoyo de comercialización mediante la figura de consignación.

- **Concepto final del componente de Diseño**

A nivel de diseño, el grupo artesanal Mites durante el año ha consolidado más su oferta comercial. Es de resaltar su gran avance en el manejo técnico y la estandarización de formatos. Se aconseja mantener la continuidad, ya que su oferta comercial no está del todo madurada y se puede proyectar una atención de forma más puntal.



5.1.4.4. Resultados Componente de Comunicaciones:

Este año es la primera vez que el componente de comunicaciones tiene asesorías con el grupo Mites. Al tener la facilidad de su conectividad por encontrarse en Bogotá se seleccionó como uno de los grupos con quienes se haría un acompañamiento integral desde el componente. Otro de los criterios de selección fue su compromiso en el trabajo e interés de fortalecerse en el manejo de las redes sociales para darse a conocer y vender sus productos.

Este grupo fue uno de los beneficiarios de la alianza de la telefónica CLARO con Artesanías de Colombia, que le otorga al líder del grupo un beneficio durante tres meses de 1,8 Gb de navegación, llamadas y mensajería ilimitada, así como Facebook, WhatsApp y Twitter.

• Asesorías Virtuales: 9

7 asesorías de los talleres de comunicación y 2 de acompañamiento para la construcción de un video.

Asesorías Comunicaciones						
Grupos Artesanal	Total Asesorías	Fecha Asesoría	Tipo de Asesoría			Tema de la Asesoría
			Integral	Puntual	Testimonios	
Mites	9	18 mayo	x			Estrategia de Comunicación.
		8 junio			x	Acompañamiento en grabación de video
		10 junio	x			Apertura de correo electrónico
		26 junio	x			Botones de Instagram
		14 julio	x			Plan de Acción
		23 julio	x			Parrilla de contenidos
		18 agosto	x			Introducción a Canva
		24 agosto	x			Canva - Funciones
		9 septiembre	x			Canva y Parrilla de contenidos

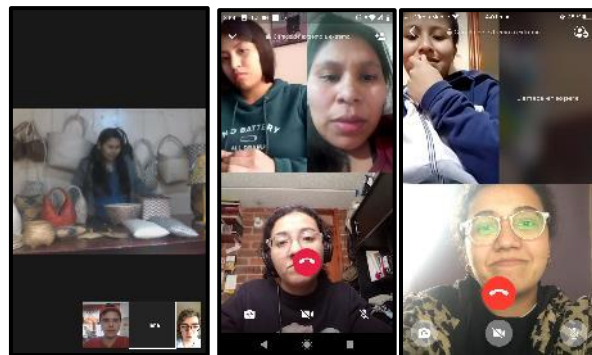


Ilustración 53- Asesorías virtuales desde el componente de comunicaciones

• Contenidos talleres:

Estrategia de comunicación “Tenerla Clara” y módulo introductorio “Redes Sociales”.



El grupo ha tenido un avance importante en sus redes sociales por su alto compromiso y dedicación que han demostrado en relación a las asesorías y temáticas aprendidas de las redes sociales, su manejo y contenido.

Con base en las asesorías entorno a la reflexión de su estrategia de comunicación se establecieron cuáles serían los ejes de contenido que como grupo quieren que sean la base de sus redes sociales y de ahí se desprendió la elaboración de su parrilla de contenidos.

Eje de contenido	Temas por eje de contenido	Publicaciones puntuales
QUIÉNES SOMOS	1. TERRITORIO 2. DIALECTO 3. SIMBIOLOGIA 4. COTIDIANIDAD 5. HISTORIA DE MITES	1.1 Ubicación de su territorio regional 1.2 Ubicación de su municipio actual 1.3 Mapa con coordenadas y año 1.4 Círculo de territorio rural 2.1 Significado del nombre del Grupo MITEB 2.2 Palabras básicas en inglés relacionadas a oficio artesanal 3.1 Referencias de la actividad 3.2 Simbolismo en los colores 4.1 A qué se dedican los miembros en sentido: Viajeros, Ciudad 4.2 Labores de la mujer, guerra y del hombre, guerra 5.1 Cuento local, cuento oral conformado 5.2 Cuadro personal trabajo en el GRUPO
ARTESANAS (Cotidianidad)	1. BIODIVERSIDAD 2. Transmisión de saberes 3. HABILIDADES (CIVIL)	1.1 La labor de cada artesana y que tiene también dentro del grupo 2. Comparte conocimientos de sus artes más que el sus María Celia Cruz, Sofía de 50 años que aprendió desde los 8 años, es la mamá de Juli y aprendió con su mamá, como traba y como hacer 11 trabajo, cuando sea mejor porque le otra persona se da más y me enseñó
OFICIO	1. Cuentos 2. Ocasos 3. MATERIAL: Cereales naturales 4. Proceso de elaboración	1.1 Quiénes 1.2 Técnicas 2.2 Cuentos son los materiales que utilizan (paja, sobre y chocolate) 2.3 Día donde vienen (miércoles) 3.1 Cuentos los nombres, los colores, para el grupo (papas, arroz, arroz, arroz) 3.2 Cuentos son cosas cotidianas 4.1 Técnica: La sarga 4.2 Finalidad del producto (ropa)
PRODUCTOS	1. DISEÑOS 2. COMERCIAL 3. Cuentos	1.1 Diferencias de productos 2.1 Tipos de productos 3.1 Formas de ser productos 1.4 Simbolismo 1.5 Diferencias en los productos 2.1 Desventajas al producir 2.2 Formas de pago 2.3 Participación en ferias

Plan de publicaciones para galería Instagram



Si bien ya han subido contenidos a sus post e historias aún falta apropiación de la herramienta y, sobre todo, a la periodicidad de la publicación de contenidos. A continuación, haremos un elenco de los avances que se han obtenido en este tiempo de asesorías y seguimiento con el grupo.

• **Redes Sociales:**

Ya tenían redes sociales, pero se hizo un diagnóstico y replanteamiento de las mismas.

- Apertura correo electrónico: artesaniasmites@gmail.com
- Se creó su página oficial en Facebook: Artesanías Mites
- Cambio de su cuenta de Instagram normal a una cuenta empresarial.
- Se incluyó su perfil en las cuentas institucionales de AdC para el directorio de artesanos, en el marco de la estrategia #ArtesanoEstamosContigo
- Actualización de la descripción en la BIO.
- Generación de link que lleve inmediatamente al WhatsApp con mensaje automático.
- Elaboración de las Historias Destacadas.
- Apertura de cuenta en Canva
- Diseño de plantillas para la herramienta Canva con una línea gráfica definida y una paleta de color propia, inspirada en su logo.
- Desarrollo parrilla de contenido.

• **Proyección:**

- Seguimiento de sus publicaciones en Instagram



- Fortalecimiento en el manejo de la herramienta de canva.
- Testimonio para campaña “No hay otro igual”, en el marco de Expoartesánías.

5.1.5. WARKHI

5.1.5.1. Resultados Componente Socio- Organizativo:

Warkhi es un grupo artesanal perteneciente al Pueblo Wounaan que hoy vive en Bogotá, a causa del desplazamiento forzado en el Chocó, territorio en el cual nacieron todas las artesanas de este grupo. Actualmente, son 25 artesanas y 1 artesano, quien lidera el grupo. Organizativamente, Warkhi tiene un líder con un amplio conocimiento en gestión institucional, ha logrado construir una gran red de contactos a nivel distrital, nacional e internacional (desde el sector educativo hasta el empresarial) lo que ha generado un fuerte reconocimiento de los productos artesanales hechos en Werregue. Hay 7 maestras artesanas que, desde la vigencia pasada, han empezado a empoderarse en las diversas tareas y responsabilidades en el grupo artesanal, tanto de la trasmisión de saberes en la producción de artesanías hasta la representación del grupo en ferias y el seguimiento contable. Las demás artesanas tienen diferentes roles en el grupo, pero en su mayoría son mujeres Wounaan que vieron la posibilidad de trabajar como artesanas en la ciudad y se vincularon recientemente al grupo, por lo cual están en proceso de aprendizaje.

• ACTIVIDADES REALIZADAS

FECHAS DE ASESORÍA	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
12/05/2020	- Autodiagnóstico inicial - Cronograma artesanal - Manejo de emociones	3
04/06/2020	- Fortalecimiento organizativo - Cartilla de simbología Wounaan	2
09/06/2020	-Rescate cultural mediante historias y significados de los colores.	1
14/07/2020	- Metas y objetivos comunes - Revisión inicial de misión y visión	2
31/08/2020	- Transmisión de saberes - Consolidación de Misión y Visión del grupo - Manejo de emociones	3
02/09/2020	- Rescate cultural - Construcción de cartilla de simbología	2
07/10/2020	-Plan del oficio artesanal -Talentos y fortalezas	2
02/12/2020	-Autodiagnóstico final	1



NUMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD	16
--	-----------

Para la vigencia 2020 Warkhi tiene retos que se generaron de los avances en vigencias anteriores y retos creados por la contingencia nacional. Por un lado, en el 2019 se realizó un Plan de Beneficios en el grupo artesanal para tener claridad y organización en el manejo presupuestal, y para que las artesanas se apropiaran del seguimiento de dinero en el grupo. Uno de los retos consiste en implementar ese Plan de Beneficios, que los acuerdos a los que se llegaron puedan cumplirse y que se haga de forma participativa entre todo el grupo. También, existe el reto que el líder pueda socializar sus conocimientos en gestión institucional con las artesanas y que ellas puedan aportar y responsabilizarse de la red de actores que tiene Warkhi. Además, un gran reto al liderazgo es el aprendizaje en la delegación de gestiones y actividades organizativas del grupo, confiar en las capacidades de las demás artesanas y valorar los aportes de cada una.

Sumado a lo anterior y con la llegada de la cuarentena, se establecieron retos adicionales para el grupo. Por un lado, es indispensable no perder la comunicación entre las maestras artesanas para que no se desaproveche el proceso generado en la vigencia anterior. Para ello, es necesario motivarlas a usar las herramientas tecnológicas, que desde ellas se puedan comunicar con las demás artesanas, puedan liderar, y, además, que estén al tanto de las asesorías que se brindan desde Artesanías de Colombia.

Por otro lado, Arcenio ha contactado a todas las personas, entidades e instituciones que conoce para que puedan brindar algún tipo de ayuda al grupo artesanal. Esto ha hecho que se generen acciones en distintos niveles, pero es importante entender y organizar esta red de actores para que Warkhi pueda establecer cuáles son las responsabilidades con cada uno de ellos y cuáles son los alcances de cada entidad. Lo ideal sería que los apoyos no se crucen ni se hagan acompañamientos desarticulados. Por último, se ha evidenciado desinterés en el grupo hacia el fortalecimiento socio-organizativo, por lo que se generarán estrategias de acompañamiento que motiven al grupo.

- **LOGROS Y ASPECTOS DESTACABLES DURANTE LA VIGENCIA**

Teniendo en cuenta los retos expuestos, los avances logrados desde el componente socio-organizativo son:

- **Construcción de interés en las artesanas para la participación virtual:** desde el comienzo de las asesorías, el líder ha tenido la posibilidad de conectarse por medio de videollamadas, pero no era clara la forma de transmisión de los contenidos a las artesanas. Para mejorar esto, fue importante retomar el contacto telefónico con ellas y preguntarles por aquellos temas que querían abordar. De manera paralela empezaron a ir hasta la casa del líder a entregar pedidos, por materia prima y así se motivaron a estar en las asesorías posteriores, teniendo en cuenta las debidas medidas de bioseguridad. En las últimas asesorías de todos los componentes entre 3 y 7 artesanas han estado participando en los temas, apropiando las actividades para poder socializarlas a las demás.



- **Rescate cultural desde la reconstrucción de las historias y los significados del color:** se vio la necesidad de articular el componente social con el de diseño para reconstruir las historias y los significados de los colores en el grupo Warkhi. Fue un avance importante porque se articularon los recuerdos y añoranzas al territorio con la adecuación en de la vida en ciudad.
- **Motivación la participación desde la reconstrucción de la historia y los significados del color:** el grupo no tuvo una gran apropiación del material de liderazgo y solidaridad, tema fundamental a fortalecer, por lo cual se utilizó la dinámica de creación de la historia y significados de los colores para generar participación y liderazgo por parte de las artesanas, delegando tareas de traducción, comunicación y apropiación del material para el fortalecimiento artesanal.
- **Organización el cronograma artesanal:** la creación de este cronograma ha sido un aspecto fundamental para Arcenio, puesto que él todos los días tiene compromisos artesanales, reuniones, gestiones institucionales y todo el tiempo lo están contactando desde diversos actores. Es así que el cronograma fue una herramienta importante para que él organice toda la gestión artesanal y pueda socializarle al grupo las responsabilidades y compromisos que se están adquiriendo semana a semana.
- **Generación de acciones para transmitir los saberes de liderazgo y autogestión:** ante la carga de responsabilidades que ha empezado a tener Arcenio en este momento, por las innumerables articulaciones con entidades e instituciones, se está generando un proceso de empoderamiento de algunas artesanas con capacidades de liderazgo para que puedan apropiarse de diversas labores en el grupo. Así, en las asesorías se empezaron a distribuir responsabilidades con la socialización de algunos temas y la recopilación de tareas, a cargo de maestras artesanas. Desde allí se ha logrado distribuir los roles del grupo.
- **Proyección de metas y objetivos comunes:** el grupo logró consolidar un propósito común de crear una empresa artesanal y mejorar la calidad de vida de las artesanas Wounaan en Bogotá. Este sueño permitió identificar las acciones por mejorar en este momento y ver la pertinencia de las actividades que realizan hoy en día, como un camino para llegar a ese sueño.
- **Rescate cultural desde cartilla de simbología:** este rescate cultural fue sumamente importante porque permitió empoderar a las artesanas sobre sus conocimientos y experiencias de vida, y que reconocieran su valor en el proceso artesanal del grupo. También se motivaron con la cartilla de simbología para poder usar en comunidad.



- **Transmisión de saberes:** ha sido un logro la transmisión de saberes en este grupo artesanal por la apropiación comunicativa, que les permitió realizar los talleres mediante videos, evitando reunirse y exponer a las artesanas. Además, lograron vincularse los aprendizajes al proceso productivo de las ferias comerciales virtuales.

- **Reorganización de compromisos y actividades:** en el último trimestre del 2020 Warkhi tuvo todo tipo de actividades que estaban abrumando al grupo: ferias de AdC, ferias externas, proyectos universitarios, postulación de Arcenio para ser docente de cátedra en la Universidad del Rosario, pedidos adicionales, patrocinio de pautas en redes sociales y recepción de mercados. Fue fundamental hacer un listado de actividades, responsabilidades que se presentaron con ellas, tiempos de realización y así organizar el grupo. Con este plan, Arcenio pudo visualizar mejor los compromisos diarios y semanales y poder tomar decisiones frente a actividades adicionales que llegaron a Warkhi.

- **RECOMENDACIONES PARA ATENCIÓN EN PRÓXIMAS VIGENCIAS**
 - Es importante retomar el seguimiento al fondo común y el Plan de Beneficios organizado en 2019. Warkhi tuvo grandes negocios, gran visibilidad y participación en ferias y el líder no socializa con las artesanas los resultados presupuestales.
 - Organizar un fuerte proceso de transmisión de saberes sobre liderazgo, que Arcenio pueda compartir sus conocimientos con todo el grupo artesanal.
 - Seguir delegando responsabilidades y autogestión en las maestras artesanas.

De esta manera concluye el informe de asesorías con el grupo artesanal Warkhi, desde el componente socio-organizativo.

5.1.5.2. Resultados Componente Comercial:

Se han realizado asesorías virtuales enfocadas al fortalecimiento del grupo artesanal identificando las fortalezas y debilidades orientando un plan de trabajo para la comercialización de los productos, además se ha asesorado el grupo en temas de manejo de canales de comercialicen digitales por medio de la actualización del catálogo de producto con precios 2020 y, la inscripción y capacitación de la plataforma compra lo nuestro, así como un seguimiento constante a los negocios facilitados.

En el presente corte de actividades se ha fortalecido las capacidades de los artesanos para el uso de diferentes plataformas de comercio electrónico explicando las ventajas y desventajas y los protocolos de respuesta a clientes, igualmente se han socializado material pedagógico relacionado a los medios de pago identificando principalmente los medios de pago virtuales, y los botones de pago en respuesta al amplio mercado nacional e internacional en el que ofrece los productos el grupo artesanal.



Por otra parte, en la búsqueda de oportunidades comerciales para el grupo se ha acompañado la inscripción a espacios comerciales virtuales como Marketplace, MiBogotaWeek, Expoartesano 2020 apoyando la definición de un plan de producción, fijación y actualización de precios de líneas de producto 2019 y 2020, al igual que la actualización de dimensiones y precios en el catálogo de producto.

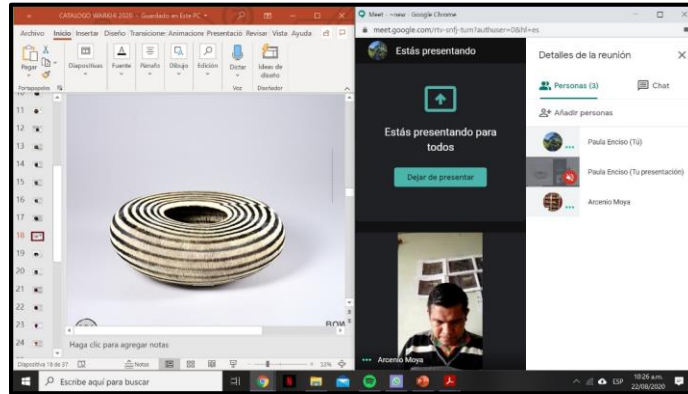


Ilustración 54-Asesoría Virtual con líder Artesanal

En el marco de la planeación y logística de participación de las ferias virtuales mencionadas, se rescata que el grupo artesanal ha identificado diferentes roles de liderazgo entre las artesanas Leri, Aleyda Luz Dary, y Albertina apoyando los procesos de curaduría, comunicación interna y seguimiento a la producción de cada una de las piezas previamente identificadas con el equipo de diseño.

A continuación, se comparte una imagen de selección de producto para plan de producción Expoartesano:

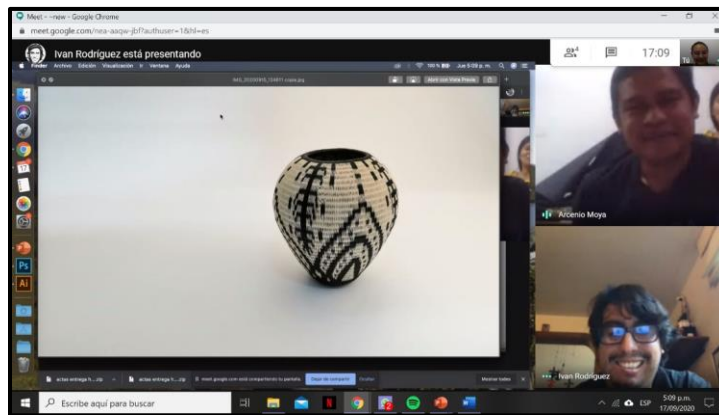


Ilustración 55-Asesoría Virtual con líder Artesanal

Posteriormente, se han compartido lineamientos para la construcción de un discurso de ventas para mejorar las capacidades de negociación y cierre de negocios del grupo artesanal con herramientas de respuesta en canales de compra digital, lo anterior posibilitó



la postulación del grupo para la participación de la “Copa Contando el cuento” resultado de su avance en el manejo del discurso comercial y por su trayectoria comercial.

Para el trimestre de octubre a diciembre, se realizó el seguimiento a la producción para la feria del Marketplace y Expoartesánías, se socializaron los resultados comerciales de Expoartesano y se actualizó y socializó con el grupo la versión final del catálogo de producto, así como la proyección de una ruta comercial dado el potencial comercial y el avance del grupo en la presente vigencia. Se reconoce que este es un grupo que ha consolidado la marca artesanal y tiene una amplia oferta de producto, comercializa los productos a nivel regional, nacional e internacional.

Para finalizar se realizó el autodiagnóstico comercial final, donde los artesanos identificaron el avance con las asesorías de la presente vigencia. Se reconoce que este es un grupo que ha consolidado la marca artesanal y tiene una amplia oferta de producto, comercializa los productos a nivel regional, nacional e internacional.

- **Logros:**

- Se actualizó el Rut del artesano gestor.
- Se acompañó la producción del video promocional del grupo con tips relacionados al discurso de ventas para postulación a ferias virtuales.
- Se ha asesorado y realizado seguimiento a los negocios facilitados del grupo artesanal.
- Se inscribió a la marca Warkhi en la plataforma “compra lo nuestro” y se capacito al artesano gestor para el manejo de la misma.
- Fortalecimiento en el manejo de herramientas y plataformas de comercio electrónico.
- Socialización de diferentes medios de pago y botones de pago.
- Se acompañó la construcción de un discurso de ventas para la postulación a la “Copa contando el cuento” Fase 1.
- Actualización de precios de producto a diseños 2019 y proyección de precios a prototipos de co-diseño línea 2020.

- **Resultados:**

- Autodiagnóstico comercial Warkhi
- Actualización de Rut artesano líder
- Inscripción en plataforma “compra lo nuestro”
- Video promocional grupo Warkhi
- Inscripción de participación feria virtual Marketplace
- Inscripción de participación feria virtual Expoartesano
- Catálogo de producto Warkhi
- Inscripción en plataforma y creación de perfil en mercado libre en el marco de la feria virtual “MiBogotaWeek”
- Inscripción a la copa “contando el cuento” liderada por ADC



- Video Fase 1 “contando el cuento” liderada por ADC

- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Feria propia Market place ADC
 - MiBogotaWeek
 - Expoartesano 2020
 - Expoartesánías 2020

- **Ventas generadas**
 - Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$ 31.008.250
 - Apoyo de compra ADC: \$ 5.860.000
 - Ventas generadas en Expoartesano: \$2.580.000
 - Ventas generadas en Expoartesánías: \$910.000
 - Total ventas generadas: \$34.498.250

5.1.5.3. Resultados Componente de Diseño y Producción:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

El grupo de artesanos Warkhi ha venido en un proceso de fortalecimiento desde la parte de diseño y producción en donde ha logrado ir consolidado una construcción conceptual y lenguaje estético y formal que les ha permitido irse diferenciando y posicionando en el mercado. Es un grupo que a lo largo de su proceso de fortalecimiento técnico ha logrado ir estandarizando el manejo técnico de las artesanías del grupo, al igual que ha logrado estandarizar sus formatos y medidas.

Sin embargo, al iniciar el ejercicio de acompañamiento para la vigencia 2020, se pudo identificar desde el componente de diseño que el grupo aún debe seguir trabajando en esta estandarización de productos con el fin de poder responder de manera más acertada a las solicitudes del mercado. Si bien se entiende que el tipo de productos que desarrolla el grupo y por el tipo de técnica y expresión cultural que representa el trabajo de cestería en rollo con werregue se suele tener un carácter único en cada pieza y la posibilidad de su reproducción en serie es limitada, dadas las condiciones que plantea la emergencia sanitaria y la manera como las dinámicas comerciales han evolucionado, la estandarización de los productos se convierte en una necesidad o un requerimiento de las plataformas comerciales, por lo cual dicha estandarización será el gran reto del 2020 para el grupo.

Por otro la adquisición de materia se convierte en esta situación en una problemática en la cual el programa deberá buscar brindar apoyos ya que el grupo no cuenta con las posibilidades de adquisición natural de está en el contexto en el cual se encuentran.

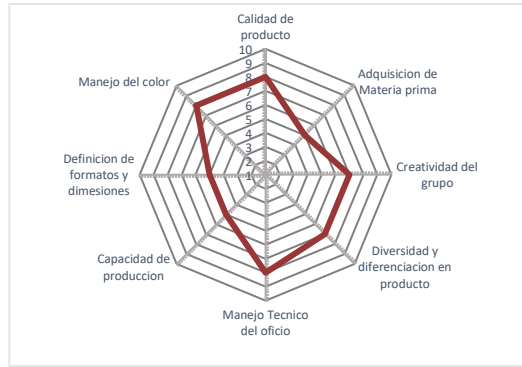


Ilustración 56-Ejercicio de autodiagnóstico en Diseño

Finalmente vale la pena resaltar que la exploración y construcción de nuevos discursos conceptuales que alimenten las propuestas de producto del grupo será un reto interesante para esta vigencia ya que a cada año que pasa se logra fortalecer esta parte en este grupo en particular.

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
21	29	6	22	3

• **Asesorías:**

- Autodiagnóstico y estado actual del grupo artesanal
- Historia e identidad en el producto 1 y 2
- Registro fotográfico
- Construcción de carta de color
- Tipologías de producto
- Exploración formal
- Manejo del color.
- Co-Diseño
- Desarrollo de producto
- Construcción de planes de producción
- Seguimiento a producción
- Calidad en el producto
- Participación en eventos comerciales
- Construcción de plan de estructura académica, U. Rosario
- Autoevaluación de cierre

• **Logros:**

- **Concepto de diseño: “Tierra Sagrada”**



Exploración de elementos culturales relacionados con el universo espiritual y medicinal del pueblo Wounaan y los contrastes entre el territorio tradicional y el contexto urbano.

- **Exploración gráfica y simbólica:**

El grupo genero un ejercicio fuerte de investigación a partir del concepto y genero propuestas gráficas y formales de como representar los diferentes referentes a través del oficio.

- **Color:**

Trabajo de construcción de catálogo de color del grupo exaltando la variedad de colores y sus valores simbólicos y representativos para el grupo.

- **Diseño:**

A partir de las propuestas del grupo y el ejercicio de catálogo de color realizado se inició un ejercicio de diseño, explorando diferentes líneas de producto.

- **Estandarización en producción:**

El reto de la estandarización en ferias virtuales ha sido un tema importante a trabajar con el grupo el cual ha logrado identificar la manera de construir planes de producción que respondan a esta necesidad. Se ha podido identificar que algunos productos permiten más fácilmente esta estandarización que otros.

- **Desarrollo de producto:**

El grupo logró sacar delante de manera exitoso su colección de productos 2020 “Tierra Sagrada”.



• **Diseño y desarrollo de producto:**

Concepto: Tierra sagrada:



“Es un territorio de magia y saberes, aquí las plantas medicinales, las propiedades curativas del agua bendita y el camino a la sanación o a la muerte se ven rodeados por culebras y espíritus que solo el jaibana y el pildecero pueden recorrer. Para las artesanas del grupo Warkhi “Tierra sagrada” es una mirada a los contrastes de los mitos y los saberes tradicionales que se encuentran con las formas y colores de un nuevo mundo en donde los edificios de acero y las paredes de concreto redefinen el territorio y esconden entre ladrillos y calles la magia de esa tierra sagrada que se mantiene viva”.

El proceso creativo en torno al concepto de tierra sagrada, ha llevado a la exploración de elementos gráficos los cuales por medio de ejercicios de abstracción permitieron la construcción de un lenguaje estético que se articula con el trabajo que ha venido desarrollando el grupo y que plantea una colección de productos que se diferencia y que sin duda alguna podrá posicionarse en el mercado, en donde el relato y la narrativa serán claves. Los resultados en cuanto al desarrollo de prototipos evidencian los grandes avances en manejo técnico que ha venido teniendo el grupo ya que los productos que lograron sacar adelante se encuentran a la altura de las propuestas generadas.



a. Producción y participación comercial:

El grupo fue asesorado y acompañado en el ejercicio de curaduría y selección de producto para la construcción de los planes de producción para su participación en los eventos comerciales virtuales de feria virtual del Market Place de Artesanías de Colombia, Expoartesano virtual y Expoartesánías virtual. Teniendo en cuenta los compromisos comerciales del grupo y su capacidad de producción se buscó balancear la selección de los productos para estas ferias entre lo que el grupo ya tenía desarrollado y los nuevos diseños de la vigencia 2020.

A continuación se presentan los resultados del grupo en su participación comercial de Expoartesano 2020:



Ilustración 57-Participación Comercial Warkhi

El grupo participo en el evento comercial de Expoartesánías 2020 con las siguientes referencias (Los resultados comerciales se presentarán iniciando el 2021 luego de finalizar el evento comercial):



Ilustración 58-Participación Comercial Warkhi

A partir de los diseños propuestos para la colección 2020 se realizó la compra de 6 referencias de producto (11 unidades) para la colección Nacional por valor de \$2.040.000.

• Fortalecimiento productivo

Según el autodiagnóstico inicial para el taller artesanal Warkhi se proyectó un fortalecimiento en Materia prima, dando apoyo para la adquisición de fibra de werregue:

Año 2020	
Ítems	Valor
Materia Prima	\$ 2.000.000
TOTAL	\$ 2.000.000



La adquisición de materia prima la realizan en zona, al encontrarse en Bogotá se les presenta dificultades de adquisición, más sin embargo el proveedor con el que vienen trabajando les responde en calidad, tiempo y precio.

De igual manera el grupo recibió el apoyo por parte del programa de cooperación internacional con la implementación de un kit de bioseguridad.

Año 2020 – cooperación internacional	
Ítems	Cantidad
Kit de bioseguridad	1 kit

- **Acciones complementarias:**

Se apoyo al grupo en la articulación con el programa de Moda Viva para la eventual colaboración creativa con el artista Felipe Arturo. Para este ejercicio se trabajó de manera virtual en la realización de una conversación entre el artista y el líder del grupo en donde se buscó facilitar la comprensión por parte del artesano de los conceptos e ideas que plantea el artista para la obra colectiva que se está buscando desarrollar.

Así mismo se apoyó al grupo en la construcción de un programa orientado a su participación en la Universidad de Rosario en una clase sobre tejeduría Wounaan que será dictada en el 2021 por el líder artesano del grupo Arcenio Moya.

- **Concepto final del componente de diseño:**

El grupo artesanal Warkhi ha venido recibiendo un acompañamiento integral que le ha permitido mejorar la calidad de sus productos y generar unas líneas de producto que les permiten posicionarse y diferenciarse en el mercado con una propuesta sólida y consolidada. Desde el componente de diseño se recomienda que el grupo siga siendo apoyado de manera puntual y que se empiece un proceso de fortalecer las dinámicas autónomas del grupo.

5.1.5.4. Resultados Componente de Comunicaciones:

Si bien el grupo artesanal Warkhi ya había contado con relacionamiento de comunicaciones desde el 2019 no fue para la consolidación de sus redes sociales sino para un trabajo de testimonios. Actualmente, desde el componente se le ha hecho una capacitación y acompañamiento a distancia para grabar un video de presentación para una convocatoria de un espacio comercial virtual. A su vez se ha elegido el grupo para hacerle la atención integral de los talleres de comunicación y redes sociales. Es un grupo que por su habilidad en generar contactos y su enorme capacidad comercial debe fortalecer sus redes sociales como principal canal de comercialización.



- Generación de link que lleve inmediatamente al WhatsApp con mensaje automático.
- Elaboración de las Historias Destacadas.
- Apertura de cuenta en Canva
- Diseño de plantillas para la herramienta Canva con una línea gráfica definida y una paleta de color propia, inspirada en su logo.
- Desarrollo a detalle de la parrilla de contenido.
- Diseño y publicación diaria de publicaciones para sus redes sociales en el mes de septiembre.
- Inicio de una pauta por semana con la segmentación de audiencias respectiva, según el tipo de cliente potencial.

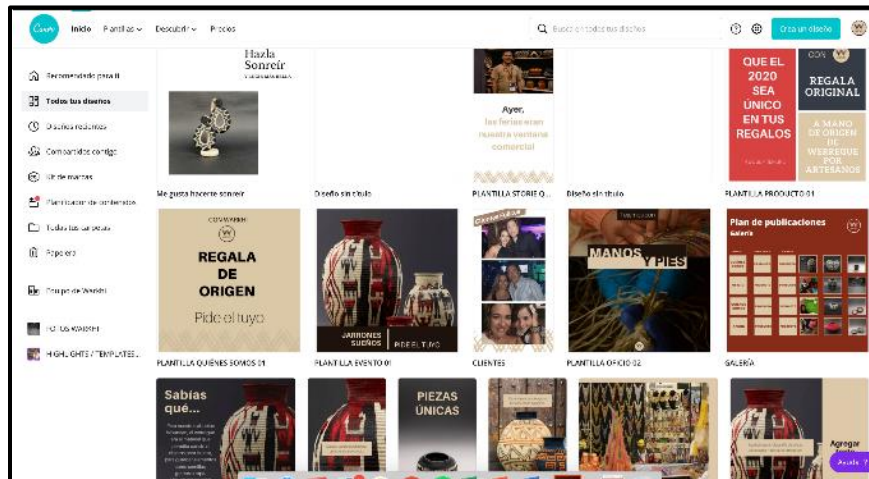


Ilustración 59-Avance en redes Sociales-Warkhi

- **Proyección:**
 - Eliminar las otras cuentas que tiene el grupo en Instagram y unificarla a la de más seguidores y mayor engagement.
 - Generar el hábito de que Arcenio haga medición a los resultados, alcances y engagement de sus redes sociales.
 - Que sea más autónomo para la elaboración de la parrilla de contenidos de octubre.
 - Testimonio para campaña “No hay otro igual”, en el marco de Expoartesanías.

5.1.6. KANSUY

5.1.6.1. Resultados Componente Socio- Organizativo:

En el departamento del Cauca, en el municipio de Silvia se encuentra la vereda El Tranal, hogar del grupo de artesanas y artesanos Kansuy, la cual lleva su nombre porque en la zona hubo abundancia de cultivos de maíz, su cosecha abastecía a la comunidad y en lengua nativa es la forma de llamar la tierra donde hay muchos cultivos de maíz. Además, de la zona son oriundas las espirales que los ancestros grabaron en piedras como petroglifos, que son tan características de su cultura. Pertenecientes al pueblo Misak, también conocido como guambiano, este grupo tiene como una de sus principales metas



preservar sus saberes heredados. En general el pueblo Misak es comprometido con su cultura, característica que hace especial al grupo Kansuy destacándose por la puntualidad en la entrega de sus compromisos y la asistencia a los talleres.

El grupo lleva trabajando en el programa ya un año, desde el 2019 se ha visto su avance y su gran compromiso. Durante esta vigencia 2020 ha habido un buen avance con este grupo, adelantando temas de objetivos y metas comunes, fortalecimiento organizativo y transmisión de saberes observando que a pesar de la contingencia ocasionada por el virus y la cuarentena ellos siguen trabajando de forma organizada, sorteando los problemas como la conectividad y el aislamiento.

Retos: El grupo Kansuy tiene grandes metas, unas que hacen parte de su quehacer artesanal propiamente dicho y otras que apuntan a un trabajo de conservación y enaltecimiento de su cultura. Ejemplo de esto es la escuelita en la que llevan trabajando un tiempo y desean convertir en un lugar ejemplar que sirva de museo vivo de la cultura Misak, una casa en espiral que muestre el pasado, presente y futuro de la cultura y del territorio que sirva de vitrina y de lugar de recibimiento a turistas. Con el buen ritmo de trabajo que presenta el grupo estas metas se ven alcanzables, sin embargo, requieren esfuerzo y compromiso especialmente de gestión, para poder obtener los recursos necesarios para llevar a cabo sus sueños.

Quizás el mayor reto que enfrentan en este momento es lograr calidad óptima en sus productos para lograr el reconocimiento que desean, que este se vea reflejado en las ventas y que obtengan las ganancias que requiere el grupo para su fortalecimiento. Lo anterior se ha dificultado durante este 2020 debido a la virtualidad de las ferias y el cambio de dinámica de ventas. El grupo requiere afianzar sus conocimientos sobre aspectos culturales en relación con el producto artesanal, integrando la simbología a las técnicas de tejido tanto en telar como con aguja, llegando a alcanzar el perfeccionamiento del oficio.

FECHAS DE ASESORÍA	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
18-05-20	Cronograma de trabajo Manejo de emociones	2
19-05-20	Fortalecimiento organizativo	1
28-05-20	Revisión de roles en el grupo	1
02 y 03 / 07 / 2020	Metas y Objetivos Comunes	2
11/08/ 2020	Fortalecimiento organizativo	1



28/08/ 2020 9-15/09/ 2020	Transmisión de saberes	2
30/09/ 2020	Roles, capacidades y fortalezas	1
07/10/ 2020	Seguimiento Cronograma de actividades artesanales	1
26/11/ 2020	Autodiagnóstico final y balance del grupo	1
NÚMERO TOTAL DE TALLERES EN LA COMUNIDAD		12

• **Logros y aspectos destacables:**

- **Cronograma de actividades:** Se avanzó en temas de organización y manejo de tiempo, si bien el grupo presenta dificultades relacionadas al compromiso de entrega de actividades ha mejorado con el paso de las asesorías y los compromisos. Han sido muy puntuales con el desarrollo de los talleres de transmisión de saberes y asisten a los conversatorios y encuentros virtuales a pesar que les toca desplazarse al casco urbano para lograr tener señal.
- **Comunicación asertiva:** las artesanas de Kansuy reconocen la importancia de generar espacios de sano diálogo en el que puedan expresar sus emociones, la líder asumió el compromiso de identificar situaciones en las que se pueda presentar afectaciones emocionales. Alba Jenny es una líder comprometida con su grupo y está siempre pendiente del estado de las artesanas manteniendo siempre una buena comunicación a través del diálogo.

- **Consolidación de metas y objetivos comunes:** Este grupo artesanal ha consolidado lo que desea en el futuro y las artesanas están interesadas por transmitir sus conocimientos a las nuevas generaciones (como es el tema particular del telar) y mostrar su patrimonio material e inmaterial al mundo. Este grupo es muy bonito y han demostrado que son capaces de lograr todo lo que sueñan con esfuerzo y dedicación.



Ilustración 60-Trabajo en grupos pequeños durante época de cuarentena. El tranal, Cauca.2020.

En el ejercicio de análisis del sueño artesanal se evidencia un compromiso comunitario muy fuerte con las nuevas generaciones, saben que todos los



conocimientos que adquieren o rescatan son un regalo para sus hijos y nietos razón por la cual los hacen parte de sus proyecciones. En general por la herencia cultural del pueblo Misak sus objetivos son colectivos y no individuales. Los objetivos y metas que posee el grupo están enfocados a la construcción de un lugar especial para la transmisión de conocimientos y su exposición, sueñan con un modelo de museo vivo donde puedan desarrollar la labor artesanal como parte de un conjunto de demostraciones culturales que hacen parte de la historia, presente y futuro del pueblo Misak.

- **Actualización de misión y visión:** construidas desde el año 2019 pero el grupo no tenía en su poder los resultados, se envió una imagen con estos textos para servir para uso posterior del grupo. Se hizo la revisión por parte de las artesanas modificando y agregando información hasta dejar una versión final que se acople al gusto del grupo. Finalmente se logra sintetizar la misión del grupo con su fuerte componente cultural como parte del pueblo Misak y se hace un ejercicio con las artesanas para analizar la proyección a futuro, a corto, mediano y largo plazo organizando los sueños y metas con plazos definidos permitiendo un panorama claro para las artesanas.
- **Creación y distribución de roles en el grupo artesanal:** También se verificaron y reorganizaron los cargos dentro del grupo analizando el organigrama. Debido a la situación actual se vio la necesidad de hacer una revisión sobre la conformación del grupo y las responsabilidades que estarían siendo necesarias hoy en día. La líder asumió el compromiso de delegar responsabilidades a otras de las artesanas, esto con la intención de disminuir la carga de tareas. La artesana Alba Jenny ha reconocido su rol en el grupo, comprende la idea sobre el liderazgo y solidaridad. Los cargos contemplados en el organigrama realmente están en funcionamiento y se observa un correcto manejo de los bienes y recursos comunes con la verificación de varias artesanas que están pendientes de la transparencia de los movimientos monetarios. En la organización para el envío de la mercancía a ferias también se evidencia un buen trabajo en equipo permitiendo hacer envíos puntuales y en óptimo estado.
- **Transmisión de saberes:** El grupo distribuye el rubro destinado a la transmisión de saberes en varios oficios incluyendo el bordado en lana y los apliques en chaquiras para perfeccionar los productos que ya están dentro de las líneas de producto. Por otro lado desea fortalecer el saber del tejido en telar que hace parte fundamental de la cultura Misak. Dentro del resguardo se tiene identificados a los maestros y maestras que dominan las técnicas mencionadas y el grupo ha participado activamente en los talleres. A pesar de que duraron varios meses aisladas desde el mes de octubre se retomaron las actividades grupales logrando sacar adelante todos los talleres.



- **La receptividad con el conocimiento y la apropiación de la innovación:** el grupo ha apropiado las innovaciones sin dejar de lado las técnicas tradicionales, siguen trabajando para incluir la técnica del telar dentro de los nuevos productos que se diseñan, a pesar de que esto representa algunos cambios de lo que han venido trabajando tradicionalmente, el grupo sigue haciendo pruebas para lograr el perfeccionamiento del producto. Siguen manejando los materiales típicos como la lana y están aprendiendo a bordar con ella.
- **Recomendaciones para trabajar con la comunidad en próximas vigencias:**
 - El grupo artesanal Kansuy es muy responsable con las actividades y tareas. La líder Alba Jenny involucra a las artesanas en la toma de decisiones. En vigencias futuras ellas quisieran seguir trabajando en el mejoramiento de la calidad de sus productos, innovación en diseños que involucren el legado cultural de la cultura Misak pero que las ayude a destacarse de los demás grupos artesanales Misak.
 - El grupo ha iniciado la reforestación de las plantas que necesitan para el proceso de tinturado de las fibras. Más allá de esto, se está pensando una estrategia de cuidado del territorio que incluya la protección de los nacederos y cuencas hídricas, sería interesante fortalecer este proceso ligado al proceso artesanal.
 - El grupo se ha esforzado mucho por mejorar la calidad de las piezas, la estandarización de las medidas y el acabado de los tejidos que al inicio les costaba mucho, sin embargo, se puede seguir trabajando en este aspecto.

5.1.6.2. Resultados Componente Comercial:

Durante la presente vigencia se realizaron 7 asesorías virtuales con las artesanas que conforman el grupo. Las temáticas han estado orientadas hacia un ejercicio de identificación de fortalezas y debilidades a nivel comercial como punto de partida. Así mismo se profundizó en la importancia de la promoción y venta de sus productos a través de canales digitales, además de los pasos clave para construir un discurso de ventas efectivo. Del mismo modo, se realizó el levantamiento del inventario de productos que elabora el grupo para conocer su estado productivo y la rotación comercial que han tenido sus referencias durante los últimos meses.



Ilustración 61-Resultado asesoría comercial



Durante el mes de agosto, se realizó una asesoría de refuerzo sobre la importancia del discurso de ventas y un ejercicio práctico que incluyó la realización de un video en el cual las artesanas debían presentar la marca, utilizando los conceptos clave vistos durante la asesoría. También se inició con la temática sobre costos y precios con el fin de fortalecer el proceso para el cálculo de los costos de sus diferentes productos

Así mismo, se realizó un acompañamiento técnico para la definición de precios de los productos con los cuales el grupo participará durante Expoartesano 2020. Además, se está realizando la actualización de los precios del catálogo vigencia 2020 con la definición de las condiciones comerciales para atender los pedidos que reciba el grupo.



Ilustración 62- Ejercicio en asesoría virtual

Durante el último trimestre del año, junto con las artesanas del grupo se realizó un refuerzo en costos y precios para la participación en los eventos comerciales programados. Así mismo, se establecieron las condiciones comerciales de negociación del grupo y se realizó un ejercicio de actualización de referencias y precios en el catálogo de productos. Paralelamente, el grupo participó en los eventos comerciales de Expoartesano y Expoartesanas.



Ilustración 63- Artesana de grupo Artesanal Kansuy en taller



En síntesis, el grupo de artesanas Kansuy cuenta con alto potencial de crecimiento a nivel organizativo, en desarrollo de producto y a nivel comercial. Dentro de sus puntos fuertes se encuentra la capacidad de las artesanas para la definición de costos y precios de sus productos; así mismo cuentan con una estructura organizativa sólida con roles definidos para el manejo de registros como el libro de ventas e ingresos. Adicionalmente la atención al cliente es un punto clave del grupo, debido a que muchas de sus artesanas cuentan con altas destrezas comerciales y de expresión oral.

Durante la presente vigencia se observa una mejora notable en su discurso de ventas. Sin embargo, hay puntos críticos que el grupo debe fortalecer. Uno de los más apremiantes está relacionado con la diversificación de sus canales de comercialización, debido a que poseen una alta dependencia de sus ventas en eventos comerciales como Expoartesano y Expoartesanías; por esto, se recomienda que el grupo debe establecer un plan de trabajo para promocionar y divulgar su propuesta de producto por medio de las redes sociales.

- **Logros:**

- El grupo identificó las ventajas e importancia de establecer canales de comercialización virtuales para vender sus productos durante este año.
- Las artesanas del grupo identificaron los puntos fuertes y las oportunidades de mejora a nivel comercial para la presente vigencia.
- Establecer un plan de trabajo ajustado a las necesidades del grupo en términos de comercialización y emprendimiento.
- El grupo reconoce los 4 pasos clave para construir un discurso de ventas claro, preciso y efectivo.
- Las artesanas identifican el ciclo de venta electrónica para la comercialización de sus productos durante la presente vigencia.
- Las artesanas establecieron las condiciones comerciales mínimas para la atención de pedidos y clientes.

- **Resultados:**

- Autodiagnóstico comercial
- Actualización del catálogo de productos con definición de condiciones comerciales
- Inventario de productos.
- Lista de precios
- Video de promoción - discurso de ventas
- Inscripción participación feria virtual Expoartesano 2020
- Inscripción participación feria virtual Expoartesanías 2020

- **Participación en eventos comerciales virtuales:**

- Expoartesano 2020
- Expoartesanías 2020

- **Ventas generadas:**



- Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$0
- Apoyo de compra ADC: \$ 5.300.000
- Ventas generadas en Expoartesano: \$820.000
- Ventas generadas en Expoartesánías: \$1.730.000
- Total ventas generadas: \$2.550.000

5.1.6.3. Resultados Componente de Diseño y Producción:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

El grupo de artesanas Kansuy en Silvia Cauca se caracteriza por los buenos resultados que ha venido teniendo desde el componente de diseño en las dos vigencias pasadas en las cuales ha sido atendido. Es un grupo con un muy buen nivel de compromiso frente al trabajo y las actividades plantea y que ha visto la calidad de sus productos y la diversificación en producto generar una mejora y un posicionamiento en el mercado importante. Sin embargo, el marco del ejercicio de autodiagnóstico el grupo manifestó dificultades en la adquisición de la materia prima, especialmente en el marco de la emergencia sanitaria.

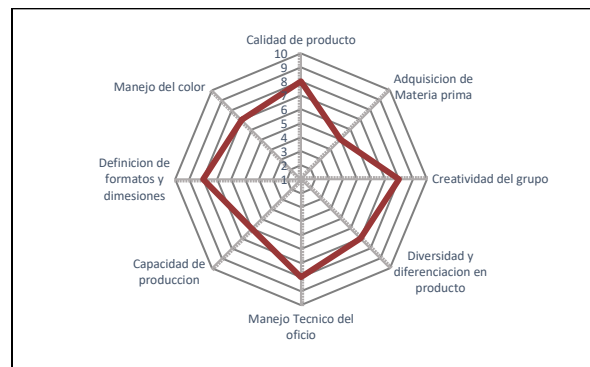


Ilustración 64-ejercicio autodiagnóstico en Diseño

Teniendo en cuenta el buen resultado comercial de las propuestas de producto desarrolladas en la vigencia 2019, es importante consolidar estas líneas de producto para poder terminar de posicionarlas y que el grupo empiece a generar un reconocimiento a través de estos productos. Por otro lado, el grupo manifestó el interés en querer fortalecer la diversificación de producto y explorar nuevas líneas de producto por lo cual se planteará desde el componente de diseño el fortalecimiento de las líneas del 2019 como eje principal de trabajo y el ejercicio de exploración de las nuevas líneas solicitadas por el grupo de manera paralela.



Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
18	26	4	14	2



Ilustración 65-Asesoría en Diseño

• **Asesorías:**

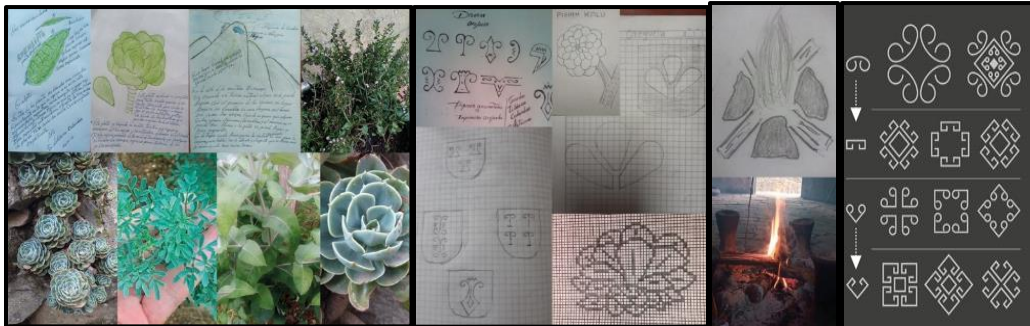
- Autodiagnóstico y estado actual del grupo artesanal
- Historia e identidad en el producto 1 y 2
- Registro fotográfico
- Construcción de carta de color
- Exploración formal
- Manejo del color.
- Co-Diseño
- Definición de formatos
- Desarrollo de prototipos
- Construcción de planes de producción
- Seguimiento a producción
- Calidad en el producto
- Autoevaluación de cierre

• **Logros:**

- El grupo logro llevar a cabo un ejercicio de exploración de referentes interesante, construyendo un concepto y una narrativa entorno a los nuevos productos inspirados en la medicina tradicional
- De igual manera se logró realizar un trabajado en la representación abstracta de las plantas que han utilizado como referente generando propuestas gráficas que se pueden plasmar sobre los productos.
- De igual manera se hizo una exploración formal por medio del oficio generando muestras sobre tejidos.
- Por otro lado, el grupo identifico nuevas líneas de producto sobre las cuales quería generar exploraciones en el desarrollo de producto, especialmente en líneas de mesa y hogar.



- Se ha podido desarrollar varios prototipos, muestras y ejercicios formales.
- El grupo logró consolidar la estandarización de sus líneas de producto en producción de cara a los eventos comerciales en los que participa.



- **Diseño y desarrollo de producto:**

Para su desarrollo de producto el grupo exploró el concepto de **“Armonización Misak”**. Esta colección se inspira en algunas plantas medicinales utilizadas por la comunidad y por la unión de la familia entorno al bienestar del hogar. El grupo realizó un ejercicio de exploración de referentes y de construcción simbólica a partir de estos de manera a poder representarlo en sus productos. Por otro lado el grupo busca diversificar por medio de la exploración de nuevas líneas de producto de mesa y hogar.



Si bien el grupo ha logrado generar resultados positivos en el desarrollo de sus productos en las líneas de mochilas, el grupo ha evidenciado dificultades en el desarrollo de las líneas de producto de mesa y hogar, las cuales deberán seguir siendo trabajadas en territorio en la próxima vigencia del programa.

- **Producción y participación comercial**



El grupo recibió el apoyo y la asesoría en el ejercicio de curaduría y selección de producto para la participación en los eventos comerciales de feria virtual de Expoartesano y feria virtual de Expoartesánias. Estableciendo los planes de producción y realizando el seguimiento de las producciones para estas ferias. Es un grupo con un alto nivel de compromiso y que supo responder de manera adecuada en términos de calidad y tiempos de producción.

A continuación se presentan los resultados del grupo en el evento comercial de Expoartesano:



Ilustración 66- Resultados ferias virtuales

De igual manera se presentan las referencias seleccionadas del grupo para su participación en Expoartesánias 2020, los resultados comerciales se presentarán iniciando el 2021 luego de que el evento se haya desarrollado:



Ilustración 67-Resultados ferias virtuales

• Fortalecimiento productivo

Según el autodiagnóstico inicial para el taller artesanal Kansuy se proyectó un fortalecimiento en Materias primas. En esta medida se dio apoyo con la implementación en lanas y chaquiras las cuales son parte indispensable en el proceso productivo del grupo:

Año 2020	
Ítems	Valor
Lana	\$ 1.630.500



Chaquiras	\$ 990.000
TOTAL	\$ 2.620.500

De igual manera el grupo recibió el apoyo por parte del programa de cooperación internacional con la implementación de un kit de bioseguridad.

Año 2020 – cooperación internacional	
Ítems	Cantidad
Kit de bioseguridad	1 kit

- **Concepto final del componente de diseño:**

El grupo de Kansuy, es un grupo que ha evidenciado un gran nivel de compromiso por parte de todas sus integrantes, y su evolución desde el componente de diseño ha sido significativo. Es un grupo con unas líneas de producto consolidadas y con un buen desempeño productivo. Este grupo puede pasar de una atención integral a una atención puntual con el fin de empezar procesos de crecimiento autónomos. Se recomienda que en este acompañamiento puntual se trabajen y fortalezcan las líneas de producto de mesa y hogar que se plantearon en la vigencia 2020 y que el grupo tuvo dificultades en desarrollar. Esto le permitiría al grupo diversificar su oferta y fortalecer su catálogo.

5.1.7. ATANE

5.1.7.1. Resultados Componente Socio- Organizativo:

En el departamento del Cauca se encuentra el grupo indígena Eperara Siapidara, al que pertenece Atane. Proviene del resguardo del Río Guanquí, de un lugar llamado Agua Clarita, nombre que hace alusión a las aguas cristalinas que nutren la zona. Debido al conflicto armado en la región, las artesanas de este grupo migraron a Popayán, ciudad donde han logrado establecerse. Sin embargo, durante la contingencia vivida a causa del Covid-19, la gran mayoría regresaron a la zona rural para resguardar la salud lejos de la ciudad.

Este proceso ha sido interesante ya que, a pesar de las falencias en las comunicaciones, el grupo ha vuelto a reunirse con las maestras en zona y han podido acceder de forma más cercana a la materia prima, disminuyendo costos en la producción.

Los miembros de la comunidad que se encuentran en Popayán aún no están bajo la jurisdicción de un cabildo en contexto de ciudad, ya que su desplazamiento es relativamente reciente, lo que influye aún en las costumbres y el conocimiento. La artesanía pasa por un proceso de transformación desde la materia prima que proviene de las selvas de Timbiquí, debe pasar por un viaje por tierra, río y mar, haciendo difícil que se conserve;



adicionalmente este traslado a un ambiente urbano deriva que culturalmente pierdan sus usos tradicionales y poco a poco se va posicionando como arte para adornar.

• **Retos:**

El principal reto para el grupo artesanal es la comunicación con clientes y asesores de Artesanías de Colombia. Durante este año de cambios debido a la pandemia, las artesanas que tuvieron que retornar al resguardo estuvieron bastante incomunicadas. La mayor parte de las comunicaciones del año fueron directamente con la lideresa Gabriela, quien centraliza la información. Las otras mujeres del grupo no poseen los materiales ni los conocimientos que se imparten en las asesorías.

Otro de los retos relacionado con lo anterior es el liderazgo, puesto que es necesario que Gabriela delegue gestiones y actividades, ya que siempre ha sido la que organiza a las demás artesanas y debe responder frente a las tareas de las asesorías. Esto ha causado un retraso debido a la acumulación de trabajo por parte de todos los componentes del programa, al mismo tiempo que deben preparar la producción para ferias, causando un agotamiento por parte de la líder y una sobrecarga de actividades.

La transmisión de saberes este año se hizo en Timbiquí, donde un par de maestras en tejido compartieron con las artesanas diferentes tejidos que ya estaban quedando en el olvido. Uno de los retos es precisamente lograr la incorporación de estos tejidos antiguos en las artesanías para aportar a la diversificación de las piezas. Adicionalmente quedó planteada la tarea a las mujeres que recibieron los talleres de compartir estos conocimientos con las artesanas que no tuvieron esa oportunidad, para asegurar que todo el grupo posea la sabiduría asociada al oficio.

FECHAS DE ASESORÍA	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
04-05-20	-Autodiagnóstico	1
18-05-20	-Cronograma de trabajo - Manejo de emociones	2
28-05-20	Liderazgo y solidaridad	1
02 y 03 / 07 / 2020	Metas y Objetivos Comunes	2
10 / 08/ 2020	Fortalecimiento organizativo	2
02/09/20	Transmisión de saberes	1



14/09/20	Transmisión de saberes	1
30/09/20	Talentos y fortalezas	1
06/10/20	Cronograma artesanal	1
7/10/20	Revisión de roles y responsabilidades, cronograma artesanal	1
20/11/20	Autodiagnóstico final y balance del grupo	1
NÚMERO TOTAL DE TALLERES EN LA COMUNIDAD		14

- **Logros y aspectos destacables**

- **Reconocimiento de habilidades y distribución de roles:** uno de los principales logros de las asesorías es que ha permitido reconocer artesanas que cuentan con habilidades que pueden beneficiar al grupo. Han participado de forma activa, lo cual permite proyectar actividades en la que se puedan identificar artesanas que por sus habilidades comunicacionales puedan apoyar las ventas y manejo de redes sociales del grupo. Así mismo se desarrollaron reuniones en conjunto con los diferentes asesores de los componentes y varias artesanas de Atane, donde se hace evidente la necesidad de distribuir las tareas necesarias para la producción para ferias y en general para responder a las asesorías del programa.
Este trabajo es arduo y exige mayor participación de las artesanas que se encuentran realmente comprometidas con el grupo, de la misma forma que requiere la delegación de responsabilidades por parte de la líder Gabriela que muchas veces acapara la información y olvida invitar a las artesanas a las asesorías, talleres, reuniones y encuentros.
- **Reconocimiento de MinCultura Comparte lo que Somos:** la postulación a esta convocatoria permitió en el grupo la mejoría de su discurso de presentación, de reorganización de la producción para exponerla y desde ahí, contar su historia como grupo. Esto generó una mayor apropiación discursiva y el reconocimiento monetario por su oficio. Fue también la primera oportunidad de las artesanas de probar su capacidad de gestión y fue un primer impulso que les permitió darse cuenta de las oportunidades a las que pueden acceder con una buena organización.
- **Apropiación y manejo de las TICS:** Se presenció un cambio importante de parte de las artesanas que se esforzaron para apropiarse de las herramientas de comunicación, especialmente por parte de la líder, y así recibir asesorías, participar en conversatorios virtuales y contactar a clientes. Esto ha permitido consolidar



habilidades comunicativas y elocuencia en su representación del grupo. A lo largo del año, Gabriela aprendió a usar correctamente mensajería instantánea como WhatsApp, a enviar fotos de evidencias por este mismo medio, también aprendió a usar programas como zoom y meet que han facilitado las asesorías y talleres.

- **Proyección a futuro:** este grupo ha consolidado una proyección colectiva a futuro donde la artesanía es su fuente de subsistencia económica, lo que les ha permitido reconocer la pertinencia de las actividades que realizan hoy en día para lograr esos objetivos comunes. Así mismo la participación en conversatorios como los encuentros de saberes les han abierto las ventanas a las posibilidades al relacionarse con grupos que ya ha transitado ese camino de la organización, demostrándole a Gabriela que el horizonte está abierto para cumplir los sueños que tienen en común si se hace una buena proyección, esto se trabajó al hablar sobre el sueño artesanal y posteriormente al trabajar la visión durante las asesorías, dialogando este aspecto de la planeación a futuro.
- **Consolidación del liderazgo:** Gabriela Pertiaga ha desarrollado una ardua labor como líder, está siempre pendiente de buscar las formas para transmitir los saberes a las nuevas generaciones asegurando que el oficio no se pierda. Se identifica que existe una proyección clara de lo que se quiere y esto se reflejó en la misión y visión del grupo, en la que se identificó la artesanía como una clara opción para la obtención de recursos adicionales para las mujeres que signifiquen el mejoramiento de su calidad de vida. Por otro lado se trabajó con la joven Karen, quién se perfila dentro de la escuela de liderazgo interno del grupo como una mano derecha, siempre dispuesta a colaborar con los asesores y pendiente de la documentación y fotos que están pendientes, se espera que se fortalezca este liderazgo para seguir trabajando en la división de las responsabilidades.
- **Transmisión de saberes:** El grupo contó al inicio del año con el apoyo y la visita de dos abuelitas del territorio, que, dentro de la agenda de transmisión de saberes, han sido parte importante para los acabados en la producción y las enseñanzas de nuevos tejidos al grupo, tanto así que dos de las integrantes que no sabían nada sobre el manejo de la tetera, aprendieron a realizar sus primeras cestas. El grupo se fortalece y establece escuela de transmisión de saberes.

Durante los últimos meses todo se facilitó cuando la líder y las mujeres del grupo viajaron al resguardo, pues allí lograron reunirse con tranquilidad y empezar los talleres de transmisión desde el mes de septiembre. Allí trabajaron de la mano con maestras artesanas de lugares cercanos para poder perfeccionar la técnica e incluso prender nuevos tejidos que ya están olvidados dentro del grupo. Se espera que estos talleres funcionen de la mano de la producción para ferias para que el grupo aproveche estos encuentros.



La labor de transmitir el conocimiento a las mujeres que no pudieron viajar a territorio la asumió Gabriela quien se encargó de compartir estos tejidos y puntadas durante las reuniones en Popayán.

- **Recomendaciones para trabajar con la comunidad en próximas vigencias:**

El grupo Atane debe seguir trabajando en el mejoramiento de la calidad de los productos, ellas mismas reconocen que hay fallas en este aspecto y que se debe seguir fortaleciendo este tema en los talleres de transmisión de saberes.

El grupo se dedica a trabajar y a tejer, pero tienen una gran falencia en el tema de comercialización, deben seguir trabajando en los canales de distribución y el discurso de ventas. El trabajo virtual ha hecho que durante el 2020 empezaran a perderle el miedo al uso de la tecnología, ya exploraron la creación de redes sociales y lograron hacer un video para participar en concursos venciendo el miedo a hablar y al uso de las TICS. Este fue un gran avance y se logró ganar la convocatoria del ministerio de cultura impulsando a las mujeres a seguir presentándose a este tipo de oportunidades. Sin embargo, hace falta un gran trabajo de autogestión para que ellas tengan herramientas que les ayuden a la consecución de recursos sin ayuda de una institución.

De cara a lo anterior, es necesario fortalecer las habilidades de todas las artesanas del grupo para dividir estas responsabilidades de trabajo que inició, pero requiere compromiso por parte de las artesanas.

5.1.7.2. Resultados Componente Comercial:

Se han realizados asesorías virtuales enfocadas al fortalecimiento del grupo artesanal teniendo en cuenta la identificación de su escenario comercial dado por el manejo de herramientas comerciales, registro de información y participación en espacios comerciales; además de enfocar al grupo con el manejo de canales de comercialización digitales como respuesta a la coyuntura del COVID-19; también se ha asesorado al grupo sobre finanzas personales, tips de ahorro y manejo de recursos.

Para el trimestre de junio a septiembre las asesorías se enfocaron al fortalecimiento de la marca comercial con el manejo de información y espacios de participación comercial, por ende se recalcó la importancia del manejo de un inventario de producto que tenga en cuenta las dimensiones según cada referencia de producto, una descripción del producto incluyendo diseño y colores disponibles, y las cantidades según cada tamaño, con el fin de facilitar la información sobre rotación de producto, en la siguiente imagen se relaciona la actividad realizada:

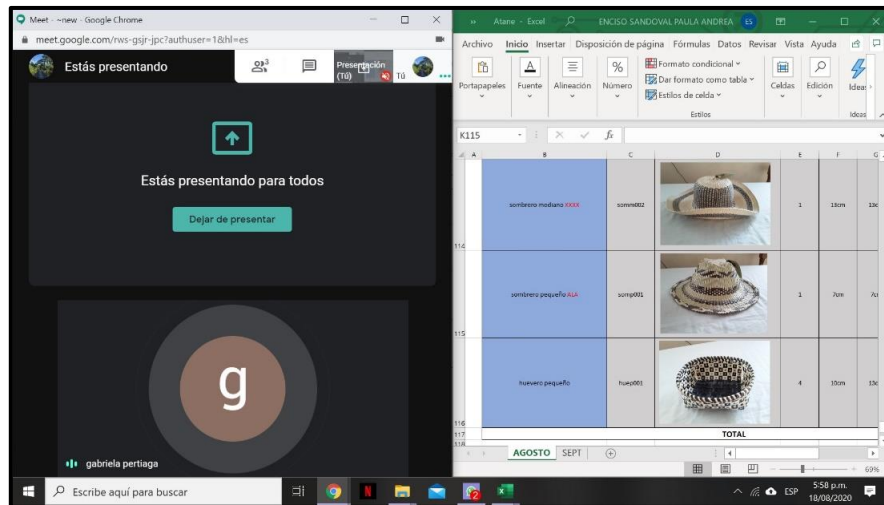


Ilustración 68- Asesorías Componente Comercial

Igualmente se guió al grupo en la construcción de un discurso comercial que facilite a las artesanas la negociación con los clientes y el cierre de negocios, por medio de una infografía se compartieron lineamientos para la creación de un discurso y se dio un espacio para la creación de varios videos donde las artesanas participantes contaron que hacían parte de un grupo artesanal, la trayectoria comercial, la materia prima que utilizan en este caso la paja tetera y los tipos de producto que elaboran, además describieron los espacios comerciales en los que han participado desde la conformación del grupo artesanal y los diferentes canales de atención comercial con los que cuentan.

Como parte del acompañamiento con el grupo se realizó la actualización del catálogo de producto final, identificando las líneas más comerciales e incluyendo fotos de producto trabajadas en la vigencia 2019, también se actualizaron las dimensiones, la descripción de los productos y los precios para que el grupo pueda hacer uso de esta herramienta en pro del fortalecimiento de comercialización digital, este apoyo sirvió de insumo para la postulación del grupo según los requerimientos a la feria virtual del Market Place. Este catálogo de producto incluye la carta de color construida por el equipo de diseño que facilita la comercialización de los productos con los clientes dándoles a conocer la importación y significado de cada dibujo y color según referencia de producto.

Se añade que se realizó un acompañamiento en la fijación de precios teniendo en cuenta el proceso de costos de producción para las líneas de co-diseño 2020 y proyectando posibles precios según diseños y tamaños, con esta actividad se enfatizó al grupo la necesidad de incluir los costos de envío de producto en los precios finales dadas por los diferentes escenarios de negociación con los clientes, más aún en el escenario de comercio digital. Lo anterior, se hizo con el apoyo de la guía de costos y precios y se socialización con el grupo, en la siguiente imagen se registra el soporte de la asesoría.



Ilustración 69-Artesanas grupo Atane

Para el trimestre de octubre a diciembre, se realizaron asesorías en conjunto con el componente social y de diseño haciendo seguimiento a actividades en conjunto para la preparación de producto y seguimiento de envíos a la feria de Expoartesanías y Marketplace, también se compartió y socializó con el grupo artesanal la última versión del catálogo Atane para uso del grupo, igualmente se realizó una actividad de cierre identificando un autodiagnóstico final reflejando el avance del grupo luego de las asesorías dadas en la presente vigencia y proyectando actividades de fortalecimiento para el grupo que pueden adelantar con facilidad las artesanas.

- **Logros:**

- El grupo artesanal identificó las fortalezas y debilidades del proceso de comercialización, con ello se planteó el plan de trabajo de atención desde el componente.
- El grupo realizó un mapa de identificación de oportunidades que contienen las apuestas de mejora de comercialización de sus productos teniendo en cuenta el uso de herramientas virtuales.
- El grupo reconoce situaciones y experiencias en sus acercamientos comerciales y sustentan la importancia de manejar un discurso de ventas que diferencie la marca con relación a otros grupos artesanales que ofertan productos similares
- Ajuste y creación de referencias de producto.
- Inscripción de participación feria virtual Marketplace y Expoartesanías 2020
- Identificación de precios de materia prima e insumos para elaboración de productos.
- Fortalecimiento de las habilidades de los artesanos para fijación de precios justos.

- **Resultados:**

- Autodiagnóstico comercial inicial y final Atane
- Guion de discurso de ventas
- Video “discurso de ventas Atane”



- Inventario de producto actualizado
- Catálogo de producto Atane
- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Feria propia Market place ADC
 - Expoartesanías 2020
- **Ventas generadas**
 - Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$0
 - Apoyo de compra ADC: \$411.000
 - Ventas generadas en Expoartesanías: \$1.290.000
 - Total ventas generadas: \$1.290.000

5.1.7.3. Resultados Componente de Diseño y Producción:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

El grupo de artesanas de Atane en la ciudad de Popayán se caracteriza por ser un grupo que se encuentra en una fase inicial de fortalecimiento. Este grupo viene siendo atendido desde el 2019 por el programa y sus avances han sido limitados. Es un grupo pequeño en donde el manejo técnico aún evidencia falencias, especialmente en los acabados y en donde el hecho de encontrarse en un contexto urbano hace que la adquisición de la materia prima sea limitada y los referentes culturales propios de la etnia Eperara se ven ligeramente desdibujados. Varias de las artesanas del grupo son jóvenes y los ejercicios de rescate y de transmisión de saberes son importantes para lograr consolidar una identidad que les permita diferenciarse en el mercado.

Por otro lado es su mismo contexto urbano el que puede darles esa diferenciación, especialmente por medio del manejo del color. Actualmente el grupo trabaja principalmente con tintes sintéticos por lo cual es importante establecer unas paletas de color que les permita construir identidad y diferenciación.

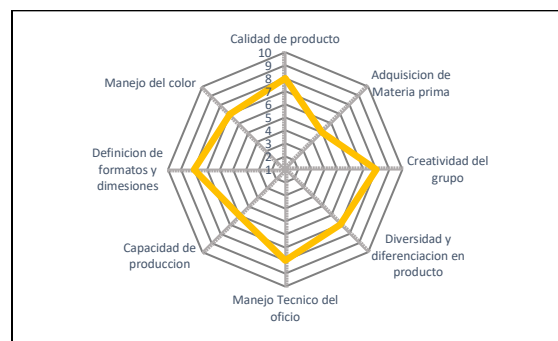


Ilustración 70-Autodiagnóstico en Diseño



Durante el ejercicio de autodiagnóstico del grupo se evidencio las dificultades del grupo en adquisición de materia prima e insumos, relacionado con la situación generada por la emergencia sanitaria.

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
19	11	2	10	2



Ilustración 71-Artesanas comunidad Atane

- **Asesorías:**

- Autodiagnóstico y estado actual del grupo artesanal
- Historia e identidad en el producto 1 y 2
- Registro fotográfico
- Construcción de carta de color
- Exploración formal
- Manejo del color.
- Co-Diseño
- Desarrollo de prototipos
- Construcción de planes de producción
- Seguimiento a producción
- Calidad en el producto
- Autoevaluación de cierre

- **Logros:**

- **Concepto de diseño:**

El grupo enfocó su exploración en la exploración de elementos tradicionales que les gustan en paralelo con elementos que les gustan de su contexto urbano como la música, lo que comen y el manejo de tecnología. Sin embargo, se dificulto la materialización de esta exploración.



- **Exploración gráfica y simbólica:**

Hicieron un ejercicio de exploración gráfica por medio del tejido, explorando nuevos elementos gráficos que pueden enriquecer sus productos. Sin embargo, este ejercicio debe ser trabajado de manera más profunda con el grupo antes de poder implementarla en sus productos. Para esto se recomienda que este trabajo sea realizado en territorio llegando a acuerdos sobre el manejo de simbología y el nuevo lenguaje gráfico que se está explorando.

- **Color:**

Construyeron una carta de color con los colores disponibles en este momento de cuarentena, tanto naturales como sintéticos. Y generando las definiciones de los que representan los colores para ellos. Esta carta de color se convierte en un complemento importante para el catálogo de productos ya que le abre las posibilidades al cliente sobre la oferta de producto.

- **Diseño:**

Se realizó un ejercicio de rediseño de propuestas del año pasado aplicando paletas de color construidas con los colores disponibles y revisando los formatos de los productos de manera a que respondan a elementos de organización más funcionales y elementos que sean fácilmente transportables y comercializables.

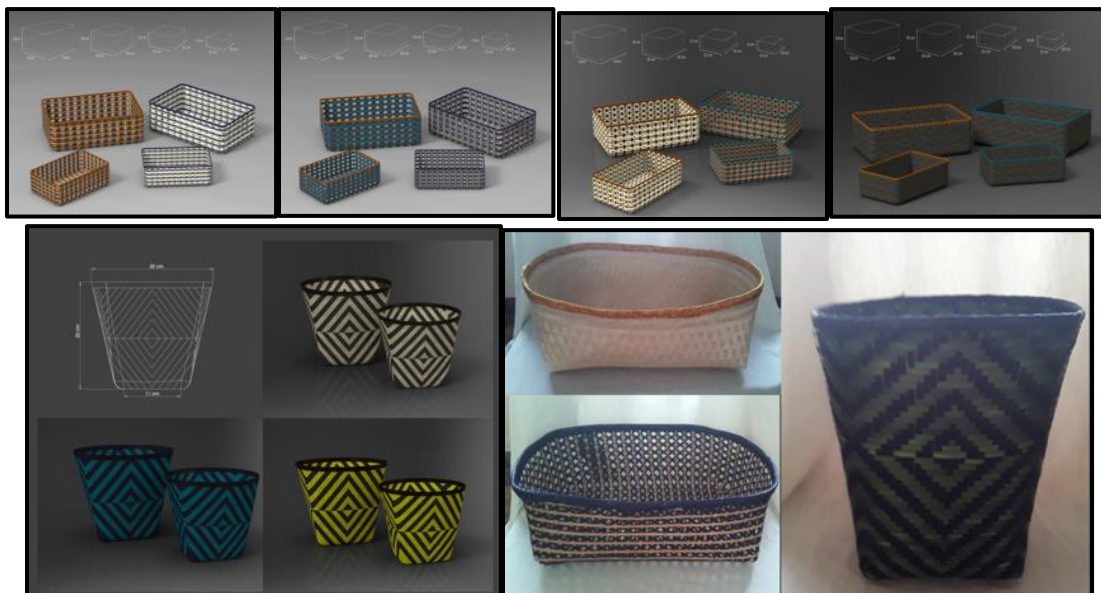


• **Diseño y desarrollo de producto:**

Las propuestas del grupo se han encaminado en la consolidación de una línea de organizadores en donde se exploran diferentes composiciones y paletas de color para ofrecerle al grupo mayor diversidad frente a un producto de buena rotación comercial. Así mismo se trabajó en una línea de producto de papeleras también con exploraciones de color y exaltación del manejo gráfico en el producto. Este desarrollo de producto se encuentra en fase de desarrollo de prototipos, los cuales deberán ser revisados en físico para garantizar la calidad del tejido, el manejo del color y los acabados. Es importante resaltar que en este proceso el grupo evidencio dificultades en su respuesta rápida y el seguimiento a los



resultados se dificultó por problemas de comunicación y compromiso del grupo. Es un grupo que aún tiene grandes debilidades en su estructura socio-organizativa, lo cual dificulta el buen desarrollo de las actividades desde el componente de diseño.



- **Producción y participación comercial:**

El grupo recibió apoyo por parte del componente en el ejercicio de curaduría y selección de producto para la construcción de su plan de producción de cara al evento comercial de feria virtual del Market Place de Artesanías de Colombia y Expoartesanías. El grupo evidenció dificultades en el desarrollo de estas producciones, principalmente en los procesos de estandarización que requieren estas ferias virtuales, al igual que en los acabados y el respeto de estándares de calidad.



Ilustración 72-Productos para participación comercial

A continuación, se presentan las referencias seleccionadas para el grupo en su participación de Expoartesanías 2020, los resultados comerciales se presentarán iniciando el 2021, luego de desarrollado el evento.



Ilustración 73- Resultados Parciales Expoartesanías 2020

• Fortalecimiento productivo

Según el autodiagnóstico inicial para el taller artesanal Atane se proyectó un fortalecimiento en Materia prima, herramientas e insumos. En esta medida se dio apoyo para la adquisición de paja tetera, se realizó una implementación de herramientas principalmente orientada al proceso de tinturado y se generó un apoyo en tintes sintéticos para el proceso de tinturado de las fibras:

Año 2020	
Ítems	Valor
Materia Prima (paja tetera)	\$ 3.000.000
Herramientas	\$ 1.483.395
Tintes	\$1.477.819
TOTAL	\$ 5.961.214

La adquisición de materia prima la realizan en zona, al encontrarse en Popayán se les presenta dificultades de adquisición, más sin embargo el proveedor con el que vienen trabajando les responde en calidad, tiempo y precio.

De igual manera se trabajó con el grupo en la adquisición de moldes en madera que les permitan estandarizar las medidas de sus contenedores y generar unos tejidos más rígidos y parejos. Esta implementación fue generada por el asesor y enviada directamente a la comunidad.

De igual manera el grupo recibió el apoyo por parte del programa de cooperación internacional con la implementación de un kit de bioseguridad.

Año 2020 – cooperación internacional	
Ítems	Cantidad
Kit de bioseguridad	2 kit



- **Concepto final del componente de diseño:**

El grupo de Atane evidencia dificultades en su estructura socio-organizativa, y si bien la artesana líder se muestra comprometida, los resultados del grupo en el componente de diseño no muestran solides y una organización productiva que permita generar avances y desarrollos contundentes. Durante el proceso de asesoría virtual fue muy complejo lograr que el grupo se comprometiera y cumpliera con las actividades y objetivos dentro de los tiempos establecidos, generando por lo general una sensación de que cumplen solo por hacer la tarea y obtener los beneficios del programa sin entender el compromiso que requiere sacar adelante un emprendimiento artesanal.

Este grupo requiere de un acompañamiento de largo plazo con acciones en territorio que les permitan integrar mejor las nociones trabajadas desde el componente y que se pueda garantizar la participación de todas las artesanas. Es muy importante fortalecer los acuerdos con este grupo si se quiere seguir trabajando con él y ser muy estricto en el cumplimiento de estos. Teniendo en cuenta la situación por la que se está atravesando por el coronavirus y teniendo en cuenta que el acompañamiento virtual se proyecta como una dinámica prolongada, se recomienda que el trabajo con el grupo se siga haciendo de manera puntual con el fin de no generar altas expectativas en el grupo sobre elementos que no podrán trabajarse de la manera adecuada con este grupo por la virtualidad y no comprometer los acuerdos a los que se pueda llegar ya que se evidencio que el grupo tiene dificultades en cumplir dichos acuerdos y compromisos que se establecen con el asesor.

Esto mientras que no se pueda viajar a territorio y mientras que el equipo de desarrollo humano no genere un trabajo más sólido que les permita consolidar sus estructuras organizativas. Los resultados en términos de diseño y calidad de producto no son aun suficientemente contundentes y el grupo requiere de mayor acompañamiento siempre y cuando se cumplan los acuerdos como ya se mencionó.

5.1.8. SANTA ROSA

5.1.8.1. Resultados Componente Socio- Organizativo:

El grupo artesanal Kai Siia, se ubica en la ranchería de Santa Rosa y el caserío de la Majayura, ambos pertenecientes al municipio de Maicao en el departamento de La Guajira. Está formado por 28 artesanas y es liderado por Valeria Pushaina, quien también hace parte de las Autoridades Tradicionales del lugar.

Kai Siia está conformado por mujeres que se dedican a las labores artesanales propias de la etnia Wayúu, es decir, el tejido de mochilas (susu) de todos los tamaños, también chinchorros aunque estos últimos no son de sus productos insignia. Se ha perdido la sabiduría frente a todos los tejidos diferentes y antiguos.



Durante estos años, el grupo ha sufrido algunas calamidades como la muerte o enfermedad de familiares, lo cual ha afectado su producción. Sin embargo, siguen adelante dispuestas a trabajar para las ferias y emocionadas con las nuevas colecciones.

• **Retos:**

El grupo ha tenido que enfrentar la pandemia de forma muy atenta debido a su cercanía con Maicao, lo cual les ha restringido sus salidas y encuentros. Actualmente la mayor parte de las comunicaciones se están sosteniendo sólo con la líder Valeria, lo cual representa un reto para todo el grupo especialmente para ella ya que tiene la gran responsabilidad de socializar lo que se trabaja con los asesores haciendo que las artesanas lo entiendan.

Uno de los retos que se evidencia en el grupo es que Valeria aún carga con la mayoría de las responsabilidades y labores del grupo, por lo cual se hizo un taller de Liderazgo y solidaridad, que fue necesario para que el grupo comprendiera la necesidad de repartir las responsabilidades y así lograr el correcto funcionamiento, sin generar sobrecarga de labores en la artesana líder. Esto se seguirá trabajando con el taller de capacidades y fortalezas, y se materializó en la revisión y actualización del organigrama de grupo artesanal. Se proyecta profundizar en las temáticas de rescate cultural y tradiciones del pueblo Wayúu debido a la pérdida de valores y costumbres en la comunidad.

Otro de los retos que manifiesta el grupo es el rescate cultural, ya que muchas de las tradiciones de la etnia Wayúu se han perdido incluso el vestido tradicional (que es la manta) está perdiendo importancia en las nuevas generaciones. Otros eventos importantes como la danza de la yonna y el encierro se están relegando al pasado y era precisamente en momentos como estos que las mujeres y niñas compartían el conocimiento del tejido y la importancia de este para resaltar los aspectos femeninos que se heredaban por línea matrilineal. Si se pierden estos ritos se corre el riesgo que las artesanías pierdan contexto y significado y se trabaje solo buscando el beneficio económico.

Otro reto importante es que, en el proceso de estandarización, no se pierdan elementos esenciales como la ancestralidad, las artesanas de Kai Siia se reconocen como tejedoras de vida y este aspecto es primordial a tomar en cuenta en la elaboración de piezas estandarizadas. Otro reto sobre el encajar el kanaas que era nuevo en los tejidos de las mochilas.

FECHAS DE ASESORÍA	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
18-05-20	- Manejo de emociones -Cronograma de trabajo	2
19-05-20	-Revisión Organigrama	1
08-06-20	-Liderazgo y solidaridad	1



20-06-20	Fortalecimiento organizativo	1
02 y 03 - 07 - 2020	Metas y objetivos comunes	2
10 y 18-08-20	Fortalecimiento organizativo -revisión de misión y visión	2
10 y 25-09-20	Transmisión de saberes -plan de trabajo de TS -plan de inversión	2
08/ 10/ 2020	Cronograma de trabajo artesanal y roles	1
23/ 10/ 2020	Seguimiento Plan de inversión Transmisión de saberes	1
06/11/2020	Taller levantamiento de testimonios - ¿Qué piensas de la producción en serie? - Relatos sobre el proceso de estandarización - Testimonio: qué hace único nuestro trabajo artesanal	3
26/ 11/ 2020	Autodiagnóstico final y balance del grupo	1
NÚMERO TOTAL DE TALLERES EN LA COMUNIDAD		16

- **Logros y aspectos destacables**

Con relación al 2019 el grupo ha mejorado considerablemente su compromiso respecto al programa. Valeria ha demostrado ser una líder con las capacidades necesarias para liderar un grupo con ayuda de su esposo y sus familiares quienes colaboran en las labores documentales de organización, logística, gestión, organización en la producción, socialización de asesorías, manejo de rubros, etc.

Otro logro importante que salió a relucir en el acompañamiento fue el proceso de estandarización por el que pasó el Grupo KaiSiia, Valeria manifestó la dificultad que implicó. Sin embargo, después de un arduo trabajo, se logró la estandarización.

- **Gestión:** Uno de los grandes logros del grupo durante el 2020 fue haber ganado la convocatoria del ministerio de cultura "comparte lo que somos", recursos sumamente importantes para la compra de materia prima. Esto permitió que las artesanas se familiarizaran con la gestión de recursos y vieran las distintas posibilidades de apoyo que existen para el sector artesanal.
- **Identidad:** Se han motivado a aprender mucho más los temas de su cultura y los diseños tradicionales, demostrando una gran mejoría al respecto. El grupo se ha



destacado por tener alta receptividad a las indicaciones y asesorías que ha planteado el programa. En este grupo ha habido una mejora significativa en el manejo de tejido de una sola hebra y el uso de diseños tradicionales o kannas. Incluso, cuentan con un diseño propio que no posee ningún otro grupo o ranchería Wayuu luego de que esta iconografía estuvo a punto de desaparecer por privilegiar dibujos ajenos a su cultura.

- **Distribución de roles y liderazgo:** Durante los talleres el grupo eligió una secretaria y una tesorera lo cual permitió la división de tareas, que antes delegaban exclusivamente en la líder Valeria. Adicionalmente se encuentra la figura de veedor para tener control sobre los compromisos del grupo, así como la revisión de la entrega de materia prima. Se desarrolló el taller de capacidades y fortalezas en el cual se identificaron las características de cada una de las artesanas y las formas diversas en que pueden apoyar las labores del grupo, incluso si viven en lugares alejados porque esto es una realidad en la comunidad y se dificulta el trabajo con todas las tejedoras por las distancias.
- **Creación de objetivos comunes:** Al actualizar la misión y visión se evidencia que el grupo si tiene objetivos y metas comunes por las cuales están dispuestas a trabajar juntas, se comparte de forma visual esta información para que Valeria la comparta cada vez que sea necesario hacer una revisión de estas metas comunes. Se analizan las proyecciones que se tienen para un futuro y el grupo se ve realizando labores grupales para alcanzar el éxito.
- **Comunicación y resolución de conflictos:** Hubo una notoria mejoría en la comunicación y relación entre las artesanas desde el comienzo del año. Han tenido que afrontar dificultades y quebrantos de salud lo cual las ha unido más, durante esta época de aislamiento han aprendido a trabajar unidas por el bien del grupo pensando en las necesidades con las particularidades de cada artesana o núcleo de ellas, ya que se maneja de forma familiar.
- **Transmisión de saberes:** El grupo artesanal hizo un gran esfuerzo por llevar a cabo los talleres de transmisión de saberes desde los últimos meses de la emergencia declarada por la pandemia del Covid-19. En pequeños grupos lograron adelantar estos talleres con varios maestros cada uno de los cuales compartió su conocimiento. Se adelantaron talleres sobre la fabricación de las borlas, ya que muchas artesanas no sabían cómo tejerlas para darle un toque adicional y tradicional a las piezas. También se retomó el tema de los diseños con kannas y se incluyó un taller de acabados para mejorar la terminación de las mochilas. Otro taller que se realizó fue sobre gazas y medidas. Estos talleres representan un gran avance para el grupo ya que pocas veces suelen reunirse para trabajar en conjunto, pues siempre se acostumbra a hacerlo de forma individual o familiar y luego de recopilar los productos y alistarlos para la comercialización.



- **Carácter diferenciador:** Valeria hizo un esfuerzo para construir un testimonio donde quedara reflejado el carácter diferenciador y la esencia artesanal del grupo, para KaiSiia es importante tener en cuenta que las artesanías que ellas elaboran no se hacen únicamente bajo la lógica de vender, “nosotros no somos fábrica de mochilas, somos tejedoras, tejedoras de vida de esperanza, por medio del tejido nuestras niñas y niños crecen con nuestra cultura.”

Desde niños crecen con el chinchorro, con la mochila. Por ejemplo, en el bolso equilibrio (cartera) hay cuatro usos y costumbres, maquillaje, palabrero, la yonna, el encierro de la majallo; este bolso tiene la conexión con todos esos elementos. Las artesanías de KaiSiia son las abuelas, los antepasados que nos dejaron en encargo este legado del tejido Wayuu y es único. KaiSiia elabora mochilas de una sola hebra, eso los hace únicos, ese es el tejido ancestral, con kanaas que representan las estrellas, las tortugas, nuestros abuelos cuando visitaban la playa.

- **Recomendaciones para trabajar con la comunidad en próximas vigencias:**

El grupo viene haciendo un gran trabajo en materia de rescate cultural, la mayor parte de las tradiciones de la ranchería se han perdido y el grupo artesanal ha sido un punto importante para empezar este rescate. Se recomienda continuar con la transmisión de saberes por que la intención del grupo es continuar con el rescate de sus tradiciones partiendo de los elementos que los identifican como el baile del yonna, la alimentación y las tradiciones, reflejando esto en los productos artesanales como las mochilas con los kanaas que se han venido rescatando y el tejido de la mochila grande para mercado que ya se estaba dejando de tejer. El grupo manifiesta que desea seguir trabajando la exploración de nuevos diseños y nuevas líneas de productos que sean acordes a su tradición pero que logren la innovación y la diferencia con otros grupos wayuu.

Así mismo se recomienda seguir trabajando el empoderamiento de otras personas del grupo que puedan hacerse cargo de labores dentro del proceso artesanal como la revisión de calidad, la consecución de materia prima, etc. ya que aún deben incentivar y organizar el trabajo en equipo.

Se recomienda para talleres futuros incorporar a Guillermo, esposo de Valeria. él se integró al final del taller de Levantamiento de Testimonios y enriqueció muchísimo el trabajo y los resultados de este.

5.1.8.2. Avances Componente Comercial:

Con el grupo se realizaron 6 asesorías virtuales. Es importante destacar que cuentan con dificultades de conexión a internet, no cuentan con energía eléctrica permanente y la señal telefónica es intermitente; Aún se encuentra en proceso básico en términos de comercialización y emprendimiento. Así mismo las actividades no se han desarrollado



satisfactoriamente debido a los problemas de conectividad que presenta el grupo para recibir las asesorías del componente.

Durante la primera sesión se realizó la socialización del plan de trabajo y un ejercicio de autodiagnóstico para identificar los puntos fuertes y las oportunidades de mejora del grupo. En la segunda jornada, se realizó una introducción a costos y precios para determinar la forma como calculan los precios de venta de sus productos, en la tercera sesión, se realizó una diferenciación entre lo que es mercado local, regional, nacional e internacional y las oportunidades existentes en términos de comercialización de productos a nivel de mercados virtuales. Sumado a esto, se inició con la temática sobre los 4 pasos clave para construir un discurso de ventas efectivo, sin embargo, se debe profundizar en esta temática ya que se evidencia que algunas de las artesanas que integran el grupo tienen bajas capacidades de venta.

Durante el mes de septiembre, se realizó una asesoría para calcular los costos y precios de los prototipos que están desarrollando las artesanas del grupo, sin embargo, se evidencia que no miden el tiempo de tejido al momento de elaborar un producto, que muchas de las artesanas no cuentan con la habilidad para tejer rápido y que les cuesta realizar operaciones matemáticas sencillas.

Así mismo, se observa que la artesana líder del grupo posee deficiencias en liderazgo, las cuales deben fortalecerse para que el grupo pueda avanzar y crecer.

Para los meses de octubre y noviembre se realizó un acompañamiento sobre costos y precios de las diferentes líneas elaboradas por el grupo; sin embargo, durante la asesoría se identificó que las artesanas poseen dificultades para realizar operaciones matemáticas básicas; adicionalmente algunas no miden los tiempos de tejido, no cuentan con grameras para pesar la lana y no cuentan con nociones básicas sobre % de ganancia.

Así mismo, la artesana líder no mostró un compromiso fuerte por las actividades y retos propuestos en el componente, en repetidas ocasiones no envió las tareas a tiempo y en términos generales no hubo un buen desempeño frente al plan de trabajo propuesto.

Finalmente, el grupo cuenta con una estructura organizativa frágil; poseen dificultades para el cálculo efectivo de costos y precios de venta de las diferentes líneas de producto; algunas artesanas les cuesta realizar operaciones matemáticas; adicionalmente, no cuentan con una junta directiva que les permita administrar y manejar registros. Sus dinámicas comerciales son poco activas debido a que su conexión a internet y telefonía es limitada y compleja. Dentro de sus puntos fuertes se encuentra la atención al cliente, el discurso de ventas y la gestión de recursos para su fortalecimiento productivo. Se sugiere no emprender proceso de formalización empresarial, ya que el grupo debe solidificar su liderazgo y comunicación interna. Así mismo, se debe trabajar en mejorar la calidad del producto para tener una oferta atractiva al cliente.

- **Logros:**



- El grupo artesanal reconoció sus fortalezas y debilidades en la comercialización de productos
- Reconocer las actividades productivas clave para calcular el costo de producción de los productos del grupo.
- El grupo identificó las ventajas e importancia de establecer canales de comercialización virtuales para vender sus productos durante este año.
- Las artesanas reconocen la importancia de medir los tiempos de producción para calcular el precio de sus productos.

- **Resultados:**
 - Autodiagnóstico comercial
 - Guion discurso de ventas
 - Inscripción participación feria virtual Expoartesanías 2020
 - Matriz de costos y precios de prototipos 2020.

- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Expoartesanías 2020

- **Ventas generadas:**
 - Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$0
 - Apoyo de compra ADC: \$1.040.000
 - Ventas generadas en Expoartesanías: \$255.000
 - Total ventas generadas: \$255.000

5.1.8.3. Resultados Componente de Diseño y Producción:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

El grupo artesanal Kai Siaa participo durante el 2019 en el programa siendo este su segundo año. Para esta vigencia se propuso realizar las actividades en la virtualidad en 3 grupos de trabajo por ubicación geográfica y manteniendo la información por un solo canal. En cuanto a los logros alcanzados durante el año pasado se resaltó los talleres de transmisión de saberes en simbología tradicional, aprendieron sobre la importancia de la estandarización de las mochilas, aunque aún no está documentada y apropiado por el grupo en general. Su participación en la feria de expo artesanías 2019 les proporciono una lectura del mercado y su comportamiento de compra, los productos que mejor funcionaron fueron las mochilas pequeñas y medianas de 14x17 21x24 en tonos tierras.

Como primera actividad se realiza un autodiagnóstico el cual se compara con el último del año 2019 para revisar la ruta de acción del presente año y se marcó la ruta del plan de acción:

- Fortalecer la cadena de proveeduría: no tienen un contacto que les pueda proveer la materia prima en insumos. Adicional hay que revisar el ciclo de auto sustento.



- Diversificación: encontrar un producto de rescate o rediseño que las logra diferenciar.
- Producción: Empezar a generar mediciones para controlar los tiempos de fabricación.
- Calidad: Generar un documento diferencial de Calidad y socializar con el grupo artesanal.
- Color: Definir y reforzar el manejo del color
- Identidad: Definir el concepto a trabajar durante la vigencia 2020.
- Fortalecer su ejercicio de documentación y toma fotografía de su catálogo de productos con el fin de robustecer su propuesta comercial.

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
21	36	3	13	1



Ilustración 74-Asesoría virtual grupo artesanal Kaisiaa

- **Asesorías:**
 - Asesoría para la construcción del inventario
 - Autodiagnóstico y estado actual del grupo artesanal
 - Actualización y datos para fortalecimiento en Materias primas
 - Identidad en el producto artesanal
 - Diversificación a través del rescate
 - Construcción del concepto
 - Manejo del color.
 - Co-Diseño
 - Registro fotográfico



- Bocetos colección 2020
 - Presentación de la guía y desarrollo de prototipos.
 - Fortalecimiento productivo en desarrollo grafico de la mochila wayuu
 - Plan de producción Expoartesanías 2020 y seguimiento de la producción
 - Proyección y seguimiento de compra Colección “Orgullo Étnico”
- **Logros:**
 - Se realizo un trabajo de investigación y rescate sobre mochilas tradicionales lo que le permitió al grupo consolidar su oferta.
 - El trabajo de investigación sobre simbología facial represento un factor diferenciador en la colección 2020.
 - Se realizo la estandarización formal de las mochilas, las cuales se trabajarán sobre esas medidas.
 - Se proyectaron los talleres de trasmisión de saberes con respecto a las necesidades que aparecieron durante la producción de los prototipos
 - Se desarrollaron prototipos y están en proceso de corrección de los mismos
 - Se elaboro una guía de desarrollo de prototipo lo cual permitió que cada una de las artesanas empezara a fabricar los prototipos y el conocimiento sea homogéneo.
 - Se logro identificar una primera carta de color, con el compromiso de seguir alimentándola.
 - Se desarrollaron prototipos que permitieron las correcciones pertinentes y la evaluación en precios y competitividad en el mercado.
 - Se logro el desarrollo de 8 referencias y 14 unidades producidas para la participación en la primera versión virtual de Expoartesanías 2020.
 - Se logro producir 4 referencias y 16 cantidades para compra directa con Artesanías de Colombia.
 - Se logro realizar el registro fotográfico de los prototipos producidos.



- **Diseño y desarrollo de producto:**

CONCEPTO: “EQUILIBRIO CÓSMICO”



A pesar de estas dificultades de distanciamiento no fueron un obstáculo para trabajar en equipo y construir el concepto a trabajar durante este año conjuntamente, el cual está enfocado a partir de las vivencias propias y giran alrededor de:

- Ser Mujer Wayuu.
- Equilibrio Social.
- La solidaridad colectiva.
- El equilibrio entre el cosmos y el hombre.
- Mediación con nuestra naturaleza.

Se proyectó desde la estrategia del componente orientar hacia el rescate del producto artesanal, el cual se ha venido desarrollando con la comunidad, fue un trabajo investigativo de las posibles mochilas que se podrían fabricar y la historia que hay detrás de cada una de ellas, se hicieron las siguientes acciones:

- Traducción de la lengua al español de unos textos investigados como referentes para la elaboración de la línea.
- Recolección de fotografías de los productos que elaboran actualmente, que usan de forma cotidiana y que aún no hacen parte de su catálogo comercial.

Con este ejercicio se definieron los siguientes productos o líneas a desarrollar

- Mochilas de mano
- Carteras o bolsos (Rescate de la mochila que usan para el colegio)
- Mochila de mercar.

Se realizó un trabajo gráfico de levantamiento de simbología inspirada en el maquillaje de la mujer wayuu, el cual será junto al color rojo los principales protagonistas de la colección.



Ilustración 75-Diseños de producto



Fortalecimiento Productivo:

Según el autodiagnóstico inicial para el taller artesanal Kai Sia se proyectó un fortalecimiento en materias primas y la implementación de hilos. Este fortalecimiento se realizó de manera articulada con el programa de cooperación internacional de la entidad. Adicional al fortalecimiento productivo ya mencionado, se entrega un apoyo en la implementación de un Kit de Bioseguridad.

Año 2020 – Cooperación internacional	
Ítems	Cantidad
Kit de Bioseguridad	1 kit
Hilo acrílico	71 kilos

Producción y participación comercial:

Para el grupo artesanal Kaisiaa, se proyectó la participación en expo artesanías donde se planteó una producción compuesta por algunos productos de la colección 2020 y referencias de los diseños del 2019, al ser su segunda participación en la feria y la primera de forma virtual se estimó que las referencias seleccionadas fueron las adecuadas para esta oferta. A partir de los diseños propuestos para la colección 2020 se proyectó compra dos de 4 productos.

PARTICIPACIÓN EN EXPOARTESANÍAS:



Ilustración 76-Resultados Parciales Expoartesanías 2020

A partir de los diseños propuestos para la colección 2020 se realizó la compra de 4 referencias que participaran en Expo artesanías dentro de la colección Nacional. Fue evidente su compromiso por mejorar y buscar que su producto sea competitivo, más sin embargo aún es necesario seguir trabajando en el desarrollo gráfico y el mejoramiento de la técnica.

Concepto final del componente de Diseño

El grupo artesanal avanzó en el manejo de gráfico sobre el producto y en la implementación y paletas de color, más sin embargo es primordial revisar el tema de calidad, ya que no



manejan homogeneidad a nivel de grupo. Adicional, es necesario revisar los proveedores que tienen actualmente para su materia prima y generar una cadena de proveeduría idónea. Es importante destacar su compromiso y trabajo como grupo, así mismo se aconseja mantener la atención para aprovechar el proceso que se lleva con esta comunidad artesanal.

5.1.8.4. Resultados Componente de Comunicaciones:

Este grupo no estaba planteado dentro de los de atención integral desde comunicaciones, pero por su dedicación y realización de testimonios se vio que tenían las herramientas necesarias para iniciar las asesorías y darle continuidad al manejo de sus redes sociales.

Este grupo es uno a los que se les asignó un rubro de reconocimiento desde el componente de comunicaciones por la consecución de testimonios audiovisuales para sus propias redes sociales y la difusión que desde la entidad hacemos con ellos.

En el caso de Santa Rosa realizaron unos videos en el marco de una gestión free press que se generó con Canal 13, en el cuál desarrollaron unos testimonios para el programa hablando de su labor artesanal tradicional, enmarcada en la realidad de la pandemia. Junto a esta producción se les apoyo en la edición de los videos para su postulación a la convocatoria del Ministerio de Cultura, “Comparte lo que Somos”.



Ilustración 77-Líder Artesanal Santa Rosa

- **Asesorías Virtuales: 2**

Asesorías Comunicaciones						
Grupos Artesanal	Total Asesorías	Fecha Asesoría	Tipo de Asesoría			Tema de la Asesoría
			Integral	Puntual	Testimonios	
Santa Rosa		5 junio	x			Estrategia de Comunicación.
		18 junio	x			Apertura correo electrónico, Instagram y Facebook.
		9 julio	x			Plan de Acción
		24 agosto	x			Herramienta Canva
		8 septiembre	x			Canva y plan de contenidos

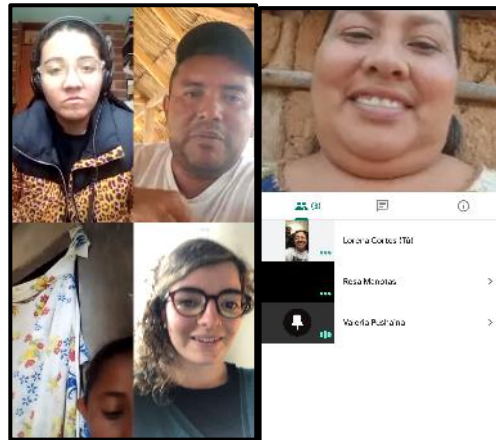


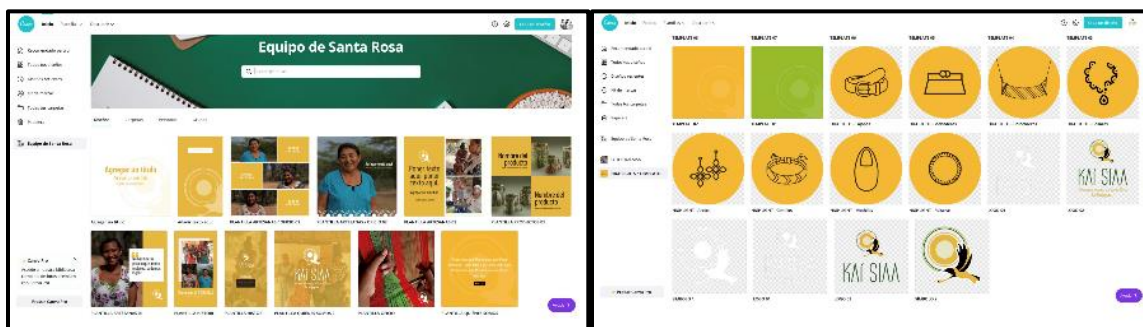
Ilustración 79-- asesorías en comunicaciones- Santa Rosa

• **Contenidos talleres:**

Estrategia de comunicación “Tenerla Clara” y módulo introductorio “Redes Sociales”. El grupo no contaba con redes sociales y estaban muy interesadas en empezar con ellas, así que se les creó correo, Facebook e Instagram, pero es una realidad que no cuentan con muy buena señal y eso va a ser un reto a la hora de empezar a publicar con periodicidad.

• **Avances en Redes Sociales:**

- Apertura correo electrónico: artesanias.kaisiaa@gmail.com
- Creación de su cuenta en Instagram: Artesanas Kai Siaa
- Creación de su cuenta en Facebook: Artesanas Kai Siaa
- Cambio de su cuenta de Instagram normal a una cuenta empresarial.
- Creación de la descripción en la BIO.
- Generación de link que lleve inmediatamente al WhatsApp con mensaje automático.
- Elaboración de las Historias Destacadas.
- Apertura de cuenta en Canva
- Diseño de plantillas para la herramienta Canva con una línea gráfica definida y una paleta de color propia, inspirada en su logo.
- Desarrollo parrilla y ejes de contenido.





- **Proyección:**
 - Seguimiento de sus publicaciones en Instagram
 - Fortalecimiento en el manejo de la herramienta de canva.
 - Testimonio para campaña “No hay otro igual”, en el marco de Expoartesanías.

5.1.9. HILARTE

5.1.9.1. Resultados Componente Socio- Organizativo:

El grupo artesanal HILARTE es un grupo nuevo que entra al programa por medio del encadenamiento gracias al trabajo con el grupo Mutecypa, ambos pertenecen al pueblo de Los Pastos. Durante el 2019, Hilarte recibió asesoría puntual por parte del programa. La artesana líder es Graciela Cando, gestora artesana y personaje clave de la comunidad. Este grupo se ubica en el Municipio de Córdoba el cual se traslapa en su totalidad con el Resguardo de Males. La ubicación es estratégica por su cercanía a Ipiales, la frontera con Ecuador y Pasto, capital de Nariño.

Actualmente está funcionando con 15 artesanas que hacen parte integral del grupo, algunas de ellas son nuevas en el proceso, pero se encuentran bastante motivadas. Entre las artesanías que elaboran destacan los bordados y el tejido de lana e hilo. Es así como elaboran ruanas, bufandas y mochilas que se hacen mediante varias técnicas como la guanga, tejido a dos agujas, entre otros. Su objetivo principal es fortalecer al grupo artesanal en los saberes propios e innovación de productos para el éxito comercial y cultural de la comunidad.

- **Retos:**

El grupo artesanal Hilarte está atravesando un buen momento en el cual las artesanas han empezado a tener sentido de pertenencia al grupo. Los productos ya se encuentran consolidados y actualmente están buscando su posicionamiento. En este momento existen retos a nivel organizativo, así como en materia de producción, para que el grupo logre seguir trabajando correctamente en equipo mejorando su opción de mercado.



Ilustración 80- Tejido en Guanga con bordado de simbología

- **División de responsabilidades y liderazgo:**

Se ha observado en el transcurso de los talleres algunas falencias en la división de tareas y responsabilidades, lo que ha ocasionado discordias al interior del grupo, principalmente por la concentración del poder en la artesana líder Graciela Cando quién no ha cedido el liderazgo a través de los años y actualmente ha recibido gran visibilidad, causando algunos problemas de comunicación internos que está lamentablemente ocasionando divisiones. Un gran reto que está afrontando el grupo es la cohesión de todas las artesanas, buscando



vías de comunicación y resolución de conflictos. Especialmente en estos meses del año donde deben estar enfocadas en la producción para las ferias y la transmisión de saberes deben lograr trabajar en grupo dejando atrás los conflictos personales y pensar en el bienestar del grupo.

- **Transmisión de saberes:**

Las mujeres de Hilarte aún no han hecho trabajos profundos de rescate de simbología y hay variedad de conocimientos de su cultura que se han perdido dentro de este resguardo. Ejemplo de esto es el tejido en telar que se perdió con la muerte de los últimos maestros y ninguno de sus descendientes continuó con la tradición. Actualmente las mujeres de Hilarte se encuentran en una recuperación de los saberes asociados a la Guanga, como tarea tienen el estudio de la simbología tradicional de su cultura ya que muchos de sus referentes culturales son más contemporáneos basados en leyendas tradicionales pero poco se ha hecho por rescatar los símbolos propios de su etnia.

FECHAS DE ASESORÍA O SEGUIMIENTO	LISTA DE TALLERES DESARROLLADOS	NÚMERO DE TALLERES
04-05-20	Autodiagnóstico Liderazgo y solidaridad	2
18-05-20	Cronograma de trabajo Manejo de emociones en cuarentena	2
19-05-20	Revisión roles en grupo artesanal	1
28-05-20	Ejercicio de levantamiento de simbología	1
20-06-20	Fortalecimiento organizativo	1
09 y 10-07-20	Metas y objetivos comunes	2
11-08-2020	Fortalecimiento organizativo	1
31-08-20	Transmisión de saberes	1
18-09-20	Transmisión de saberes	1
21-09-20	Talentos y fortalezas y resolución de conflictos	1
06/10/ 2020	Cronograma artesanal	1
20/10/ 2020	Seguimiento transmisión de saberes	1
17/11/ 2020	Conversatorio cartilla de simbología	1
17/11/2020	Taller levantamiento de Testimonios	2



	- Compartiendo nuestras similitudes - Qué nos hace diferentes y únicos	
03/12/2020	Encuentro de saberes: pensando en colectivo	1
8/12/ 2020	Autodiagnóstico final	1
NÚMERO TOTAL DE TALLERES CON LA COMUNIDAD		20

- **Logros y aspectos destacables**

El logro más significativo durante estas asesorías es el compromiso que ha evidenciado el grupo Hilarte. A partir del taller de Autodiagnóstico Final fue posible hacer un análisis sobre los aspectos de mejora en el grupo, entre ellos el que merece mayor atención es el de manejo de referentes culturales y de identidad. Si bien se están realizando exploraciones con el entorno, es recomendable que el grupo incorpore en mayor medida el uso de simbología tradicional de pueblo Pastos. Es necesario realizar actividades de transmisión de saberes del tejido en telar vertical, esto les permitirá tener la base de paños necesarias para tener una producción más autónoma.

Por otro lado, resulta interesante que, a partir del trabajo en el taller de levantamiento de testimonios, mismo que fue en conjunto con Hajsú y Mutecypa, se presentó la oportunidad de dialogar entre las artesanas acerca de las similitudes que comparten por pertenecer al pueblo de Los Pastos. Asimismo, Graciela socializó el carácter diferenciador de Hilarte. Puede parecer complejo que grupos que pertenecen al mismo territorio, que comparten historia y ancestralidad sean distintos unos de otros, pero Graciela tiene muy claro cuál es el carácter diferenciador de Hilarte, sus artesanías se caracterizan por los colores neutrales, los mismos que son inspirados por la chagra.

- **Fortalecimiento organizativo:** La buena participación del grupo ha permitido realizar todos los talleres propuestos. En cuanto al liderazgo, ha sido importante discutir con el grupo la importancia de dividir las responsabilidades para que empiecen a ser asumidas por más miembros y no únicamente por su líder artesana, esto ha permitido que las artesanas se involucren en más actividades de gestión y no solo de producción. Así mismo, la organización se vio fortalecida con la construcción de su misión y visión permitiendo tener claridad de su presente y el camino que quieren construir a futuro. Además, se trabajaron las capacidades del trabajo en equipo y de solución de conflictos. Se realizó el taller de fortalezas y capacidades como una estrategia de empoderamiento de todas las artesanas en actividades de gestión y seguimiento, esto con el fin de que el grupo trabaje de manera más armónica, con una clara división de responsabilidades, pero, sobre todo, involucrando a las mujeres en las distintas labores del grupo según sus gustos, habilidades o afinidades. Se observa a final de la vigencia que los cargos de la junta



directiva están activos y en correcto funcionamiento, el grupo se ha esforzado por tener al día el aspecto financiero y hacer rendición de cuentas a las artesanas de cómo se ha invertido los diferentes recursos que han llegado durante esta vigencia.

- **Transmisión de saberes:** este aspecto se ha visto fortalecido durante la vigencia y se proyecta un gran avance, ya que el grupo recibió un rubro para compra de un telar que por decisión grupal se invirtió en la fabricación de varias guangas. Es muy importante para las mujeres del Pueblo Pastos el rescate de esta técnica propia, proceso que se había iniciado con el SENA pero que se quedó sólo en las bases. Ahora se proyecta que las mujeres logren un buen nivel en esta técnica otorgándoles autosostenibilidad ya que no tendrían que comprar estos tejidos en otros grupos para bordarlos como se hace en la actualidad.

Estas jornadas se realizaron de la mano de la maestra Claudia Ramírez del grupo Mutecypa quien posee la sabiduría de la técnica y de la simbología pues lleva varios años haciendo este rescate. De esta manera se siguen tejiendo los lazos de hermandad entre comunidades, aspecto fundamental ya que habitan el mismo territorio del resguardo de Males. También se desarrollaron talleres de transmisión de saberes enfocados en la técnica del bordado para lograr el perfeccionamiento de esta técnica con una profesora del mismo grupo.

- **Identidad y simbología:** El grupo Hilarte ha tenido el tema de la identidad como uno de sus ejes fundamentales ya que poseen por herencia aspectos fundamentales de la cultura del Pueblo Pastos, pero no se han dedicado a afianzar estos conocimientos. Uno de los temas en los cuales se ve reflejada esta situación es la simbología que plasman en sus piezas artesanales. Al inicio de las asesorías no se observaba un conocimiento específico de la iconografía a diferencia de otros grupos de la misma etnia y sólo se conocían algunos dibujos como el sol de los pastos que hace parte de la cotidianidad de este lugar. Al inicio se hizo un rescate de símbolos en conjunto con el componente de diseño, pero se identificaron historias asociadas a mitos y leyendas contemporáneas como el duende. A medida que los talleres y asesorías fueron avanzando se ratificó la necesidad de crear una cartilla de simbología que pudiera servir como instrumento para el grupo en materia de rescate de conocimientos ancestrales en este aspecto.
- Finalmente se acordó realizar un conversatorio en el cual se pudiera poner a dialogar a los 4 grupos artesanales pertenecientes al Pueblo Pastos para hacer un levantamiento de la iconografía más importante y las historias asociadas a esta. La jornada fue bastante provechosa y se compartió con las 4 lideresas de los grupos Mutecypa, Asopicumbes y Hajsú en un conversatorio rico en información y experiencias personales. Se lograron recuperar historias de 15 símbolos, además de compartir aspectos más profundos asociados a la cultura de Los Pastos como los bailes tradicionales y la relación con el territorio. Esta información sirvió como



base para la elaboración de la cartilla que será utilizada como material pedagógico para los grupos tanto para las artesanas como para las nuevas generaciones.

- **Resolución de conflictos y comunicación asertiva:** El grupo Hilarte este año enfrentó una crisis debido a malos entendidos dentro del grupo que derivaron en la renuncia de la maestra artesana que había sido elegida para dictar los talleres de transmisión de saberes en bordado. Esto desencadenó una división interna en la que algunas artesanas no estaban de acuerdo con el liderazgo que ejercía Graciela Cando y fue necesario hacer un par de reuniones para otorgar herramientas de diálogo y comunicación no violenta, así que cada artesana expresara su sentir. Luego de este ejercicio fue necesario buscar una nueva maestra que asumiera estos talleres ya que la anterior no se sentía cómoda con la responsabilidad. Este conflicto dio pie para abordar el tema del liderazgo positivo con Graciela quien manejaba la toma de decisiones de formas no tan participativas, haciéndole un llamado a hacer uso de las herramientas de participación como: el voto para la toma de decisiones, el cambio del rubro del telar por las guangas o la elección de la maestra artesana de tejido en este telar. Luego de varias reuniones y talleres se logró llegar a un consenso y finalmente se inician los talleres y la construcción de guanga poniendo de acuerdo al grupo. Esto fue un gran avance, sin embargo se espera que el grupo haya aprendido la importancia del respeto por la opinión de cada uno de los miembros.
- **Testimonio:** este testimonio servirá para la difusión de las piezas artesanales por medio de la campaña “No hay otra igual” en el marco de Expo Artesanías. Un logro importante con Graciela fue que compartió su carácter diferenciador, que en Hilarte son los colores que provienen de la chagra. Graciela identifica a Hilarte con la palabra fuerza, por la valentía y la originalidad con la que se borda. Un logro importante tanto con hilarte como con los otros grupos Pastos fue reconocer tanto los elementos que caracterizan los grupos de esta zona, así como las características representativas de cada uno.
- **Recomendaciones para trabajar con la comunidad en próximas vigencias:**
 - Hilarte debe seguir trabajando en la organización y la cohesión del grupo para lograr objetivos comunes. Es necesario seguir trazando la proyección del grupo respecto a los objetivos comunes y las metas para planear las acciones y dividir las responsabilidades. Este tema de la distribución de las labores ha requerido mucho trabajo y ha causado algunos malestares dentro del grupo, ha tenido que haber un manejo de resolución de conflictos para volver a retomar el correcto trabajo conjunto sin tener discordias. Se cree que a raíz de estos conflictos que tienen sumado conflictos pasados y puede derivar en la división del grupo en un futuro próximo, ya que no todas las artesanas están de acuerdo con el liderazgo de Graciela y sus familiares.



- Gracias al trabajo de recuperación del tejido en guanga se ha despertado nuevamente el amor de las artesanas por este tipo de tejidos de base sobre los cuales pueden continuar practicando los bordados. Se sugiere que en vigencias futuras se pueda seguir rescatando la guanga y el telar.
- Importante también trabajar el tema del fondo común ya que no se tiene la suficiente confianza por parte de todo el grupo en cuanto al manejo de los recursos compartidos, aunque este año 2020 se designó a una tesorera fue elegida la hermana de la líder Graciela.

5.1.9.2. Avances Componente Comercial:

Con el grupo se han realizado 9 asesorías virtuales. Durante la primera sesión se definió el plan de trabajo y se realizó un ejercicio práctico de autodiagnóstico del grupo a nivel comercial con el propósito de orientar las actividades. En la segunda, se abordaron las oportunidades y posibilidades para comercializar sus productos en la coyuntura actual. Se mencionó la importancia de distinguir entre mercado local, regional, nacional y/o internacional, así como los espacios virtuales para potenciar nuevos nichos de mercado.



Ilustración 81-Resultados Asesoría Comercial

Con el grupo se han realizado 9 asesorías virtuales. Durante la primera sesión se definió el plan de trabajo y se realizó un ejercicio práctico de autodiagnóstico del grupo a nivel comercial con el propósito de orientar las actividades. En la segunda, se abordaron las oportunidades y posibilidades para comercializar sus productos en la coyuntura actual. Se mencionó la importancia de distinguir entre mercado local, regional, nacional y/o internacional, así como los espacios virtuales para potenciar nuevos nichos de mercado.



Posteriormente, durante el mes de agosto se realizaron algunas asesorías las cuales se encaminaron a construir un discurso de ventas efectivo, que permitió identificar artesanas al interior del grupo, con perfil y habilidades de venta. En una de las sesiones se realizó un ejercicio práctico en el cual cada artesana debía presentar su discurso por medio de un video.

Adicionalmente, se desarrolló la temática de costos para la definición de precios de los prototipos y de sus productos. Se trabajaron conceptos clave como: costo de producción, margen de ganancia, valor percibido, capacidad de producción y lista de precios. Además, se desarrollaron 2 de los 5 retos propuestos en la cartilla metodológica, evidenciando un significativo avance del grupo en el manejo de la metodología para calcular los precios.

En el mes de septiembre se realizaron 2 asesorías relacionadas con el cálculo de costos y precios de los prototipos co-diseñados con el equipo de diseño del programa; como resultado se tienen los precios de cada prototipo y a través del ejercicio, el grupo identificó la importancia de aprender el manejo del telar horizontal con el fin de reducir costos de producción de las diferentes líneas de producto que desarrollan.

Durante el último trimestre del año no se realizaron asesorías. Sin embargo, como balance final de la vigencia, ⁷cuenta con alto potencial de crecimiento en el sector moda. La mayoría de sus integrantes están comprometidas con el proceso productivo. Dentro de sus fortalezas se destaca el significativo manejo de la metodología para la definición de costos y precios de venta; adicionalmente, algunas artesanas del grupo cuentan con altas habilidades de venta y de atención al cliente. Poseen poca experiencia en participación de eventos comerciales a nivel nacional como Expoartesano y Expoartesánías. Con relación a la promoción y divulgación a través de canales digitales, el grupo se encuentra en proceso básico. Así mismo, dentro de sus debilidades se encuentran problemas de comunicación entre las artesanas y la líder del grupo. Poseen una baja dinámica de comercialización y una oferta limitada de productos. Bajo estas consideraciones no se recomienda iniciar un proceso de formalización.

- **Logros:**

- El grupo artesanal reconoció sus fortalezas y debilidades en términos de formalización, comercialización y emprendimiento.
- El grupo identificó las ventajas e importancia de establecer canales de comercialización virtuales para vender sus productos durante este año.
- El grupo reconoce los 4 pasos clave para construir un discurso de ventas claro, preciso y efectivo.
- Las artesanas identifican el ciclo de venta electrónica para la comercialización de sus productos por medio de plataformas digitales.



- El grupo reconoce su estructura de costos y aplica la metodología para calcular los precios de sus productos de manera correcta y adecuada.
- El grupo identifica las ventajas y diferencias que afectan al precio del producto cuando se teje por medio de la guanga o telar horizontal.
- **Resultados:**
 - Autodiagnóstico comercial
 - Video de promoción - discurso de ventas
 - Inscripción participación feria virtual Expoartesanías 2020
 - Matriz de costos y precios de prototipos 2020.
- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Expoartesanías 2020
 - Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$0
 - Apoyo de compra ADC: \$736.000
 - Ventas generadas en Expoartesanías: \$334.000
 - Total ventas generadas: \$334.000

5.1.9.3. Resultados Componente de Diseño y Producción:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

Hilarte es un grupo artesanal conformado por 15 mujeres de la etnia Pastos, ubicadas en el municipio de Males de Córdoba. Su oficio principal es la tejeduría, empleando en su que hacer artesanal el rescate de la simbología propia de su territorio mediante el bordado en primavera y punto de cruz, sobre el tejido plano y de punto de nivel básico.

La comunidad se encuentra en una fase inicial de su fortalecimiento productivo, debe seguir trabajando desde el componente de diseño en los diferentes aspectos con el fin de ser más competitivas. Así mismo, se deben seguir realizando experimentaciones técnicas y transmisiones de saberes para fortalecer técnicas artesanales, alejándose del arte manual. Manifiestan dificultades en conseguir materia prima, especialmente por la contingencia del COVID-19.

Por otro lado, se evidencia que aún es importante para el grupo seguir consolidando elementos de identidad en sus líneas de producto, reforzar en diversificación de producto, y fortalecer el manejo de color, buscando la manera en la que el grupo aumente su capacidad de producción. Para ello, se desarrollaron una transmisión de saberes que se dividió en dos áreas, en la primera se buscó fortalecer el bordado desde el manejo de los patrones de la simbología que se ha rescatado en los talleres de diseño, y que hacen parte de las nuevas líneas de producto. En la segunda área, se realizan clases de tejido en guanga desde cero donde cada una de las artesanas pudo acceder a una de estas herramientas y recibir clases de la maestra Claudia Ramírez del grupo Mutecypa.



Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
27	11	3	6	1



Ilustración 82-Artesanas Hilarte

• **Asesorías Realizadas:**

- Levantamiento de requerimientos de Materias primas y herramientas.
- Socialización virtual plan de trabajo Diseño
- Socialización de historia e identidad 1
- Seguimiento Actividades
- Envío y asesoría sobre ficha de autodiagnóstico y video identidad 1
- Socialización Historia e identidad 2
- Identidad y diseño de producto, seguimiento avance de tareas
- Acompañamiento en fortalecimiento técnico y productivo (Recolección de información para implementación de materias primas y transmisión de saberes)
- Levantamiento de información para implementación técnica y socialización de formato de oferta de materia prima en zona.
- Seguimiento actividades relacionadas a color y registro fotográfico.
- Seguimiento a ejercicio de fotografía.
- Paleta de Color.
- Retroalimentación de la actividad de color 2
- Exploración técnica.
- Socialización de las propuestas de diseño colección 2020 hilarte.
- Validación Propuestas de Diseño con la Comunidad.
- Validación Propuesta de Diseño Hilarte.
- Criterios de Calidad - Simbología Patrón Bordado.



- Desarrollo de Productos y Criterios de Calidad.
 - Seguimiento Prototipos Hilarte.
 - Envío Prototipos.
 - Cronograma Transmisión de Saberes Guanga.
 - Plan de Producción Compras - Plan de Producción Expoartesanías.
 - Calidad en el producto artesanal.
 - Seguimiento y envío de productos Expoartesanías.
 - Seguimiento Transmisión de saberes – Bordado.
 - Seguimiento Transmisión de saberes - Guanga
- **Logros:**
 - Las artesanas lograron generar el ejercicio de autodiagnóstico de manera individual evaluando cada uno de los puntos. Y a su vez la artesana líder logro generar un balance recogiendo las observaciones de cada artesana para poder realizar una evaluación como grupo.
 - De manera general el grupo es consciente de que aún están en una fase inicial de su fortalecimiento productivo y que se debe seguir trabajando desde el componente de diseño en los diferentes aspectos con el fin de ser más competitivas. Se evidencia que manifiestan dificultades en conseguir materia prima, especialmente por la contingencia del COVID-19.
 - Se identifican referentes a partir de las guacas que se encuentran en la zona, así mismo creencias e historias populares propias de la región y de cultura como historias relacionadas al arcoíris, duendes y médicos tradicionales y mitos fundadores.
 - Se logró que el grupo desarrollara paletas de color de acuerdo a cada una de las inspiraciones y referentes que han venido investigando para el desarrollo de nuevos productos.
 - Se logra experimentar diferentes puntadas de bordado sobre bases textiles en tejido de punto y tejido plano.
 - Se realizan experimentaciones en tipos de puntos para el bordado. Así mismo, se logra realizar muestras y prototipos con bases textiles desarrolladas en tejido plano como la guanga y el telar, y tejido de punto. en dos agujas. Buscando, encontrar la forma más idónea para el bordado desde una destreza artesanal identitaria del territorio. Se logró desarrollar las tres líneas de producto completas, y cumpliendo el cronograma establecido.
 - Se logra explorar la línea de cojines en ambas técnicas de tejido.



- Aunque aún falta explorar y mantener acabados. Se logra mejorar considerablemente el producto al año anterior, y cumplir en cuanto a parámetros de color y materias primas, frente al agravante de la escasez de las mismas por la pandemia.
- Se logró avanzar en el desarrollo de las nuevas líneas de producto conforme los parámetros establecidos en las fichas técnicas compartidas a la artesana líder.
- Se logra explorar el bordado sobre tejido de punto y, aunque falta experimentación para lograr una buena calidad, se evidencia que les es posible proponer simbología sobre esta técnica.
- Se logra avanzar en la línea de cojines y se realizan en ambas técnicas de tejido plano: telar horizontal y guanga.
- Se logró fabricar guangas para cada una de las mujeres que hacen parte del grupo de Hilarte, y que, de esta forma, sea mucho más práctico su proceso de aprendizaje.
- Se logra desarrollar en el cronograma establecido la transmisión de saberes en Guanga con la maestra Claudia Ramírez del grupo artesanal de Mutecypa.
- El seguimiento a esta actividad duró hasta el 23 de noviembre, fecha en la que se logra concluir el ciclo de transmisión de saberes cumpliendo con los compromisos adquiridos en la vigencia actual con el componente social y de diseño.

- **Diseño y Desarrollo de Producto**

Concepto: “Guardianes del Territorio”

Se desarrollan tres nuevas líneas de productos inspiradas en los “Guardianes del territorio” bajo los siguientes conceptos:

- Rana: Símbolo de fertilidad y prosperidad en la tierra.
- Brujas y Chamanes: Representación del dualismo en la etnia, se elige una paleta de color y simbología de la alfarería Pastos.
- Duendes: Leyendas y relatos del territorio.



Ilustración 83-Líneas de producto desarrolladas



Ilustración 84-Líneas de producto desarrolladas

• **Producción y participación comercial:**

Se realiza curaduría y construcción del plan de producción para la participación en la feria virtual: Expoartesanías 2020. Así mismo, se le expone a la artesana líder las características y requerimientos de producto para las condiciones comerciales en escenarios digitales de comercialización. Se comparte el plan de producción para Expoartesanías que consta de 8 referencias de las líneas de producto de la colección actual y se realiza el pedido para Colección Nacional de Artesanías de Colombia de 7 cojines por un valor de \$736.000.



Ilustración 85-Resultados Expoartesanías

• **Fortalecimiento Productivo:**

Según el autodiagnóstico inicial para el grupo de HILARTE se proyectó una asistencia técnica y mejoramiento de oficio mediante la compra de madera para telares. Además, se apoya con la implementación de un kit de bioseguridad el cual fue gestionado por medio del programa de cooperación internacional de la entidad, el cual es el siguiente:

Año 2020	
Ítems	Valor
Materia Prima en zona	\$ 1.008.000
Kit de bioseguridad	1 kit
TOTAL	\$ 1.008.000

Esta actividad fue establecida en el plan de mejora previamente elaborado conjuntamente entre el componente de diseño, social y la comunidad, a partir del Diagnóstico de calidad del oficio artesanal.

• **Concepto final del componente de diseño:**



HILARTE es un grupo artesanal en donde la elaboración de sus líneas de producto, dan respuesta a la evolución que han tenido y la proyección de realizar piezas con carga identitaria, que rescaten la cultura de la etnia Pastos y, sobre todo, que posean un carácter artesanal. Sin embargo, aún deben seguir fortaleciéndose como unidad productiva y por tal motivo, se recomienda poder continuar realizando asesoría de manera integral.

5.2.0. INUGA

5.2.0.1. Resultados Componente Socio- Organizativo:

El grupo artesanal INUGA está conformado por 17 artesanas con beneficio directo del programa, de las cuales se encuentran 11 activas por cercanía al centro poblado. Adicionalmente, la líder comenta que de forma indirecta se benefician 10 mujeres más que antiguamente pertenecían al resguardo pero que tuvieron que abandonarlo al sufrir desplazamiento, trasladándose a otro lugar cercano a Pueblo Bello. Todos los miembros del grupo son pertenecientes al pueblo Arhuaco, también llamados Ikas o Ikus. Está situado en el pueblo Jewrwa, perteneciente al municipio de Pueblo Bello, departamento del Cesar, en un sector de la Sierra Nevada de Santa Marta perteneciente a la vertiente occidental del territorio del Resguardo Arhuaco. Para acceder al pueblo se debe tomar la ruta de Nabusímake, se encuentra a cincuenta minutos en moto aproximadamente.

A pesar que el grupo hace parte del resguardo Arhuaco, no comparten muchas características culturales con los demás grupos de la misma etnia debido a que su religión es el cristianismo. Esto ha traído cierto rechazo durante años pasados y el grupo se conformó con un pensamiento más inclusivo, con la intención de darle cabida a cualquier mujer que desee tejer. Debido a esto, han tenido que transformar y adaptar la simbología representada en sus mochilas, ya que no comparten creencias de las autoridades espirituales del pueblo Arhuaco. Sin embargo, se han destacado por tener calidad en sus creaciones y han participado con éxito en ferias.

- **Retos:** El grupo artesanal cuenta con un esquema organizativo definido, con roles como representante legal, secretaría y tesorería, contando con personal que se desplaza entre Pueblo Bello, Valledupar, Nabusímake y los poblados pudiendo mantenerse en contacto. Tiene como figura central a la artesana gestora, Elena Izquierdo, quien lidera el grupo artesanal, encargándose de toda la logística, comunicaciones, transmisión de saberes y perfeccionamiento del producto. Sin embargo, se observa que este organigrama suele quedarse en el papel y en realidad el grupo presenta una falencia derivada de la falta de división de tareas y responsabilidades. Se concentra el trabajo en la líder, quien muchas veces se ve sobrecargada. Ella busca apoyo en las mujeres del grupo pero según nos comunica existe la dificultad de la comunicación, ya que muchas de ellas no manejan bien el español y otras no asistieron a la escuela motivo por el cual no pueden desempeñar labores de inventariado, financieras o secretaría. Esta situación lleva a que las hijas de la líder Elena sean las que ayudan a las tareas del grupo.



Las telecomunicaciones también representan un reto para la comunidad especialmente en época de pandemia, debido a la falta de equipos celulares y computadores con los cuales las mujeres del grupo podrían participar de forma más activa en talleres, asesorías y conversatorios. La zona donde se encuentra ubicado el grupo carece de señal constante por lo cual es necesario establecer horarios limitados para hablar con la líder, el caso del internet es crítico ya que lograr la conectividad es todo un reto y el envío de documentación no es inmediato.

FECHAS DE ASESORÍA	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
18-05-20	Cronograma de trabajo Emociones en cuarentena	2
05-06-20	Liderazgo y solidaridad	1
02 y 03-07-20	Metas y Objetivos comunes	2
10 y 11-08-20	Fortalecimiento organizativo	2
28-08-20	Transmisión de saberes	1
13 y 18-09-20	Transmisión de saberes, seguimiento al plan de trabajo de TS	2
30/ 09/ 2020	Identificación de talentos y fortalezas: Roles	1
05/ 10/ 2020	Manejo de emociones y cronograma	1
29/ 10/ 2020	Seguimiento a transmisión de saberes	1
11/ 11/ 2020	Seguimiento conjunto a producción y envíos a ferias	1
18/ 11/ 2020	Autodiagnóstico final	1
NUMERO TOTAL DE TALLERES EN LA COMUNIDAD		15

- **Logros y aspectos destacables:**

El trabajo durante el 2020 ha sido un reto en el grupo INUGA, debido a las dificultades en la comunicación (mala señal y falta de internet), el aislamiento obligatorio de sus integrantes ante la llegada del virus Covid-19 a la comunidad y la muerte de una de las autoridades más importantes de la Sierra Nevada. Esto ha llevado a adaptar una dinámica de trabajo que consiste en sostener comunicación sólo con la líder Elena García y ella siempre queda responsable de transmitir la información a todas las artesanas del grupo. A pesar de esta particularidad, se ha logrado avanzar en la temática establecida, aprovechando la facilidad del WhatsApp para enviar fotos y documentos. Fue necesario fortalecer los canales de



comunicación con la artesana líder, estableciendo cronogramas de comunicación según sus viajes a Pueblo Bello y Valledupar.

- **Fortalecimiento organizativo:** Durante estos meses se ha logrado avanzar en la revisión de misión y visión, facilitando esta información de forma visual al grupo para que puedan usarla en futuras ocasiones donde se requiera. Así mismo se estudió el organigrama analizando las falencias del grupo en cuanto a empoderamiento de sus miembros en los roles y cargos necesarios, generando una sobrecarga en la líder Elena, quien debe estar pendiente de varios procesos. Se sugiere completar el esquema con un fiscal que esté pendiente de la correcta inversión de los recursos y que las personas que están en los demás cargos asuman sus responsabilidades aún en tiempos de cuarentena. También se pudo detectar que la documentación legal de la asociación se encuentra desactualizada hace mucho tiempo, desde un acontecimiento que marcó para siempre la historia de la líder Elena y del todo el grupo que fue el asesinato de su esposo, razón que al parecer ha detenido los procesos internos. Durante estos meses se retomó este tema, se espera que con la revisión del organigrama actual se ayude a impulsar la actualización de la documentación legal.
- **División de roles y responsabilidades:** Durante el avance de los talleres se solicitó a la líder Elena la presencia de otras artesanas de forma presencial o por llamada para promover la inclusión de estas mujeres en las tareas pendientes. Se trabajó bastante en la visibilización de las capacidades y talentos de las mujeres del grupo, poniendo en evidencia la necesidad de colaboración dentro del grupo. En ocasiones los productos y prototipos no llegaban a tiempo a las entregas solicitadas lo cual puso sobre la mesa la necesidad de apoyo especialmente por parte de las mujeres que viven cerca a Pueblo Bello o a Valledupar. La líder, Elena, tuvo problemas de comunicación en el lugar de residencia del grupo Jewra a causa de problemas de señal y de internet. Gracias a esta contingencia se trabajó con nuevas mujeres que empezaron a asumir roles importantes para el grupo liberando un poco de cargas a Elena.
- **Transmisión de saberes:** Se ha logrado avanzar bastante en este tema, nombrando 2 maestras artesanas que tendrán el apoyo de la líder Elena para tratar temas importantes como el teñido de fibras, el perfeccionamiento del tejido de las mochilas incluyendo el pegue de las gazas que a algunas artesanas les cuesta trabajo, la simbología de las nuevas colecciones y sus significados. En general se acuerda con la comunidad que los talleres de transmisión de saberes le sirvan al grupo para preparar la producción de las ferias. Se decide que pueden reunirse en pequeños grupos cumpliendo los protocolos de seguridad para adelantar labores de dedicación como la preparación de la lana y el teñido de la misma, estos talleres iniciaron en el mes de septiembre.



- **Apropiación y manejo de las TICS:** Durante este año 2020 se inició un gran cambio en el grupo artesanal y su forma de relacionarse con los clientes y asesores, ya que se vieron obligadas a entrar al mundo digital, requiriendo esfuerzo para apropiarse de las herramientas de comunicación, especialmente por parte de la líder. Inuga participó exitosamente en el encuentro de saberes previo a la feria y en las demás asesorías programadas, sorteando todo tipo de dificultades en territorio. Elena y algunas mujeres se familiarizaron con aplicaciones como WhatsApp, zoom y meet logrando hacer envío de evidencias de los talleres de transmisión de saberes, participar activamente en conversatorios y talleres. Adicionalmente se postularon a la convocatoria del ministerio de cultura “comparte lo que somos” mediante un video que las hizo ganadoras del estímulo, lo cual animó al grupo a incorporar las herramientas audiovisuales en su quehacer artesanal, derivando en la promoción virtual de sus mochilas de forma autónoma.
- **Identidad:** el grupo Inuga ha avanzado en la consolidación de una identidad propia. En un primer momento sufrieron la discriminación por la diferencia de religión, lo cual dificultó un poco el uso de los elementos correspondientes a la cultura Arahuaca tradicional. Poco a poco fueron encontrando su sello personal en las piezas que se caracteriza por mezclar la puntada y los materiales tradicionales del pueblo Iku con diseños propios que son una muestra sincretismo entre las dos formas de pensar. Sus diseños hoy en día son ricos en significado, siendo una alegoría a la naturaleza y sus bondades visto desde la perspectiva de las mujeres del grupo. Dentro de este aspecto se enmarca la calidad de las piezas que elaboran. Dentro del sello personal que desean poner a las piezas han trabajado los acabados ya que muchas mujeres habitantes de la sierra no estaban familiarizadas con los terminados pulidos. Les costó mucho trabajo la estandarización de las medidas y se rehusaron a esto, se argumentó que cada pieza hace parte del pensamiento de la artesana al momento de tejer, esto ligado a la cosmovisión Iku que identifica cada mochila como objeto que guarda el pensamiento. Esto hizo que se examinara el argumento de “cada pieza es única y no hay otra igual”. De forma paralela lograron aprovechar los talleres y asesorías de la líder Elena y las maestras artesanas para el mejoramiento de las puntadas llegando a hacer mochilas de muy buena calidad.
- **Recomendaciones para trabajar con la comunidad en próximas vigencias:**
El grupo considera que deben mejorar en la formulación de proyectos y gestión de los mismos ya que son dependientes a los apoyos institucionales. Hay algunos miembros jóvenes del grupo que estarían dispuestos a aprender como las hijas de Elena que se encuentran viviendo en la ciudad de Valledupar y poseen conexión estable a internet.
Sería importante iniciar el rescate del uso y siembra del algodón nativo de la sierra nevada. Antiguamente se tiene la memoria del tejido en esta fibra natural y sería muy interesante rescatar este conocimiento.



También hay un deseo del grupo por el rescate de la mochila de fique y sus posibilidades en color. El grupo dice que esta mochila es la tradicional del grupo Arhuaco y les gustaría que se ahondara en estas historias asociadas a la mochila tradicional de fique. Adicionalmente es una materia prima que se puede sembrar fácilmente en el territorio.

5.2.0.2. Avances Componente Comercial:

Se ha acompañado al grupo con la identificación del estado actual de las actividades relacionadas a la comercialización de los productos, el manejo de registro de información comercial, herramientas y canales de Visibilización de productos. El grupo identificó sus fortalezas y debilidades, para ello se formuló un plan de trabajo con asesorías relacionadas al fortalecimiento comercial del grupo artesanal.

Para el trimestre de julio a septiembre, se desarrollaron actividades con el grupo artesanal para fortalecer el discurso comercial por eso se les explicó la importancia de contar al cliente la historia del producto, del grupo artesanal y la experiencia comercial que han tenido como desde su conformación, como este es un grupo con dificultades de conectividad a internet se les pidió que realizaran varios audios por WhatsApp con la participación de los artesanos simulando ese espacio imaginario en una feria donde le contaría un poco al cliente sobre el producto que comercializan que son mochilas Arahucas. Se realizó la respectiva retroalimentación al material recibido y se identificó que algunas artesanas manejan mejor el discurso y tiene mayor facilidad para hablar en español, se les pidió que tuvieran en cuenta recomendaciones sobre la trayectoria comercial del grupo y la importancia de contar la historia del proceso de elaboración de los productos para facilitar las negociaciones con los posibles clientes a nivel local, regional y nacional.

Posteriormente se han dado varios espacios para explicar al grupo el proceso de fijación de precios a los productos que elaboran, se les compartió la guía de costos y fijación de precios y se les explicó la importancia de tener registrada información como el tiempo de elaboración de una mochila, la estimación en materia prima utilizada, el valor del jornal en zona, entre otros según cada uno de los tamaños que elaboran.

Se aclara que en el proceso las artesanas han identificado que una mochila grande puede tomarles hasta 20 días de elaboración sin contar el procesamiento de la lana e hilado, por ello se acompañó la asesoría con el apoyo del equipo de diseño para explicar al grupo que es necesario aclarar los tiempos de producción de una mochila teniendo en cuenta el tiempo en horas desde que se comienza el tejido de la base hasta que se termina con la cargadera, se ha evidenciado que las artesanas no han apropiado el proceso de aprendizaje sobre el costeo por lo cual ha sido mucho más extenso la organización de los precios y proyección de precios para los prototipos 2020. A continuación, se presentan algunos registros de estos espacios de asesoría en costos.



En la siguiente imagen encontrarán, la propuesta No. 2 de precios del grupo artesanal teniendo en cuenta algunas recomendaciones para el manejo de información sobre el costeo de producto:

En el trimestre de octubre a diciembre, se acordaron los precios de las mochilas según referencia de diseño y tamaño con el grupo artesanal resultado de las asesorías de costos y precios, con este insumo se construyó con el grupo artesanal el catálogo de producto actualizado dimensiones y precios teniendo en cuenta fotografías de producto de años anteriores. Se socializó con el grupo la versión final del catálogo para su uso comercial.

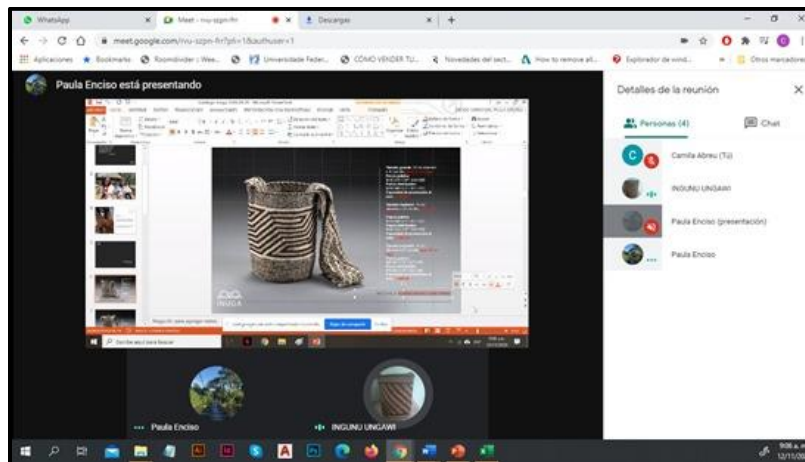


Ilustración 86-Asesoría virtual comercial

Finalizando las asesorías se explicó al grupo la dinámica de la feria virtual Expoartesánías, se realizó seguimiento al envío de productos y se llevó a cabo el autodiagnóstico comercial final con los resultados de avance con las asesorías según la percepción de las artesanas.

- **Logros:**

- El grupo artesanal proyecta las actividades de interés para mejorar desde el componente comercial por medio del autodiagnóstico comercial.
- El grupo indicó que en algunos espacios de atención al cliente no hablaban mucho sobre los productos y significado o sobre la trayectoria de las mujeres en territorio por ello reconocen que es algo para mejorar a nivel interno con el uso de fotografías de territorio y de las artesanas que están detrás del proceso para contarles a los clientes con la persona delegada en ferias.
- Sensibilización al grupo sobre la importancia de manejo de tiempos y registro de información relacionada a la elaboración de producto para la determinación clara de los costos de producción de las mochilas.
- Se acompañó al grupo con la actualización del catálogo de producto luego de un previo acuerdo sobre la estructura de precios de las mochilas según la complejidad de producción del diseño, se explica al grupo que es importante que conozcan los precios que ofertan los demás grupos de la Sierra Nevada.



- **Resultados:**
 - Autodiagnóstico comercial inicial y final Inuga
 - Audios Discurso de ventas del grupo artesanal
 - Propuesta de precios 1ra versión (creada por el grupo artesanal)
 - Catálogo de producto Inuga
- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Expoartesánías 2020
 - Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$0
 - Apoyo de compra ADC: \$1.800.000
 - Ventas generadas en Expoartesánías: \$240.000
 - Total ventas generadas: \$240.000

5.2.0.3 Resultados Componente de Diseño y Producción:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

Inuga es una comunidad que ha estado trabajando con el programa en vigencias anteriores. Posee una característica al no ser una comunidad que practique algún ritual relacionado con la cultura IKU. Y aunque sus creencias son cristianas, conservan el oficio de la tejeduría Arhuaca. Para el grupo ha sido muy difícil estandarizar sus productos, los Arhuacos encuentran varios tipos de tamaños de mochilas según sus usos en territorio. El uso o función es en la mayoría el que determina las dimensiones. El grupo pudo identificar en la autoevaluación esta dificultad que poseen en la estandarización de mochilas, además de dar a conocer las problemáticas con el abastecimiento de materias primas como consecuencia del aislamiento obligatorio. Por tal motivo, en esta vigencia se busca apoyar el fortalecimiento técnico en la compra de materia prima y, junto a la artesana líder Elena Izquierdo estandarizar medidas teniendo en cuenta desde diseño los siguientes usos en la cultura:

- Mochila pequeña: Tejida en algodón, del tamaño de un dedo; en ella guardan las pertenencias.
- Mochila para las hojas de coca (Ayu) o Ziyu: Tejida en algodón en puntada alta para que sea elástica y caigan las partes pequeñas del ayu, tiene un tamaño aproximadamente de 12 cm de diámetro por 16 cms de alto.
- Mochila Poporera o Yoburumasi: En ella el hombre lleva el poporo y la mochila Ziyu. Su tamaño es de 18 cms de diámetro por 20cms de alto.
- Tercera ó Cheyenkuana: Su tamaño oscila entre los 30 ó 36 cms de altura y 22 cms de diámetro. Es elaborada en lana y se crea en diversos diseños, pues es la mochila para lucir. En ella se llevan objetos de uso personal. Son llevadas tanto por hombre como por mujeres.

Se tuvo muy en cuenta la opinión de la líder para ajustar las medidas propuestas en las líneas de productos planteadas y al equipo comercial, quienes recomendaron realizar



formatos pequeños frente a una respuesta desde envíos y comportamiento de los usuarios en compras online frente al COVID-19. Durante el desarrollo del plan de producción para Expoartesanías y la elaboración del pedido de compras de la Colección Nacional de Artesanías de Colombia S.A., se evidenció mucho más, que para el grupo es muy difícil poder seguir formatos, ya que las medidas no las realizan con cinta métrica, sino que las toman por cuartas empleando sus manos para ello. Y de esta manera, muchas recomendaciones que se dieron para controlar las medidas entre una y otra unidad de la misma referencia, se hizo muy notorio no poderlas llevar a cabo.

Así mismo, las mujeres mayores en Inuga quienes son las maestras artesanas del grupo, son a su vez las mujeres que llevan en sus manos vestigios de su edad, lo que afecta sus articulaciones y la fuerza al tejer, creando tejidos mucho más sueltos lo que le da una apariencia muy diferente a la mochila tradicional l'ku que es un tejido muy unido, donde el cuerpo debe ser igual en la parte superior como en la medida exterior del plato base.

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
16	30	3	11	1



Ilustración 87-Artesanas grupo artesanal

- **Asesorías Realizadas:**
 - Levantamiento de inventario
 - Socialización de componente
 - Ejercicio de auto-diagnóstico
 - Socialización de cápsula de historia e identidad en el producto 1
 - Socialización Autodiagnóstico
 - Identidad y Referentes Parte 1
 - Identidad y Referentes Parte 2
 - Socialización Identidad y Referentes



- Validación Propuestas de Diseño - Líneas de Producto
 - Desarrollo de Prototipos
 - Validación Producto Emblemático
 - Tiempos de Producción - Costeo Nuevos Productos
 - Seguimiento Prototipos
 - Plan de Producción Colección Nacional – Calidad en la Mochila Arhuaca
 - Seguimiento Producción Expoartesanías y compras
 - Envío Producción Expoartesanías y compras
- **Logros:**
- Se levantó el inventario del grupo identificando las medidas y los costos de los productos disponibles.
 - Se logró identificar en el autodiagnóstico que el grupo posee dificultades en la estandarización de sus productos.
 - Se consiguió identificar la necesidad de fortalecer sus criterios de calidad, la aplicación de simbología, buscando como meta generar propuestas de nuevos productos que les permitan diferenciarse de otros grupos artesanales Arhuacos.
 - El grupo identificó tres tipos de tejidos, manejando exploración del color de acuerdo a los referentes de diseño que trabajaron en el desarrollo de sus productos en la vigencia 2020.
 - El grupo logra realizar una simbología de lo que representa el agua bendita que es la lluvia, y la importancia de la misma para lograr la tierra fértil para plasmar el maíz. Así mismo, la artesana comparte un audio explicando el nombre en lengua y la pronunciación del mismo.
 - Se logra realizar 3 líneas de productos que juntas cuentan la historia del “Agua Bendita” contada por la comunidad, resultado de las asesorías de Historia e Identidad. A partir de ello, se realizan las líneas de mochilas: nubes, lluvia y tierra fértil, con 3 tamaños diferentes. Formatos que se asignaron junto a la artesana líder.
 - Se realizan prototipos de cada una de las nuevas líneas de producto y de los productos para reedición.
 - Se logra que la comunidad realice una propuesta de producto emblemático, donde gráficamente se resume por medio de simbología y paleta de color, la historia de territorio planteada para el desarrollo de las nuevas líneas de producto.



- Se desarrolla junto a la comunidad un producto emblemático que resuma la historia de la colección “Agua Bendita”. En esta mochila se hace evidente la simbología plantada por la comunidad, así como la paleta de color asignada a cada una de las historias (nube, lluvia, y tierra fértil).
- Se consigue aprobar la propuesta de producto emblemático y de esta manera se inicie el proceso de prototipado.
- Se realiza un seguimiento al desarrollo de prototipos, en donde el grupo intenta plasmar la simbología seleccionada en la conceptualización de la colección 2020. Sin embargo, se realizan sugerencias para no mezclar colores “dentro” de la simbología de la nube, ya que visualmente pierde el valor y la percepción de una iconografía propia del pueblo Arhuaco.
- Se obtienen avances en el desarrollo de la línea lluvia y tierra fértil. Se sugiere manejar para la simbología colores que hagan contraste con las materias primas empleadas en el fondo de la mochila, intentando ser lo más fieles posibles a los bocetos digitales suministrados.
- Se obtiene el desarrollo de los prototipos a pesar de las dificultades de transporte y acceso a las materias primas que se adquirieron en Pueblo Bello, pero que por cuarentena no han podido enviarse al resguardo.
- Se identifica junto a la artesana líder la dificultad de las artesanas al replicar diseños y medidas, ya que están acostumbradas a desarrollar las mochilas midiéndolas con sus manos y plasmando la simbología propia que ya tienen en su memoria. Sin embargo, se logra realizar los planes de producción para Expoartesanías y el pedido de compras de Artesanías de Colombia.

- **Diseño y Desarrollo de Producto**

Concepto: “Agua Bendita”

Se trabajó junto a la comunidad la importancia de la lluvia, de las nubes y cómo Dios les ha regalado el “Agua Bendita” para poder regar la tierra para hacerla fértil y convertirla en cultivos que les proporcione el alimento.

Se trabajó el desarrollo de 3 líneas de productos que juntas cuentan la historia del “Agua Bendita”, relatos de territorio de la comunidad, resultado de las asesorías de Historia e Identidad. A partir de ello, se desarrollan tres propuestas:

- Líneas de mochilas nubes.
- Líneas de mochilas lluvia.
- Líneas de mochilas tierra fértil.



Se realiza una estandarización de medidas con 3 tamaños diferentes. Formatos que se asignaron junto a la artesana líder, teniendo en cuenta las formas de la etnia Arhuaca. Así mismo, se genera una reedición de la mochila “Pensamiento de la mujer”, desarrollada en el año 2019. Haciéndole cambios en formato y paleta de color.



Ilustración 88-Líneas de producto desarrolladas

- **Producción y participación comercial:**

Se realiza curaduría y construcción del plan de producción para la participación en la feria virtual: Expoartesañas 2020. Así mismo, se le expone a la artesana líder las características y requerimientos de producto para las condiciones comerciales en escenarios digitales de comercialización, donde se le sugiere a la comunidad que para poder cumplir con el plan de producción y el pedido de compras para Colección Nacional, se realizaría una curaduría de 5 mochilas que tengan actualmente en stock y que desarrollen 3 referencias de la nueva línea de productos, desarrollando dos unidades para cada una de ellas, para un total de 11 piezas en Expoartesañas 2020. De igual manera, se realiza pedido para Artesanías de Colombia de 9 mochilas por un valor de \$1.485.000.



- **Fortalecimiento Productivo:**



Según el autodiagnóstico inicial para el grupo INUGA se proyectó un fortalecimiento en materias primas y la implementación de un kit de bioseguridad el cual fue gestionado por medio del programa de cooperación internacional de la entidad, el cual es el siguiente:

Año 2020	
Ítems	Valor
Materia Prima en zona	\$ 2.030.000
Kit de Bioseguridad	1 kit
TOTAL	\$ 2.030.000

Si bien se identificaron tres tipos de materia prima (algodón, lana y fique), el énfasis del autodiagnóstico se enfocó en la lana. Se toma como punto de análisis esta materia prima porque la mochila de lana en la actualidad es la más comercial. Se asigna el rubro para adquirir 108 libras de lana beyón oscuro y 104 libras de lana beyón blanco.

- **Concepto final del componente de diseño:**

El grupo artesanal INUGA se encuentra en proceso de estandarización de formatos y aún debe reforzarse en el grupo la necesidad de fijar formatos y dimensiones por cada uno de los productos elaborados. Si bien, el tejido de la mochila para el grupo va ligado a la edad de la artesana es importante establecer unos criterios de calidad, que permitan realizar acabados que cumplan de forma unificada las referencias ofertadas. Por tal motivo, se recomienda poder continuar realizando asesoría de manera integral.

5.2. GRUPOS ARTESANALES FOCALIZADOS CON ATENCIÓN PUNTUAL

5.2.1. CURARTE

5.2.1.1. Componente Socio Organizativo

La organización Artesanal “Curarte” se encuentra ubicada en la Vereda la menta a 45 minutos del casco Urbano del Municipio de Sibundoy Putumayo, rodeado del corregimiento de San Pedro, el municipio de Colón, Santiago y el Municipio de San Francisco territorios que comparten las Etnia Inga y Kamëntšà. La historia del pueblo Kamëntšà se caracteriza por la continua defensa del territorio ante procesos de colonización, misionales, conquistadores, evangelizadores, conflicto armado y desorden social en diferentes épocas, mismas que han significado diferentes riesgos de tipo territorial y cultural para el pueblo Indígena así como nuevas formas de posición ante la defensa del territorio ancestral.

Los artesanos de Curarte, han trabajado varios oficios considerados como tradicionales dentro del mapa artesanal colombiano. En el pasado, los objetos culturales eran empleados exclusivamente para beneficio propio, uso diario e intercambios dentro de la comunidad. La tejeduría en guanga es uno de los oficios más representativos y mantiene un lugar importante como referente cultural, esto se puede notar en la tejeduría en chaquiras que se emplea la simbología propia de la tejeduría en guanga. El grupo observó que los jóvenes



han perdido el interés por la tejeduría en guanga por su complejidad, tiempo y la paciencia que requiere, y se han motivado más por el tejido en chaquiras por sus coloridos, precios más económicos en materia prima y por su inclusión a las actividades escolares.

- **Actividades realizadas**

FECHAS DE ACTIVIDADES	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
21/11/2020	-Taller levantamiento de testimonios -Actividad previa, “qué piensas de la producción en serie” - Definir carácter diferenciador y esencia artesanal	1
03/12/2020	-Encuentro de Saberes: Nuestro Cuerpo Artesanal	2
Número total de actividades		3

- **Retos:**

- Aunque corresponde al equipo de comunicaciones, se considera necesario potenciar el relacionamiento de la comunidad ya que su líder cuenta con muchas aptitudes para fortalecer relaciones con diferentes clientes. Se recomienda aprovechar esta ventaja del grupo para que otros integrantes puedan compartir dicho relacionamiento con el líder.
- Curarte tiene una estrecha relación con dos categorías principales, por un lado, la sanación y, por otro, la relación del quehacer artesanal con el territorio. Se sugiere articular los procesos de innovación con ambos conceptos.
- Ya que el grupo tiene varios clientes y procesos que atender, es importante contar con un calendario o una agenda que permita atender los diferentes pendientes de Curarte.
- También se sugiere indagar sobre la sostenibilidad del quehacer artesanal. Aunque el líder comenta que la tala de árboles para los pensadores de madera se hace de forma sostenible, se hace necesario hablar sobre la sostenibilidad de esta actividad teniendo en cuenta el panorama mundial.

- **Logros:**

Se logró levantar el testimonio con el que se trabajará en el área de comunicación. Este testimonio servirá para la difusión de las piezas artesanales por medio de la campaña “No hay otra igual” en el marco de Expo-Artesanías. El trabajo con Eisen fue muy interesante porque en el discurso de Curarte encontramos la sanación como un elemento diferenciador clave. “Nos sanamos nosotros para poder crear nuestras piezas e inspirar a quienes las eligen”.



- **Testimonios:**

Por qué lo vamos a hacer, para qué y para quién son preguntas que siempre se hacen los artesanos de Curarte antes de iniciar la elaboración de una artesanía. Los artesanos de curarte ven en sus piezas un arte que sana, en otras palabras, Arte-sanía. Artesanía que es parte de un conjunto que integra la música y la medicina. El grupo explica que Curarte proviene de la unión entre curación, cultura y arte, porque se cura a través del arte que se gesta en el Valle del Sibundoy. “Nosotros brindamos curación, a través de la creación de nuestros colores, ahí se llevan la carga energética de quién elaboró las artesanías, así pues, nuestras piezas además de ser bellas, llevan consigo una parte espiritual no solo de quien lo hizo sino también de la comunidad”, dice el líder del grupo Curarte.

En el proceso de elaboración se plasma el pensamiento de curación. Es decir, los artesanos inician un proceso de sanación antes de trabajar en la artesanía, por lo que la sanación se considera en el proceso de elaboración para motivar el trabajo y atraer buenos pensamientos. “Nos sanamos para curar a nuestros hermanos a través de nuestras manos”, dice el artesano Eisen.

- **Sugerencias para próximas vigencias**

Durante el taller de testimonios, el líder resaltó la importancia del Valle de Sibundoy, la conexión con el territorio que es aprehendida desde las abuelas y los abuelos. “Nuestros abuelas y abuelos son semillas, todos somos semillas”, dice Eisen para advertir la necesidad de regresar al pasado para revisar el presente.

Se sugiere entonces no perder de vista o seguir fortaleciendo el vínculo del quehacer artesanal de Curarte con la cosmovisión del pueblo Kamëntšä.

También se sugiere enfocar la atención hacia la relación del quehacer artesanal con el territorio, teniendo en cuenta las prácticas colectivas, como las danzas y los cantos, así como la cosmovisión que cuida el territorio, por ejemplo, revisar los mitos que cuidan el agua y la tierra.

5.2.1.2. Componente Comercial

Se acompañó al grupo artesanal con la identificación de un plan de trabajo de asesorías puntuales respondiendo al nivel de madurez comercial de la marca, se busca afilar las herramientas adquiridas en su trayectoria, pero esta vez enfocadas a los nuevos espacios comerciales virtuales a los que se ven enfrentados por la actual coyuntura del COVID-19, para ello se tuvo en cuenta el autodiagnóstico comercial sobre las habilidades comerciales, registro de información, manejo de recursos, gestión, discurso de ventas entre otros factores, en el presente periodo se ha asesorado al grupo en temas como. 1) Actualización de catálogo comercial con ajuste en dimensiones y precios 2) Apertura de tiendas virtuales y presentación a convocatorias de estímulos.



Así mismo, durante el mes de agosto y septiembre se desarrolló un acompañamiento técnico al grupo, debido a una oportunidad comercial con una importante marca de licores del país. Cabe resaltar que esta asesoría implicó la elaboración de la propuesta comercial con el grupo, la compilación de documentos solicitados por el cliente, los ajustes requeridos a la propuesta, el seguimiento al desarrollo de los prototipos, la orientación para sacar la póliza de cumplimiento y la gestión relacionada con la orden de compra.

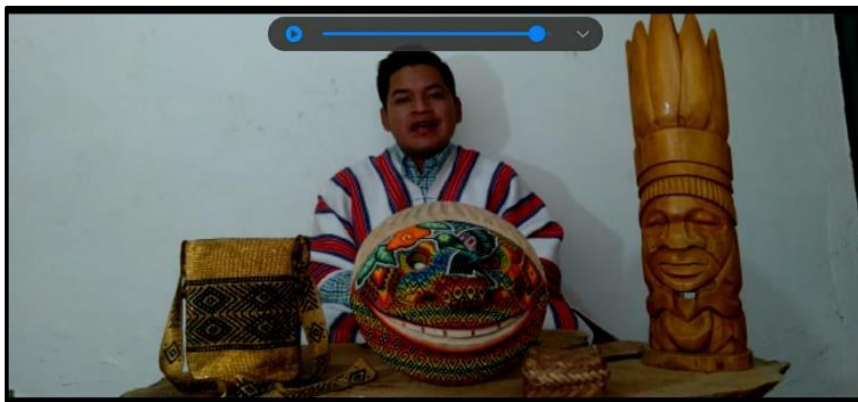


Ilustración 89-Líder Artesanal Curarte

En este último trimestre se dio toda la preparación, producción y logística para la participación en las ferias virtuales, Expoartesanías y el Marketplace de ADEC, el líder quedó satisfecho con el apoyo y el seguimiento que se le dio; siendo un grupo de gran trayectoria también se enfrentó este año a nuevos retos y espacios para la comercialización de sus productos, pero con el seguimiento dado, supieron sortear estas “nuevas formas” tal cual como ellos mismos dicen.

- **Logros:**

- Se realizó el autodiagnóstico comercial del grupo, permitiendo la formulación de un plan de trabajo de asesoría puntual.
- Se inscribió a la marca “Curarte” en la plataforma “compra lo nuestro” para activar este canal de comercialización, igualmente se capacitó al artesano gestor con el uso de esta plataforma.
- Postulación de participación feria virtual Marketplace ADC y Expoartesanías.
- Se realizó acompañamiento paso a paso en la inscripción de la plataforma Aliarte.co.
- Se realizó acompañamiento postulación para la feria virtual “Colombia crea talento”.
- Apropiación en la logística de participación de ferias virtuales, que llegaron para quedarse.

- **Resultados:**

- Autodiagnóstico comercial inicial y final.
- Inscripción plataforma “compra lo nuestro”
- Apertura tienda virtual plataforma Aliarte.co



- Apertura de tienda Virtual en plataforma MERCADO LIBRE, para la feria virtual “Colombia crea talento”
 - Video de inauguración invitando a la feria virtual “Colombia tiene talento
 - Catálogo de producto actualizado corte Agosto.
 - Fortalecimiento en el discurso de ventas.
- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Expoartesanías 2020
 - Marketplace ADC 2020
 - Negocios facilitados por un valor de \$15.466.000
 - Apoyo de compra ADC: \$6.900.000
 - Ventas generadas en Expoartesanías: \$0
 - Ventas generadas en Marketplace: Al corte del presente informe, no se ha realizado el evento. Es necesario destacar que la feria se realizará la última semana del mes de diciembre.
 - Total ventas generadas: \$15.466.000

5.2.1.3. Componente Diseño

- **Contexto y situaciones identificadas:**

El grupo de Curarte ha venido demostrando en las diferentes vigencias en las cuales ha sido acompañado un crecimiento y una autonomía en su desarrollo productivo que ha sido importante. Sus líneas de producto se han ido consolidando y los resultados comerciales del grupo evidencian un posicionamiento en el mercado en donde las colaboraciones con diferentes empresas y marcas creativas son el reflejo de un excelente relacionamiento con los clientes. Es un grupo cuyo acompañamiento para esta vigencia se plantea con el objetivo de terminar de fortalecer algunos puntos puntuales que son como el manejo del color, la construcción de piezas emblemáticas con un discurso conceptual fuerte y el acompañamiento en nuevas colaboraciones.





Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
20	12	2	5	2

- **Asesorías:**

- Identidad y Simbología en el producto: Referentes de plantas medicinales.
- Ejercicio de abstracción
- Exploración de propuestas de producto
- Exploración en paleta de color.
- Diseño de producto especializado.
- Co-diseño
- Desarrollo de prototipos
- Plan de producción
- Seguimiento a producción

- **Logros:**

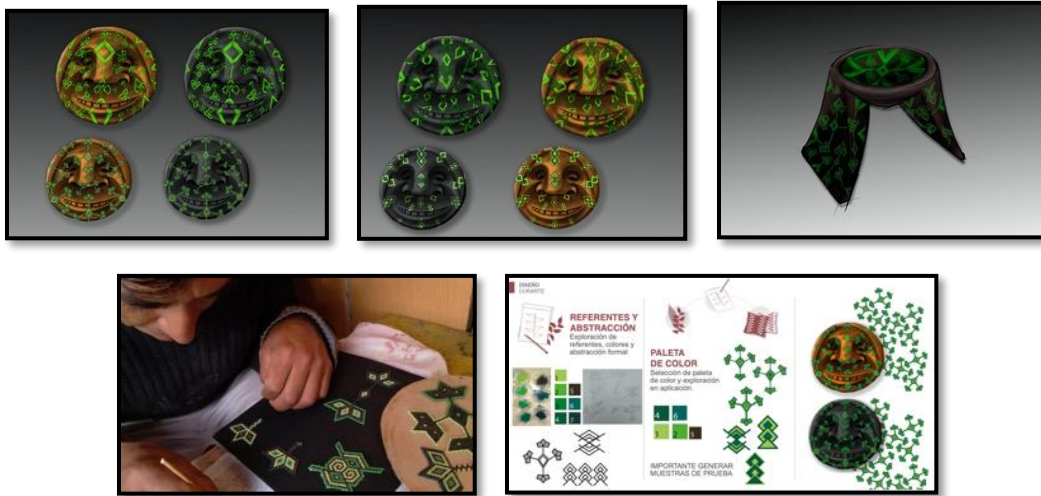
- Se logró establecer un concepto e identificar unos referentes formales.
- El grupo realizó un interesante ejercicio de abstracción gráfico de las formas que identificaron en sus referentes, planteando un nuevo lenguaje gráfico.
- Se logró establecer unas paletas de color inspiradas en los referentes para fortalecer el desarrollo de producto.
- Se ha logrado generar unas buenas exploraciones en composición y muestras que permiten sentar las bases para el desarrollo de las líneas de producto planteadas.
- Se logró consolidar la colaboración con la empresa Diageo para el desarrollo de una edición limitada de 104 botellas enchapadas en chaquira para la marca Jhonny Walker, generar los prototipos, establecer un plan de producción y darle seguimiento a esta producción para entregar a tiempo y con los criterios de calidad necesarios.
- El grupo logro generar unas propuestas con una construcción conceptual fuerte y un manejo técnico diferenciador.



- **Diseño y desarrollo de producto:**



Para esta vigencia el grupo de Curarte quiso explorar el concepto de “**Tšabe Shnan**” – “**Buen remedio**”. Para “Buen remedio”, el grupo ha decidido trabajar como referentes algunas de las plantas medicinales que utilizan. Estas plantas de nombre “Cuyanguillo” y “Curibinanes” se utilizan para sanar varias enfermedades. El ejercicio creativo pasó por un proceso de identificación de las plantas que querían trabajar, un ejercicio de abstracción de las formas, construyendo elementos gráficos que permitieran evocar estas plantas y la identificación de paletas de color con las cuales trabajar. Sobre esto se plantea el desarrollo una línea de máscaras y un banquito emblemáticos.



- **Producción y participación comercial:**

El grupo ha recibido el apoyo y la asesoría para la selección de productos y la construcción de los planes de producción encaminados a los eventos de feria virtual del Market place y feria virtual de Expoartesánías. Para esto se dio seguimiento a la producción de estos productos y la supervisión de calidad de estos con el fin de que cumplan con los requisitos que plantean estas ferias virtuales.

A continuación, se presentan las piezas seleccionadas para la participación en Expoartesánías 2020, los resultados comerciales se presentarán iniciando el 2021 una vez el evento se haya desarrollado:



Ilustración 90- Participación comercial



- **Fortalecimiento productivo:**

Según el autodiagnóstico inicial para el taller artesanal Curarte se proyectó un fortalecimiento en chaquiras el cual es el siguiente:

Año 2020	
Ítems	Valor
Chaquira	\$ 880.000
TOTAL	\$ 880.000

Este fortalecimiento se genera de manera puntual como apoyo para el desarrollo productivo de las líneas de producto planteadas.

- **Acciones complementarias:**

El grupo de Curarte fue seleccionado para la colaboración con la marca Diageo para la elaboración de una edición limitada de botellas de Johnny Walker Blue Label. Para esta colaboración se le ha dado la asesoría al grupo en el proceso de cotización y costeo, en la revisión de la propuesta para su entendimiento desde lo técnico y productivo, en la articulación con el equipo de comercial de la subgerencia de promoción de la entidad, en la definición de compromisos y en la evaluación del alcance del grupo frente a los tiempos establecidos, al igual que en el seguimiento de todo el proceso para garantizar el buen desarrollo de este. Esta colaboración consiste en la intervención de 110 botellas por medio de un enchapado en chaquira.



- **Concepto final del componente:**

El grupo de Curarte se caracteriza hoy en día por su buen desempeño productivo, por la calidad de sus productos y por su oferta de producto variada y diversa. Es un grupo que cuenta con las herramientas para trabajar sus procesos creativos de diseño y productivos de manera autónoma y que no requiere seguir con un fortalecimiento intensivo por parte del programa y del componente. Es un grupo que se recomienda sea tenido en cuenta para el desarrollo de colecciones especiales y pedidos de gran volumen ya que cuentan con las capacidades para responder de la mejor manera.



5.2.1.4. Componente de comunicaciones

Este grupo es uno de los más maduros. Cuenta con la participación de algunos jóvenes que tienen más cercanía y afinidad por las redes sociales. Su líder es un joven que además de contar con muchas cualidades comunicativas, sabe expresarlo a través de las redes sociales. El trabajo con ellos es de consolidación, unificar y planear estratégicamente sus redes sociales.

Además de las asesorías que se les presta un miembro del equipo se convirtió en la voz oficial de los Podcast de la Línea Étnica, Webinar. Ya son más de 10 audios producidos y compartidos que llevan la cortinilla inicial y final con la voz de este joven miembro del grupo artesanal.

Gestión Free Press:

- Entrevista para Caracol Radio
- Testimonio en Redes Sociales #ArtesanoEstamosContigo en las redes sociales institucionales de Artesanías de Colombia.
- Video para el Canal 13

Este grupo es uno a los que se les asignó un rubro de reconocimiento desde el componente de comunicaciones por la consecución de testimonios audiovisuales para sus propias redes sociales y la difusión que desde la entidad hacemos con ellos, además de darles reconocimiento por la voz del artesano Webinar para los podcasts del programa.

Con este grupo se realizó el video testimonial No Hay Otra Igual, en el marco de la estrategia dual de activar la comercialización de los grupos artesanales en las Ferias y la concientización de la unicidad de las piezas artesanales. Estos videos tuvieron un trabajo de preparación previo con el componente social para identificar esos aspectos que como grupo los hace únicos y luego una preparación técnica y guía para la elaboración de los videos. Una vez elaborados los videos se hizo toda una gestión mediática para divulgarse en la rueda de prensa de Expoartesanías y que circularan en las redes institucionales del evento y las entidades vinculadas: Corferias y Artesanías de Colombia.

- **Asesorías Virtuales:** 5 *continuo contacto por WhatsApp para la gestión de los testimonios.

Asesorías Comunicaciones						
Grupos Artesanal	Total Asesorías	Fecha Asesoría	Tipo de Asesoría			Tema de la Asesoría
			Integral	Puntual	Testimonios	
Curarte	3	22 mayo	x			Estrategia de comunicación
		19 junio	x			Usabilidad Instagram
		8 septiembre	x			Manejo de la herramienta Canva

*Las dos asesorías restantes han sido para preparación de los testimonios realizados.



- **Contenidos talleres:**

Estrategia de comunicación “Tenerla Clara” y módulo introductorio “Redes Sociales”.

Se construyó la estrategia de comunicación digital de la mano de su líder Eisen quién delimitó los objetivos y alcances que se quieren con Instagram, así como segmentar los perfiles de los clientes por producto y los competidores existentes.

Además, se construyó conjuntamente los ejes de contenido y se apertura su cuenta en canva para que ellos diseñen los contenidos gráficos para sus redes sociales de manera autónoma. Para facilitarles esta labor se les hizo una asesoría de reconocimiento de la plataforma con varias plantillas que se desarrollaron con base en su paleta de color extraída de su logo comercial.

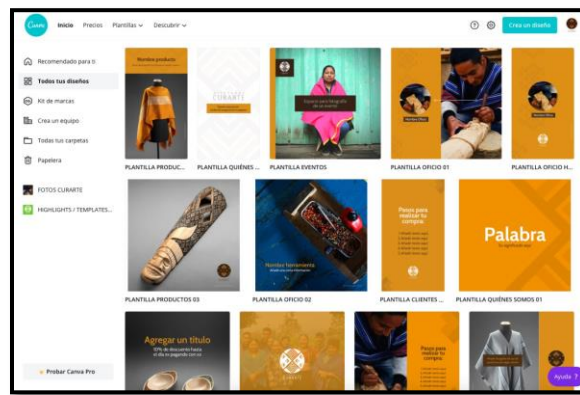


Ilustración 91-Contenidos gráficos para redes sociales

- **Redes Sociales:**

Se hizo un diagnóstico e investigación de referentes para mejorar la línea gráfica y jerárquica de sus redes sociales.

- Cambio de su cuenta de Instagram normal a una cuenta empresarial.
- Se incluyó su perfil en las cuentas institucionales de AdC para el directorio de artesanos, en el marco de la estrategia #ArtesanoEstamosContigo
- Actualización de la descripción en la BIO.
- Generación de link que lleve inmediatamente al WhatsApp con mensaje automático.
- Elaboración de las Historias Destacadas.
- Apertura de cuenta en Canva
- Diseño de plantillas para la herramienta Canva con una línea gráfica definida y una paleta de color propia, inspirada en su logo.

- **Proyección:**

- Que manejen mejor las herramientas para generar los contenidos.



5.2.2. ARTE SHEMBASENG

5.2.2.1. Componente Comercial

Las asesorías virtuales acompañando al grupo artesanal se enfocaron principalmente en desarrollar la capacidad de afrontar las nuevas formas de comercialización concentrándonos en el costeo de sus productos y en la logística de participación en las nuevas vitrinas comerciales a las que se enfrenten debido a la coyuntura del COVID-19, en la vigencia 2020 se asesoró al grupo en temas como: 1) Manejo de inventarios, 2) Fijación de precios justos teniendo en cuenta el proceso de costeo de producto, con el uso de la guía de costos y precios, 3) Actualización de catálogo comercial con ajuste en dimensiones y precios. 4) Paso a paso en la logística para la participación en las ferias virtuales.

En este último trimestre se dio toda la preparación, producción y logística para la participación en las ferias virtuales, Expoartesano 2020, Expoartesánías y el Marketplace de ADEC, la líder queda satisfecha con el apoyo y el seguimiento que se le dio; el grupo identificó sus debilidades, pero también sus fortalezas y ya con este panorama será más fácil seguir postulándose a ferias virtuales.

Este grupo es uno de los que más ha hecho seguimiento a sus productos en las plataformas nos ha avisado si encuentran un error en la información suministrada, fue uno de los más interesados en la actualización del catálogo de producto y más riguroso en las revisiones de este, si es verdad que también ha habido alguna dificultad en el tema de estandarización de los productos ya ejecutados, pues como bien hemos sabido siempre, la artesanía es un tema orgánico y es muy difícil que un producto quede exactamente igual a otro, pero este tema en el grupo se ha evidenciado un poco más; más tienen toda la disposición de llegar a una mejor resultado en este ítem.

- **Logros:**

- Postulación para participación en las ferias virtuales Marketplace ADC, Expoartesano y Expoartesánías
- Identificación de precios de materia prima e insumos para elaboración de productos.
- Fortalecimiento de las habilidades de los artesanos para fijación de precios justos.
- Apropiación en la logística de participación de ferias virtuales, que llegaron para quedarse.

- **Resultados:**

- Inventario producto existente.
- Catálogo de producto actualizado corte diciembre.
- Plan de producción Market Place y Expoartesano
- Costeo de prototipos y revisión de factibilidad de estos.



- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Expoartesano 2020
 - Expoartesánías 2020
 - Marketplace ADC 2020
- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Apoyo de compra ADC: \$ 1.635.000
 - Ventas generadas en Expoartesano: \$ 120.000
 - Ventas generadas en Expoartesánías: \$240.000
 - Total ventas generadas: \$360.000

5.2.2.2. Componente de Diseño

- **Contexto y situaciones identificadas:**

El trabajo de Arte Shembaseng está enfocado en cultivar las labores artesanales tradicionales de su cultura como lo son: el tejido en guanga (lana natural, lana orlón, hilo seda, etc..) y el tejido en chaquiras; plasmando la cosmovisión indígena, el saber ancestral y la tradición.

Los artesanos vinculados al grupo realizan trabajos en tejeduría, talla de madera y bisutería en chaquiras. Ésta última es una técnica que aún requiere fortalecerse, desde la diversificación de producto y el rescate de simbología propia.



Ilustración 92-Autodiagnóstico inicial de Diseño

Aseorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de productos aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
11	15	3	3	3



- **Asesorías realizadas**

- Taller de autodiagnóstico
- Evaluación del producto actual
- Identidad y Simbología en el producto: referentes de identidad asociados a las chagras y al cuidado a través de la alimentación tradicional Camentsá.
- Manejo de color – Paletas de color
- Seguimiento Actividades de color
- Seguimiento desarrollo de prototipos
- Plan de producción Marketplace y Expoartesano
- Seguimiento plan de producción Marketplace.
- Seguimiento Producción Expoartesano.
- Plan de Producción Expoartesanas.
- Envío plan de producción Expoartesanas.

- **Logros**

- Se logró hacer el autodiagnóstico del estado inicial en el que se encuentra el grupo artesanal Arte Shembaseng, identificando las fortalezas y debilidades de su proceso productivo con el fin de proyectar un plan de trabajo que busque fortalecer a las artesanas.
- Se encontraron referentes de identidad para plasmar en los productos, apelando a elementos de sus tradiciones, su entorno y su hacer como grupo artesanal. Teniendo en cuenta lo que se había elaborado en vigencias anteriores se fue articulando el concepto del 2020 relacionando el hacer Camentsá Inga con el aislamiento pandémico.
- Uno de los elementos que se rescataron del diálogo y el ejercicio fue la chagra tradicional Camentsá y la importancia en muchos aspectos de su cotidianidad y su hacer. En la educación se enseña el cuidado y las matemáticas a través de la chagra, se entablan relaciones sociales que emergen de cuidar la tierrita.
- La chagra y la alimentación que viene de la tierra se rescataron como símbolos importantes en tiempos de pandemia en los que alimentarse de manera consciente se vuelve fundamental para estar sano.
- Se decidió elegir los significados asociados a la chagra como eje fundamental para el concepto de la vigencia 2020.
- Se logra realizar el desarrollo de prototipos de las nuevas líneas de producto. Realizando pruebas en la paleta de color para realizar tonos más claros y vincular colores beige o crudos, teniendo en cuenta los aportes al comité de diseño.
- La artesana líder comparte fotografías del proceso de tejido en el telar de guanga de dos de los caminos de mesa propuestos. Informa que ha tenido que cambiar el color a unos más oscuros, pero manejando la gama cromática, debido a problemas



de consecución de la materia prima por aislamiento preventivo en la emergencia sanitaria.

- Se avanza con la etapa de prototipado, según el cronograma establecido con la comunidad, logrando cumplir con los lineamientos en torno a formatos, diseño y gama cromática. Aunque ha sido nuevo el ejercicio de hacer producción seriada por referencia, esto les ha permitido optimizar los tiempos de producción y realizar un mejor cálculo de la materia prima empleada.
- Se logra cumplir con los tiempos para el envío de los prototipos a comité de diseño.
- Se alcanzó a finalizar la producción con los tiempos establecidos para el desarrollo de la producción propuesta para el evento comercial virtual Marketplace.
- El grupo inicia el desarrollo del plan de producción de Expoartesano, desarrollando 10 referencias y cumpliendo con el cronograma establecido por el evento comercial, enviando a tiempo los productos a Medellín, bajo los parámetros establecidos.
- Si bien fue un ejercicio nuevo para el grupo, se logra que la comunidad pueda replicar lo más fiel posible las unidades por referencias requeridas en el plan de producción y enviar los productos a Expoartesanas.

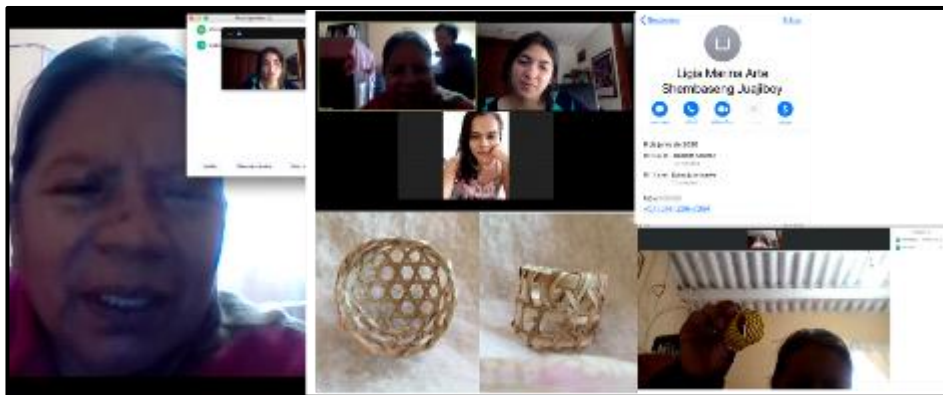


Ilustración 93-Actividades Virtuales. Imágenes: Verónica Santamaría - Angélica María González Flórez

- **Diseño y Desarrollo de Producto**

Concepto: “La chagra y la alimentación”

- Se trabajó en el desarrollo de producto enfocado a los conceptos:
- La chagra y la alimentación. La importancia de la chagra tradicional Camentsá y el comer sano en tiempos de pandemia.
- Estos conceptos permitieron el desarrollo de las siguientes líneas de producto:
- Línea de camino de mesa, individuales y servilletas.



Ilustración 94-Líneas de producto desarrolladas

• **Producción y participación comercial:**

Se realiza curaduría y construcción del plan de producción para la participación en el Marketplace y las ferias virtuales: Expoartesano y Expoartesánías 2020. Así mismo, se le expone a la artesana líder las características y requerimientos de producto para las condiciones comerciales en escenarios digitales de comercialización.



Ilustración 95- Resultados Expoartesánías 2020

El grupo artesanal realiza el plan de producción propuesta de las ferias Expoartesano y Expoartesánías, cumpliendo con los tiempos establecidos y realizando lo más fielmente posible las unidades solicitadas de cada una de las referencias.

• **Fortalecimiento Productivo:**

Se proyectó una asistencia técnica y mejoramiento de oficio mediante la compra de materia prima como chaquiras y las necesidades a nivel de procesos productivos como insumos, para el fortalecimiento productivo el cual es el siguiente:

Año 2020	
Ítems	Valor
Insumos	\$ 505.600
Chaquiras	\$ 1.320.000
TOTAL	\$ 1.825.600



- **Concepto final del componente de diseño:**

El grupo artesanal ARTE SHEMBASENG ha avanzado en su proceso productivo. Sin embargo, se evidencia que aún se debe fortalecer en diferentes áreas del componente de diseño para que la oferta de su producto sea mucho más competitiva en el mercado. Por tal motivo se sugiere, que puedan continuar recibiendo asesoría puntual.

5.2.3. PALENQUE

5.2.3.1. Componente Socio organizativo

El grupo artesanal Makaanía está ubicado en San Basilio de Palenque, en el departamento de Bolívar. Este grupo es muy diverso y está compuesto por alrededor de 12 artesanos que manejan diferentes técnicas, Lutheria, talla de madera, tejeduría de fibras naturales, totumo y figuras en barro. Palenque ha tenido el apoyo del programa Etnias desde el 2018, teniendo durante 2019 y 2020 sólo asesoría puntual debido a que al inicio se evidenciaba mucho desorden en las personas que lo componían, situación que ha venido mejorando a través de los años y las asesorías. Este año se eligió una nueva líder, Ernestina quién asume de forma muy responsable su papel y ha tenido la oportunidad de participar en ferias demostrando sus valiosas capacidades.

Una de las actividades principales del grupo es el oficio que conserva la tradición musical del pueblo de Palenque. Se fabrican todo tipo de tambores, entre alegres, llamadores y tamboras, así como marimbulas o bajo tradicional, este último es el instrumento tradicional del pueblo siendo una de las herencias africanas más latentes. A pesar de su importancia, solo dos miembros activos del grupo se dedican a la fabricación de los instrumentos. Además de hacer estos dedican algún tiempo a la fabricación de artesanías talladas, como representaciones a escala de objetos de la comunidad como canoas, benkos biohó, tambores y también platos y bandejas.



*Ilustración 96-Ilustración 96-
Fabricación de tambores*



Las mujeres del grupo se dedican al trabajo de piezas utilizando como materia prima el totumo. Trabajan aretes y collares, copas, platos, fruteros, maracas, etc. Esta actividad reúne a la mayor parte del grupo siendo 9 mujeres las que se dedican a su fabricación. El totumo se siembra en los patios del pueblo y lo recolectan, lavan, pulen y cortan. Hace falta mucho trabajo para pulir las piezas pues no han tenido gran asesoría y no tienen buenas combinaciones del color. Hace falta trabajo de diseño. Otro artesano del grupo recolecta iraca y teje esteras, abanicos, escobas, etc. Además, se tejen mochilas en fibra de majagua.

- **Retos:**

El grupo artesanal de Palenque tiene como reto seguir incentivando la participación de las artesanas y artesanos, ya que están operando constantemente pocos de ellos. Es necesario trabajar en la transmisión de saberes ya que los fabricantes de instrumentos son personas de edad avanzada y desean transmitir sus conocimientos a jóvenes que estén interesados en las técnicas. No ha sido fácil animar a las nuevas generaciones a continuar con estos oficios debido a que ellos están buscando actividades que les representen dinero de forma más inmediata. Sin embargo, es una oportunidad de obtener recursos adicionales que es relativamente poco explorada actualmente.

Aunado al punto anterior, en el contexto pandémico Ernestina compartió que un reto importante fue seguir con la producción de las artesanías debido precisamente a que la mayoría de las y los artesanos de Makania son mayores y por lo tanto corren más riesgo de contraer covid19. Así pues, la producción de artesanías se realizó desde las casas y se estuvo que estar monitoreando.

En el caso de las mujeres su oficio de trabajo en totumo es bastante incipiente y requiere un trabajo profundo de rescate de referentes culturales que se puedan aplicar a las artesanías como el manejo del color y las figuras que se pueden plasmar en los objetos. Esta falta de acabados causa muchas veces la baja capacidad de competencia con otras artesanías similares. Es para todo el grupo un reto importante el trabajo de revisión de calidad y mejoramiento de acabados.

FECHAS DE ASESORÍA	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
05-2020	Socialización de programa y firma de acta de participación	1
21-09-2020	Asesoría conjunta con comunicaciones para levantamiento de testimonios	1
12/11/2020	Taller levantamiento de testimonio -Intercambio previo al taller -¿Qué piensas de la producción en serie?	3



	-Relatos acerca de lo que hace único nuestro trabajo artesanal -Testimonio carácter diferenciador	
NÚMERO TOTAL DE TALLERES EN LA COMUNIDAD		5

- **Logros y aspectos destacables**

- **Identidad:** A pesar de ser un número reducido de personas los oficios que se practican hacen parte del patrimonio cultural del pueblo palenquero y tienen una gran tradición. La materia prima se recolecta dentro del mismo territorio y todo proviene de la naturaleza. el grupo tiene muy claro su arraigo y su herencia africana constituyendo una fuerte identidad grupal que logra cohesionarlos a pesar de la diversidad de sus productos.
- **Fortalecimiento organizativo:** El grupo sigue trabajando y reuniéndose, está constituida la junta directiva y tienen un buen manejo de los recursos. Ha habido relevo del liderazgo lo cual ha permitido evaluar la capacidad de distintos miembros del grupo. A pesar de trabajar técnicas distintas han demostrado que tienen la capacidad para asociarse y trabajar de forma conjunta. Se observa que todos los miembros del grupo están dispuestos a colaborar y poner de su parte para el beneficio del grupo. En vigencias pasadas se verificó que la junta directiva está funcionando y este año se puede observar un avance en la división de las responsabilidades.

Se logró continuar con la producción de las artesanías a pesar de las complicaciones derivadas de la pandemia provocada por el covid19.

- **Liderazgo:** durante el 2020 se nombró por consenso a Ernestina como lideresa del grupo, una decisión muy acertada pues ha demostrado con gran responsabilidad y compromiso su capacidad de liderazgo y gestión. Es un aspecto a destacar en el grupo el relevo del liderazgo ya que cada año se le ha dado la oportunidad a una persona diferente de representar al grupo. Este año el grupo ha estado bastante contento con la gestión que ha realizado Ernestina de forma transparente y sin esperar reconocimiento económico a cambio puesto que no posee incentivo al líder por ser grupo de atención puntual. A pesar de esto, Ernestina ha logrado mantener cohesionado al grupo, ha sabido invertir el rubro de comunicaciones que le fue otorgado para bien colectivo y ha hecho la tarea de reunir a los artesanos para la toma de decisiones.
- **Manejo de las Tics:** Durante este año 2020 los artesanos debieron ingresar al mundo digital por fuerza mayor, afortunadamente las asesorías de los componentes los orientaron para lograr este paso. se creó un grupo de WhatsApp para mejorar la calidad y la frecuencia de la comunicación con el grupo y se hizo el acompañamiento



en la inversión del rubro destinado a comunicaciones con el cual se compró un celular mediante decisión unánime del grupo. Esto permitió el grupo pudiera estar constantemente enviando fotografías y videos para hacer seguimiento de los productos y ayudó a mejorar la comunicación del grupo aprovechando que la líder Ernestina ha demostrado una gran capacidad de aprendizaje y apertura al uso de las telecomunicaciones a diferencia de los anteriores líderes.

- **Testimonio:** Un logro importante de Ernestina como líder fue que se involucró completamente en la dinámica del taller, aprendió muchísimo de Adeinis. También identificó en el taller el carácter particular de cada una de sus artesanías, para construir posteriormente el video que se difundió en la campaña No hay otra igual.
- **Recomendaciones para trabajar con la comunidad en próximas vigencias:**
El grupo artesanal Makanía es un grupo con muchos conocimientos diversos que requieren un trabajo individual para el mejoramiento de cada una de las técnicas, pero también requiere un trabajo de organización interna del grupo para la división de tareas y responsabilidades. Ahora que se logró el relevo del liderazgo y cuentan con una persona bastante comprometida como Ernestina es fundamental seguir organizando los demás roles del grupo para cohesionarlo más y repartir las labores de comercialización y promoción de sus productos.

Las labores artesanales tienen un gran componente cultural y esto es un aspecto que debería trabajarse más profundamente y que el grupo está perdiendo ventas debido al trabajo pendiente de manejo de acabados y de manejo del color en el caso de los instrumentos que pintan o decoran y de los trabajos en totumo de las mujeres, se podría hacer una labor de rescate de iconografía y manejo del color profundizando en los componentes de la herencia africana-palenquera.

También se sugiere trabajar el tema de la transmisión de saberes para asegurar un relevo generacional de las labores artesanales de luthería ya que es muy importante para su cultura involucrando el baile y la música.

5.2.3.2. Componente Comercial

Las asesorías virtuales acompañando al grupo artesanal, se enfocaron en el fortalecimiento en costeo de productos y en la búsqueda de la estandarización de los mismos, en el registro de información y la postulación a espacios comerciales; en la vigencia del 2020 se ha asesorado al grupo en temas como: 1) Manejo de inventarios, 2) Fijación de precios justos teniendo en cuenta el proceso de costeo de producto, con el uso de la guía de costos y precios, 3) Actualización de catálogo comercial con ajuste en dimensiones y precios.



En este último trimestre se dio toda la preparación , producción y logística para la participación en Expoartesanías digital ,en conclusión la Artesana líder Ernestina Miranda, reconoce que tras esta experiencia ,ella como representante del grupo se encuentra más segura a la hora de presentarse nuevamente a este tipo de eventos, pues con el apoyo y el seguimiento que se le dio, el grupo identificó sus debilidades, pero también sus fortalezas y ya con este panorama será más fácil seguir postulándose a ferias virtuales; también comentó que se siente más segura a la hora de hacer el costeo de los productos, esto se vio reflejado en la percepción de las habilidades comerciales que se lograron fortalecer en la vigencia 2020 y en el resultado del autodiagnóstico final comercial en el que obtuvieron una calificación de 7,3 vs 6,5 del inicio de actividades.

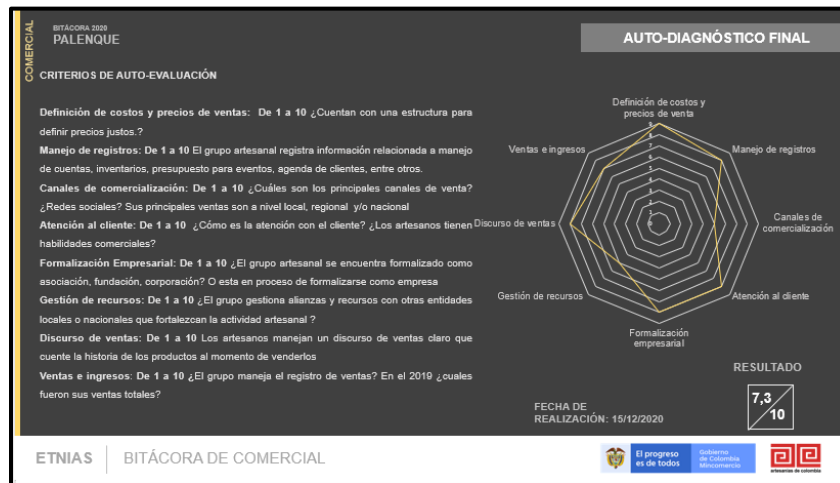


Ilustración 97-Ejercicio de Autodiagnóstico Inicial comercial

- **Logros:**
 - Postulación de participación feria virtual Expoartesanías
 - Identificación de precios de materia prima e insumos para elaboración de productos.
 - Fortalecimiento de las habilidades de los artesanos para fijación de precios justos.
 - Apropiación en la logística de participación de ferias virtuales, que llegaron para quedarse.
- **Resultados:**
 - Autodiagnóstico comercial inicial y final.
 - Catálogo de producto actualizado corte diciembre 2020.
- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Expoartesanías 2020.
 - Ventas generadas en Expoartesanías: \$0⁸
 - Total, ventas generadas: \$0

⁸ Dato por confirmar, a la espera del reporte final de ventas.



5.2.3.3. Componente de Diseño

- **Contexto y situaciones identificadas:**

Makaniá es un grupo artesanal ubicado en Palenque que dedica su labor, principalmente a la elaboración de instrumentos musicales y a la talla en madera. Dentro del grupo se evidencia la necesidad de fortalecer la calidad de los productos, el empleo de materias primas complementarias que no sean industriales, como es el caso de la cuerda plástica para las tamboras. Así mismo, se evidencia la carencia en la estandarización en sus procesos y acabados para que a nivel productivo las referencias sean constantemente de excelente calidad.

Para este año se plantea una atención puntual para el grupo de Palenque, donde se proyectaron las siguientes actividades: Taller de diagnóstico preliminar, fortalecimiento técnico en herramientas y construcción de inventario

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
5	16	0	0	2



Ilustración 98-Artesanos- comunidad Palenque

- **Asesorías realizadas**
 - Levantamiento de requerimientos en herramientas y materias primas.
 - Levantamiento de Inventario – Catálogo Comercial.
 - Asesoría en Fotografía – Inventario Productos Stock.
 - Recomendaciones para futuras producciones – Costeo.
 - Plan de Producción Expoartesanas.
 - Seguimiento Expoartesanas.



- **Logros**

- Se logra realizar un levantamiento de los requerimientos en herramientas y materias primas.
- Se realiza una asesoría para el levantamiento del inventario de productos en stock, para ello se comparte el material pedagógico de fotografía y los artesanos realizan el registro fotográfico solicitado. Posterior a ello, se realiza un seguimiento a la actividad y se hacen recomendaciones para mejorar las fotos para que puedan ser empleadas en la actualización del catálogo comercial.
- Paralelo a las asesorías puntuales de diseño, se realizan dos charlas para el mejoramiento técnico: Introducción al trabajo con madera y, acabados naturales y sintéticos para la madera.
- Se efectúa una asesoría donde se dan recomendaciones para producción y junto al equipo comercial, se revisan tiempos de producción y costos.
- Se realiza curaduría y se desarrolla un plan de producción para la feria Expoartesanías.
- Se logra que el grupo cumpla con la cantidad de productos pedidos en el plan de producción. Sin embargo, se evidenció que para el grupo fue muy difícil el desarrollo de los instrumentos musicales debido a que por la pandemia no pueden acceder de la misma forma a las materias primas, así mismo, cada artesano trabaja de manera individual en su casa originando confusiones en cuanto a colores y dimensiones.

- **Fortalecimiento Productivo:**

Se proyectó una asistencia técnica y mejoramiento por medio de la implementación de herramientas, el cual es el siguiente:

Año 2020	
Ítems	Valor
Materia Prima en zona	\$ 2.160.000
TOTAL	\$ 2.160.000

- **Producción y participación comercial:**

Se realiza curaduría y construcción del plan de producción para la participación en la feria virtual: Expoartesanías 2020. Así mismo, se le expone a la artesana líder las características y requerimientos de producto para las condiciones comerciales en escenarios digitales de comercialización. Basado en ello, el grupo cumple con la producción al evento aún con algunos tropiezos en cuanto a materias primas y eventualidades en el taller.



Ilustración 99-Resultados Expoartesaniás 2020

- **Concepto final del componente de diseño:**

El grupo artesanal MAKANIÁ está conformado por artesanos que son muy comprometidos, sin embargo, se evidencia que los artesanos aún deben fortalecer sus productos en diferentes áreas del componente de diseño para que la oferta artesanal sea mucho más competitiva. Por tal motivo se sugiere, que puedan continuar recibiendo asesoría puntual.

5.2.3.4. Componente de Comunicaciones:

- **Un primer contacto telefónico.**

Desde el componente es la primera vez que se tiene un acercamiento y proyección de trabajo. Se ha adelantado con ellas una proyección para generar unos videos en el marco de la campaña “No hay otro igual”. Se decidió, en esta medida, que se sería uno de los grupos elegidos para la asignación de recursos por testimonio desde el componente, por un monto de \$500.000 pesos.

Para ello se hizo un primer contacto, de la mano con el componente social, en el que se habló con la nueva líder, Ernestina, quien se entusiasmó con la elaboración de los testimonios y decidió que ese rubro lo invertirían en un celular para el grupo con el cual harían los videos y, más adelante, tendrían un WhatsApp empresarial y redes sociales propias del grupo.

5.2.4. MARDUE

5.2.4.1. Componente Social

Mardue es un grupo artesanal perteneciente al Pueblo Cuiba Wamonae, ubicado en el Resguardo de Caño Mochuelo. Específicamente estas 12 artesanas viven al extremo occidental del resguardo, en el municipio de Hato Corozal, Casanare. Es un grupo con un trabajo colaborativo importante que se refleja en el interés de tejer en conjunto con palma



de moriche. Sin embargo, los liderazgos en el grupo no son fuertes, ha sido difícil comprometer a las artesanas frente a la apropiación de las labores y gestiones organizativas. Daina Guaipere es la actual líder del grupo y ha fortalecido sus habilidades de representación mediante la participación en ferias y el compromiso con el grupo artesanal, pero cuando ella se ausentó de la comunidad, no hubo otras artesanas que pudiesen asumir esta responsabilidad.

Actualmente, debido al trabajo colectivo comunitario y el liderazgo de Daina, las artesanas y la comunidad construyó una casa de tejido, donde empezaron a sembrar moriche y plantas que les permiten tinturar la fibra. Esta actividad ha sido importante para motivar tanto a la comunidad como a las artesanas hacia la participación activa en el grupo, para fortalecer la producción y los procesos organizativos.

• **ACTIVIDADES REALIZADAS**

FECHAS DE ACTIVIDADES	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
21/07/2020	-Autodiagnóstico inicial -Manejo de emociones con enfoque diferencial -Fortalecimiento organizativo	3
27/09/2020	- Higiene y cuidado corporal -Liderazgo y solidaridad	2
03/12/2020	-Construcción de historia de vida de Daina Guaipere	1
NÚMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD		6

• **LOGROS**

- Retomar transmisión de saberes de 2019: de 2019 les hicieron falta 3 talleres de transmisión de saberes, los cuales retomaron en este 2020 para inaugurar la casa que construyeron para el grupo artesanal. Esto reactivó la motivación sobre el tejido y las dinámicas artesanales en la comunidad, en medio de la pandemia.
- Trabajo colectivo para creación de casa artesanal: el aislamiento preventivo en la comunidad les permitió dedicarse a la construcción colectiva de la casa artesanal, en la que involucraron niños, jornaleros y familias artesanas. Esto ha hecho que el oficio artesanal se convierta en un emblema de la comunidad. Construcción de historia de vida de Daina Guaipere: para el programa cultural de Expoartesánías La Troja, se hizo reconstrucción de la historia de vida de Daina Guaipere, como reflejo de una trayectoria de liderazgo femenino vinculado a la etnoeducación y al territorio. Esto posibilitó la visibilidad del pueblo Cuiba Wamonae, sus artesánías y sus



procesos comunitarios, al tiempo que Daina retomó esas expectativas colectivas para las próximas vigencias.

- **RECOMENDACIONES PARA PRÓXIMAS VIGENCIAS**

Este es un grupo que a nivel comunitario tiene una fuerte organización. Por fortalecer está la distribución de roles en el grupo, y el liderazgo fuera de comunidad. Si bien Daina ha adquirido diferentes habilidades para la representación de Mardue, es necesario que otras artesanas también puedan aprender y comprometerse con las gestiones organizativas del grupo.

5.2.4.2. Componente Comercial

Durante el último trimestre, se realizó con el grupo artesanal el autodiagnóstico comercial enfocando el plan de trabajo en la actualización de costos y precios, para ello el fortalecimiento se ha dado con la definición precios compartiendo material pedagógico y guiando y actualización de los precios de las referencias 2019, también se acompañó la proyección y fijación de precios para las líneas de rediseño de la presente vigencia caracterizadas por la variación en los tamaños de los productos en cestería teniendo en cuenta la variación en los costos de producción; se aclara que por las condiciones de acceso a territorio y los tipos transporte para llegar a la comunidad se le explicó al grupo la importancia de responder a pedidos con piezas mayores a 6 cantidades para no incurrir en sobrecostos o perder en los diferentes acuerdos de negociación. Se incluye una imagen de referencia de las asesorías técnicas:

Para el trimestre de octubre a diciembre, se realizó el acompañamiento en la selección de productos con el equipo de diseño para la participación del grupo en la feria de Expoartesano y Expoartesánías, estableciendo un plan de producción y compra de ADC.

- **Logros:**
 - Identificación del grupo por la actualización de precios teniendo en cuenta las dificultades de acceso para conseguir materia.
 - Revisión de estructura de costos, ajuste de precios 2019 y proyección de precios para rediseño 2020
 - Socialización de resultados de Expoartesano.
- **Resultados:**
 - Autodiagnóstico comercial Mardue
 - Actualización de precios 2019
 - Inscripción feria Expoartesano 2020
 - Catálogo de producto Mardue

Participación en eventos comerciales virtuales:

- Feria Expoartesano 2020
- Feria Expoartesánías 2020



- Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$ 0
- Apoyo de compra ADC: \$1.325.000
- Ventas generadas en Expoartesano: \$715.000
- Ventas generadas en Expoartesánías: \$0
- Total ventas generadas: \$715.000

5.2.4.3. Componente de Diseño:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

La comunidad de Mardue realiza el oficio de cestería trabajando la técnica de Rollo, en donde por medio de la atención que les ha brindado el programa por varios años han elaborado diseños de canastos manejando variación de color con tintes naturales y un trabajo de formatos con los cuales han logrado diferenciarse en el mercado.

Consiguen la materia prima con facilidad en el mismo territorio (Los hombres se encargan de la recolección) y actualmente realizan procesos ambientales auto sostenibles, por medio de la siembra y conservación de las palmas de moriche.

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de productos aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
11	28	4	13	2



Ilustración 100-Artesanas comunidad Mardue



- **Asesorías realizadas**

- Autodiagnóstico.
- Asesoría en color y reedición.
- Validación Propuestas de Diseño.
- Seguimiento Prototipos.
- Seguimiento Plan de Producción Expoartesano.
- Plan de Producción Expoartesánías y envío Expoartesano.
- Seguimiento producción Expoartesánías.
- Plan de compra Colección Nacional 2020.
- Seguimiento plan de producción Colección Nacional 2020.
- Seguimiento y envío Colección Nacional 2020.
- Seguimiento y envío Expoartesánías.

- **Logros**

- Se logró socializar con la artesana líder el alcance del componente de diseño en el marco de la atención puntual virtual. Realizar un balance del trabajo realizado en la vigencia anterior en el marco del programa.
- Se identifican y validan qué tintes naturales se pueden obtener en esta temporada del año, teniendo en cuenta los cambios a los que se han enfrentado con el COVID-19.
- Validar la simbología con la comunidad, tomando como base el Material Pedagógico de referentes culturales y el trabajo realizado en años anteriores.
- Se logró realizar la reedición de dos líneas de productos desarrolladas en vigencias de anteriores, dónde se generan nuevos formatos y paleta de color.
- Se realizan nuevas líneas de productos basadas en las plantas tintóreas que se encuentran en este momento al alcance de las artesanas.
- Se desarrollan nuevos productos con inspiración en relatos del territorio: “La piel del Pescado Curito”, un plato gastronómico muy típico de la región.
- Se logran desarrollar prototipos basados en los nuevos diseños de las líneas de producto 2020 y de la reedición en cambio de color y formatos de los diseños de la vigencia 2018.
- Se realiza curaduría de productos y se genera un plan de producción para la feria Expoartesano en Medellín, logrando desarrollar en los tiempos establecidos los productos solicitados. Se evidencia en el desarrollo de esta producción una



problemática en cuando a las medidas y los formatos, ya que al realizar la producción cada una de las artesanas aisladas en sus casas, realizan el proceso de tintes naturales de manera individualizada.

- Se seleccionan 5 referencias de Mardue para Colección Nacional 2020 y se envían en los tiempos solicitados, logrando cumplir con la producción en cuanto a medidas y color por cada una de las referencias asignadas.
- Se logra realizar la producción para Expoartesanías de acuerdo al cronograma establecido.

- **Diseño y Desarrollo de Producto**

Concepto: “La piel del Pescado Curito”

Se realiza la reedición de dos líneas de productos desarrolladas en vigencias de anteriores, dónde se generan nuevos formatos y paleta de color.

Se desarrollan nuevos productos con inspiración en relatos del territorio: “La piel del Pescado Curito”, un plato gastronómico muy típico de la región. A partir de este concepto se desarrolla la línea de platos de moriche. Basados en la paleta de color y las franjas de los productos de reedición, se realiza una segunda línea de productos de porta cazuelas.



- **Producción y participación comercial:**

Se realiza curaduría y construcción del plan de producción para la participación en y las ferias virtuales: Expoartesano y Expoartesanías 2020. Así mismo, se le expone a la artesana líder las características y requerimientos de producto para las condiciones comerciales en escenarios digitales de comercialización. A partir de los diseños propuestos de la colección 2020 se realizó una compra para Colección Nacional de 5 referencias para un total de \$1.325.000.



- Fortalecimiento Productivo:**

Según el autodiagnóstico inicial para el grupo de MARDUE se proyectó una asistencia técnica y mejoramiento de oficio mediante la compra de MORICHE. Así mismo, se apoya con la implementación de un kit de bioseguridad el cual fue gestionado por medio del programa de cooperación internacional de la entidad, el cual es el siguiente:

Año 2020	
Ítems	Valor
Materia Prima en zona	\$ 2.004.000
Kit de Bioseguridad	1 kit.
TOTAL	\$ 2.004.000

Esta actividad fue establecida en el plan de mejora previamente elaborado conjuntamente entre el componente de diseño, social y la comunidad, a partir del Diagnóstico de calidad del oficio artesanal.

- Concepto final del componente de diseño:**

En el proceso de asesoramiento al grupo artesanal MARDUE, se evidencia que los artesanos aún deben fortalecer sus productos en diferentes áreas del componente de diseño para que la oferta artesanal sea mucho más competitiva. Por tal motivo se sugiere, que puedan continuar recibiendo asesoría puntual.



5.2.5. VILLA MARÍA

5.2.5.1. Componente Socio organizativo

Villa María es un grupo artesanal ubicado en el municipio de Mitú, Vaupés, en el Gran Resguardo del Vaupés. Conforman una asociación llamada AVIMAQ y realizan cestos en guaruma, bejuco de yaré y de guacamayo. Debido al aislamiento preventivo y a que son un grupo pluriétnico, los artesanos en su mayoría se encuentran adentrados en sus comunidades. Además, Vaupés ha sido un departamento que ha tomado medidas restrictivas de circulación en su interior, lo que ha hecho que los artesanos estén incomunicados. Solo hay un joven de la comunidad que se encuentra en el casco urbano de Mitú y que en algunos momentos viaja hasta Villa María. Él se ha convertido en el único puente de comunicación, a quien se le hacen las asesorías, se le entrega el material pedagógico para que cuando pueda ir a la comunidad, transmita el fortalecimiento a todo el grupo.

• ACTIVIDADES REALIZADAS

FECHAS DE ACTIVIDADES	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
19/08/2020	-Autodiagnóstico inicial -Higiene y cuidado en comunidad	2
08/09/2020	- Manejo de emociones - Liderazgo y solidaridad	2
NUMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD		4

• LOGROS

- Empoderamiento de los jóvenes en la comunidad: el hecho que Cristián sea el único con quien se puede establecer comunicación y que tenga la responsabilidad de transmitir la información al grupo artesanal, ha hecho que se empodere su liderazgo y sea beneficioso para los procesos organizativos, puesto que ha demostrado ser una persona que representa favorablemente el grupo. Sin embargo, por los escasos momentos en que se logra generar comunicación con él, ha sido difícil el avance de otros logros organizativos con el grupo.

• RECOMENDACIONES PARA ATENCIÓN EN PRÓXIMAS VIGENCIAS

La atención a este grupo es indispensable realizarla de forma presencial, puesto que la comunicación es bastante difícil y, al ser una comunidad pluriétnica los artesanos se encuentran dispersos. Por fortalecer con este grupo, se encuentra: la reorganización en los liderazgos y la representación artesanal, con compromisos y responsabilidades conjuntas.



Además, es importante hacer un proceso de rendición de cuentas y veeduría comunitaria. Por último, consolidar metas y objetivos comunes para crear el plan de vida artesanal.

5.2.5.2. Componente Comercial

Se acompañó al grupo con la búsqueda de oportunidades comerciales postulándolos a las diferentes ferias virtuales que se implementaron por la coyuntura del COVID_19, en la vigencia 2020 se asesoró al grupo en temas como: 1) Actualización de catálogo comercial con ajuste en dimensiones y precios. 2) Seguimiento a negocios facilitados.



Ilustración 101-Componente comercial

En este último trimestre se dio toda la preparación, producción y logística para la participación en las ferias virtuales, Expoartesano 2020, Expoartesánias y el Marketplace de ADEC, el hijo del líder artesano ,Cristian Rodríguez –(quien es nuestro interlocutor , pues se encuentra en Mitú la gran parte del tiempo)-queda satisfecho con el apoyo y el seguimiento que se le dio; el grupo identificó sus debilidades, pero también sus fortalezas y ya con este panorama será más fácil seguir postulándose a ferias virtuales.

En este grupo en particular tuvimos problemas de comunicación, pero se lograron sacar adelante las actividades propuestas.

- **Logros:**
 - Se generaron oportunidades comerciales para el grupo por la presentación de su catálogo de producto previa identificación de clientes potenciales.
 - Postulación para la participación en las ferias virtuales del Marketplace de ADC y Expoartesánias.
 - Apropiación en la logística de participación de ferias virtuales, que llegaron para quedarse.
- **Resultados:**
 - Catálogo de producto actualizado corte diciembre.
- **Participación en eventos comerciales virtuales:**



- Expoartesánías 2020
- Marketplace ADC 2020
- Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$2.249.000
- Apoyo de compra ADC: \$ 1.220.000
- Ventas generadas en Expoartesano: \$ 2.115.000
- Ventas generadas en Expoartesánías: \$3.430.000
- Total ventas generadas: \$7.794.000

5.2.5.3. Componente de Diseño

- **Contexto y situaciones identificadas:**

Para este año se plantea una atención puntual para el grupo de Villa María, enfocado principalmente a desarrollo de producto. Es importante resaltar la dificultad en comunicación con el grupo artesanal, actualmente tenemos contacto solo con 3 artesanos que están ubicados en la cabecera municipal. Se realizó el autodiagnóstico para identificar qué puntos se pueden enfocar en las asesorías del presente año:

- Fortalecimiento en calidad y estandarización
- Exploración técnica
- Desarrollo gráfico
- Acabados y terminaciones: Tintes

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
6	3	2	7	3

- **Asesorías:**

- Seguimiento a planes de producción para pedidos.
- Autodiagnóstico y estado actual del grupo artesanal
- Identidad en el producto Artesanal
- Construcción del concepto
- Exploración técnica: Mezclas de color
- Acompañamiento postulación, planes de producción y seguimiento a la producción feria Marketplace 2020
- Presentación de la guía y desarrollo de prototipos.
- Acompañamiento a costeo de productos nuevos.
- Plan de producción Expo artesano, Expo artesánías y Market place y seguimiento de la producción
- Proyección y seguimiento de compra Colección “Orgullo Étnico”



- **Logros:**
 - Se logro encontrar un factor diferencial a partir de la exploración técnica que nos arrojó variaciones de color
 - Se identifico que la forma del balay se puede varias a partir de matrices
 - Se lograron desarrollar 2 líneas de producto de las cuales se logró el desarrollo en prototipo de uno de los productos.
 - Se logro mantener activo el grupo a pesar de las fallas de la comunicación, se han generado dinámicas y acuerdos para darle continuidad a las asesorías.
 - Se desarrollaron prototipos que permitieron las correcciones pertinentes y la evaluación en precios y competitividad en el mercado.
 - Se logro el desarrollo de 10 referencias para la participación en la primera versión virtual de Expoartesanías 2020.
 - Se logro producir 3 referencias y 12 cantidades para compra directa con Artesanías de Colombia.
 - Se logro realizar el registro fotográfico de los prototipos producidos.
- **Diseño y desarrollo de producto:**

CONCEPTO: “EL ORIGEN- EL GÜIO”

“En los tiempos de nuestra creación estás figuras era la espalda de nuestra canoa ue era el “güio o la Anaconda”. Y por medio de nuestras creencias nuestros antepasados plasmaban estás figuras en sus artes jeroglífico, Y mediante estos hechos de la creación actualmente cada tribu tiene las formas cómo narrar sus historias. En los cubeos yuremaba cómo nos hacemos llamar este diseño nos significa la canoa de nuestro transporte, que bien nos trajo hasta la cachivera de waracapuri. " Santa Cruz"

El concepto se proyectó bajo el texto anterior haciendo uso de la simbología que acompaña esta historia y la exploración técnica en color. Se realizo un ejercicio de documentación de los agentes tintóreos y sus diferentes comportamientos según sus mezclas. Se percibió variaciones mínimas, más sin embargo se pidió repetir unas muestras. Se tomaron fotos para crear el catálogo de color.

Para la exploración técnica, se realizó un prototipo en baja, para revisar si se podía modificar la forma del balay, con el fin de poder generar nuevos formatos.



Ilustración 102_prototipos



• **Producción y participación comercial:**

Para el grupo artesanal Avimaq se proyectó su participación en la Feria Artesanal Marketplace 2020 y Expoartesánias 2020. Para la postulación a la Feria Artesanal Marketplace 2020 se trabajó en el catálogo de producto y tuvieron acompañamiento durante las curadurías tanto del programa de Etnias como el programa de Ferias y Eventos, donde salieron favorecidos. Se desarrollo un plan de producción basándose en la capacidad de actual del grupo con una proyección en ventas de \$8.030.000



Dada la posibilidad que se presentó de tener participación en expo artesano se decidió llevar parte de lo que sentía previsto para el Market Place, con el fin de generar mayor oportunidad y aprovechar la venta de comercialización. En la feria se evidencio que los balais siguen siendo un producto apetecido y competitivo aun es estas nuevas plataformas comerciales.



Ilustración 103-Participación Expoartesano



Ilustración 104-Participación Expoartesánias 2020



Siguiendo los resultados en Expoartesano 2020, para la feria de Expoartesánías 2020 se espera un fuerte en ventas con este producto que ha tenido una gran acogida en los últimos años, se manejaron 3 formatos específicamente: 15cm, 30cm y 50cm.

COMPRA COLECCIÓN “ORGULLO ÉTNICO”



- **Acciones complementarias:**

En los meses de marzo y abril el grupo estuvo respondiendo a 2 pedidos los cuales se le realizó seguimiento a la producción, corrección y entrega.



Ilustración 105- Productos artesanales Villa Maria

- **Concepto final del componente de Diseño**

El balay es uno del producto de mayor acogida a nivel comercial en el último año, en el ámbito técnico es un producto con estandarización en calidad. Los productos elaborados en bejuco Yare, quedan pendientes para evaluación a nivel comercial, ya que la producción no fue la esperada para poder realizar un diagnóstico concreto. Es evidente que la comunicación fue la principal causa de los problemas en producción. Es importante generar inicialmente un dialogo con la comunidad para genera un canal más fuerte de comunicación y así poder garantizar la continuidad en el programa.



5.2.6. ARTESANÍAS BLAS

5.2.6.1 Componente Socio Organizativo

Artesanías Blas es un grupo artesanal ubicado en el municipio de San Onofre, Sucre. Su líder, Blas Blanco, tiene una gran trayectoria artesanal y de liderazgo, puesto que en vigencias anteriores lideraba el grupo artesanal Ardehigue. Debido a los procesos de formalización no compartidos con los artesanos y la no rendición de cuentas, tuvo algunos inconvenientes y decidió no seguir con Ardehigue. Así, conformó otro grupo artesanal reducido, con 7 artesanos quienes también realizan tallaje en madera. En esta vigencia, se lograron articular como grupo, creando acuerdos para transformar la materia prima, construir los diseños de la vigencia, responder a la producción para ferias comerciales virtuales, sobrellevar las diferentes situaciones derivadas de la pandemia y el aislamiento. Por ser un grupo conformado recientemente y tener un líder experimentado en el sector artesanal, él es quién asume todas las responsabilidades de gestión. Artesanías Blas no ha conformado acuerdos artesanales sobre roles y compromisos de gestión, no han creado metas y objetivos comunes, tampoco tienen procesos de transmisión de saberes.

- **ACTIVIDADES REALIZADAS**

FECHAS DE ACTIVIDADES	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
11/09/2020	-Autodiagnóstico inicial -Higiene y cuidado en comunidad -Liderazgo y solidaridad -Manejo de emociones	4
NÚMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD		4

- **LOGROS**

Generar actividades de reflexión en el grupo artesanal, que les permitiesen compartir colectivamente emociones y sentimientos en el año, además de socializar las expectativas de la producción para las ferias. También, en este espacio pudieron comunicar sus percepciones sobre la “estandarización de la producción”, identificando que la madera no es viable estandarizarla, lo que representa la esencia de sus piezas artesanales.

5.2.6.2 Componente Comercial

Las asesorías virtuales acompañando al grupo artesanal, se enfocaron principalmente en desarrollar la capacidad de afrontar las nuevas formas de comercialización concentrándonos en el costeo de sus productos y en la logística de participación en las nuevas vitrinas comerciales a las que se enfrenten debido a la coyuntura del COVID-19, en la vigencia 2020 se asesoró al grupo en temas como: 1) Reconocimiento de fortalezas y



debilidades comerciales por parte de cada miembro del grupo. 2) Fijación de precios justos teniendo en cuenta el proceso de costeo de producto, con el uso de la guía de costos y precios.

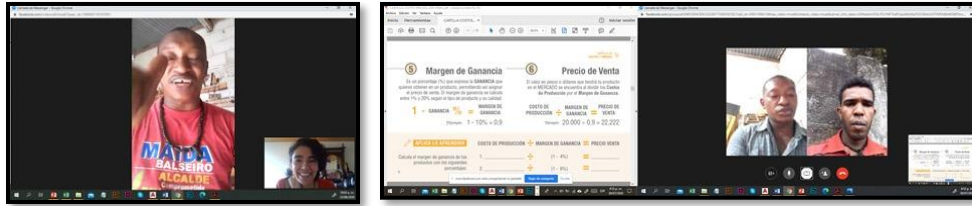


Ilustración 106- Asesorías virtuales comerciales

En este último trimestre se dio toda la preparación , producción y logística para la participación en Expoartesanías digital , una de las dos plataformas en las que el grupo participó este periodo, Blas como representante vio este, como un año de retos, en el que les tocó a todos aprender de la virtualidad y con el apoyo de los más jóvenes de la comunidad ir empapándose poco a poco del manejo de está; en el autodiagnóstico observaron una mejoría de sus habilidades y esperan seguir fortaleciendo en adelante.

- **Logros:**

- Postulación de participación feria virtual Marketplace ADC y Expoartesanías
- Identificación de precios de materia prima e insumos para elaboración de productos.
- Fortalecimiento de las habilidades de los artesanos para fijación de precios justos.
- Costeo de prototipos.
- Apropiación en la logística de participación de ferias virtuales, que llegaron para quedarse.

- **Resultados:**

- Autodiagnóstico comercial inicial y final.
- Costeo de prototipos
- Catálogo de producto actualizado corte diciembre 2020.
- Fortalecimiento en el discurso de ventas.

- **Participación en eventos comerciales virtuales:**

- Expoartesanías 2020
- Marketplace 2020
- Apoyo de compra ADC: \$ 1.307.500
- Ventas generadas en Expoartesanías: \$985.000
- Ventas generadas en Marketplace: Al corte del presente informe, no se ha realizado el evento. Es necesario destacar que la feria se realizará la última semana del mes de diciembre.
- Total ventas generadas: \$985.000



5.2.6.3 Componente de Diseño:

- Contexto y situaciones identificadas:**

El grupo de Artesanías Blas ha trabajado en diferentes ocasiones con algunos programas de Artesanías de Colombia, siendo este su primer año en el programa de Etnias, para esta ocasión se planteó realizar un acompañamiento puntual en desarrollo de producto. Inicialmente se realizó un autodiagnóstico donde se identificó que es necesario diversificar el catálogo de productos y consolidarlo bajo las líneas más comerciales.

- Fortalecimiento en calidad y estandarización
- Exploración técnica
- Diversificación del producto artesanal

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de producto aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
12	7	2	4	2

- Asesorías:**

- Levantamiento de requerimientos en materias primas para el fortalecimiento del proceso artesanal.
- Autodiagnóstico y estado actual del grupo artesanal
- Autodiagnóstico y estado actual del grupo artesanal
- Identidad en el producto Artesanal
- Construcción del concepto
- Acompañamiento postulación, planes de producción y seguimiento a la producción feria Marketplace 2020
- Presentación de la guía y desarrollo de prototipos.
- Costeo del producto artesanal colección 2020
- Desarrollo de Imagen Gráfica.
- Plan de producción Expo artesanías 2020 y seguimiento de la producción
- Proyección y seguimiento de compra Colección “Orgullo Étnico”

- Logros:**

- Se logro consolidar la línea de contenedores a partir de las nuevas propuestas colección 2020
- Se rescató la forma del pilón original para resaltar la identidad del producto
- Se revisó los precios y los procesos productivos a partir de la estandarización de la oferta ya consolidada
- Participación en la feria Marketplace 2020



- Se ha generado espacios dedicados al oficio con madera que ha permitido realizar intercambio de conocimiento entre 3 grupos artesanales y mejorar mutuamente sus procesos productivos
- Se desarrollaron prototipos que permitieron las correcciones pertinentes y la evaluación en precios y competitividad en el mercado.
- Se logro el desarrollo de 8 referencias para la participación en la primera versión virtual de Expoartesanías 2020.
- Se logro producir 2 referencias y 8 cantidades para compra directa con Artesanías de Colombia.
- Se logro realizar el registro fotográfico de los prototipos producidos.



Ilustración 107-Resultados de asesorías virtuales

- **Diseño y desarrollo de producto:**

CONCEPTO: “LAS ALAS DE LOS ANCESTROS”

Las mariposas son abundantes en el territorio y existen creencia entre la conexión de las mariposas con sus ancestros. Las mariposas anuncian buenos tiempos , entre más grande y colorida los tiempos venideros serán más prósperos. Las mariposas son sus ancestros que los acompañan y los cuidan con sus visitas.

Se desarrollo la definición de formatos, y se revisaron las líneas de productos que funcionan actualmente. Se realizo curaduría de producto mediante imágenes enviadas por la comunidad.



Ilustración 108- Líneas de producto



Para este año se tiene proyectado para el grupo de Artesanías Blas, fortalecimiento en materia prima y se ha realizado un seguimiento y levantamiento de la información.

• **Fortalecimiento Productivo:**

Según el autodiagnóstico inicial para el taller artesanal Artesanías Blas Blanco se proyectó un fortalecimiento en Materia prima:

Año 2020	
Ítems	Valor
Materia Prima	\$ 2.004.330
TOTAL	\$ 2.004.330

Adicional al fortalecimiento productivo ya mencionado desde el convenio gestionado con el programa de cooperación internacional gestionado por la entidad se entrega un apoyo en la implementación de un Kit de Bioseguridad.

Año 2020 – Cooperación internacional	
Ítems	Cantidad
Kit de Bioseguridad	1 kit

• **Producción y participación comercial:**

Para el grupo Artesanías Blas se proyectó su participación en la Feria Artesanal Marketplace 2020 y Expoartesánias 2020. Para la postulación a la feria se trabajó en el catálogo de producto y tuvieron acompañamiento durante las curadurías tanto del programa de Etnias como el programa de Ferias y Eventos, donde salieron favorecidos. Se desarrollo un plan de producción basándose en la capacidad de actual del grupo con una proyección en ventas de \$5.050.000

Dados los cambios de fechas en el desarrollo de las ferias se realizó una gestión de la producción del Market place y se fusionó con la propuesta que se presentó a Expo artesánias 2020.



Ilustración 109-Resultados Expoartesánias 2020



Ilustración 110- COMPRA COLECCIÓN “ORGULLO ÉTNICO”

• **Concepto final del componente de Diseño**

El grupo Artesanal Blas, demostró un alto interés en diversificar su oferta a nivel de diseño alcanzo lo proyectado, más sin embargo es necesario revisar la calidad de los productos y los procesos y tiempos de fabricación, especialmente los tiempos de secado en la madera. Es un grupo con buen potencial para realizar una atención más integral, mas, sin embargo, es primordial que antes de seguir realizando acciones en diseño, la participación del grupo en su totalidad sea más evidente.

5.2.7. HAJSU

5.2.7.1. Componente Socio Organizativo

La Fundación Hilando y Tejiendo Sueños está conformada por 20 artesanas pertenecientes al Pueblo Pastos, ubicadas en el municipio Cuaspud, Nariño. Debido a que llevan aproximadamente 6 años de fortalecimiento artesanal por parte de Artesanías de Colombia y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, tienen un gran nivel técnico, productivo y comercial. Sus artesanas se caracterizan por una gran dedicación en el aprendizaje y la creación artesanal, lo que ha posicionado a Hajsú a nivel nacional e internacional. Sin embargo, a nivel organizativo la líder es quien realiza todas las gestiones y labores, por lo cual se contempló la necesidad de atención en esta vigencia, para lograr hacer un proceso de transmisión de saberes en el liderazgo y que otras personas puedan empoderarse y apropiarse de las actividades organizativas.

• **ACTIVIDADES REALIZADAS**

FECHAS DE ACTIVIDADES	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
18/08/2020	- Organización de temáticas para transmisión de Saberes	2



	- Creación de Plan de Trabajo para Transmisión de saberes	
25/08/2020	-Higiene y cuidado personal - Liderazgo y Solidaridad	2
28/08/2020	- Manejo de emociones	1
09/09/2020	-Fortalecimiento organizativo orientado a la transmisión del liderazgo	1
15/09/2020	-Plan de inversión de transmisión de saberes	1
17/09/2020	-Evidencias de ejecución del recurso de Transmisión de saberes -Distribución del reconocimiento por transmisión de saberes	2
17/11/2020	Taller levantamiento de Testimonios - Compartiendo nuestras similitudes - Qué nos hace diferentes y únicos	2
17/11/2020	Conversatorio Cartilla Simbología de Los Pastos	1
NÚMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD		13

- **LOGROS:**

- Organización de cronograma artesanal para ferias: debido al posicionamiento comercial que tiene Hajsú, en este segundo semestre ha tenido varios negocios y también estará en Expoartesano y Expoartesánías. Eso requirió que el grupo artesanal pudiese organizar cronograma, tiempo de tejido, compromisos y la delegación de gestiones, para poder responder a esos compromisos.
- Transmisión del liderazgo: Flor Embaucan, líder del grupo, estuvo en embarazo. Por esta situación, fue necesario realizar una transmisión de todos sus saberes como líder y representante artesana, así delegar las gestiones que realiza con la Fundación. Las artesanas escogieron a 2 personas que se distribuyeron las labores y han estado encargadas de representar el grupo en las ferias comerciales virtuales. En el último mes, Flor ha retomado las gestiones como líder, delegando actividades y responsabilidades en estas dos personas mencionadas.
- Transmisión de saberes orientado a técnicas tradicionales: Hajsú es un grupo que siempre quiere aprender y mejorar sus artesanías, por lo cual también destinaron parte del rubro de transmisión de saberes para recibir talleres sobre Guanga y Telar Vertical, con maestros artesanos de la comunidad, y construir ellas mismas los paños sobre los que tejen. Estos talleres les permitieron a las artesanas aprender a hacer prendas, como lo son los paños, que antes compraban e intervenían con sus tejidos.



- Testimonio: este testimonio servirá para la difusión de las piezas artesanales por medio de la campaña “No hay otra igual” en el marco de Expo Artesanías. Con Flor se logró que compartiera lo importante que es la sacralidad en la elaboración de las prendas, por ejemplo la técnica de los amarres que se ha heredado desde las y los ancestros.
- Carácter diferenciador: La autenticidad. Para las artesanas de Hajsú Tejer no es solo tejer, no tejen al azar. Al tejer están generando un diálogo con el origen, esa es la importancia de lo que hacen. Sus piezas llevan consigo sacralidad. No es hacer por hacer. Se basan en su origen para poder diseñar y poder hacer sus productos.

- **RECOMENDACIONES PARA ATENCIÓN EN VIGENCIAS FUTURAS**

El nivel artesanal de Hajsú está muy avanzado y desde el programa no se cuenta con posibilidades adicionales de acompañamiento. Una opción podría ser que este grupo pudiese apadrinar a otros grupos artesanales que se encuentran en el proceso de fortalecimiento artesanal, orientarlos hacia la autogestión, liderazgo, organización comercial y diseño.

5.2.7.2. Componente de Comunicaciones

Es un grupo que ya lleva varias vigencias con el proyecto, su producto, redes de comercialización y contacto son robustas. Desde comunicaciones ha recibido asesorías y este año por su dificultad de producción se han concentrado los esfuerzos en fortalecer las redes sociales para visibilizar al grupo y generar contactos a nivel nacional e internacional.

Este grupo es uno a los que se les asignó un rubro de reconocimiento desde el componente de comunicaciones por la consecución de testimonios audiovisuales para sus propias redes sociales y la difusión que desde la entidad hacemos con ellos.

No sólo se han realizado asesorías virtuales, sino que se han levantado algunos testimonios para la gestión free press y postulación de convocatorias.

- **Gestión Free Press:**
 - Testimonio en Redes Sociales #ArtesanoEstamosContigo en las redes sociales institucionales de Artesanías de Colombia.
 - Canal 13



Ilustración 111- Gestión Free press



• **Asesorías Virtuales: 6**

Asesorías Comunicaciones						
Grupos Artesanal	Total Asesorías	Fecha Asesoría	Tipo de Asesoría			Tema de la Asesoría
			Integral	Puntual	Testimonios	
Hajsú	6	22 mayo	x			Estrategia de comunicación
		19 junio	x			Estrategia de comunicación II
		23 junio	x			Ejes de contenido
		8 julio	x			Parrilla de contenidos
		25 julio	x			Matriz del Plan de acción
		13 agosto				x

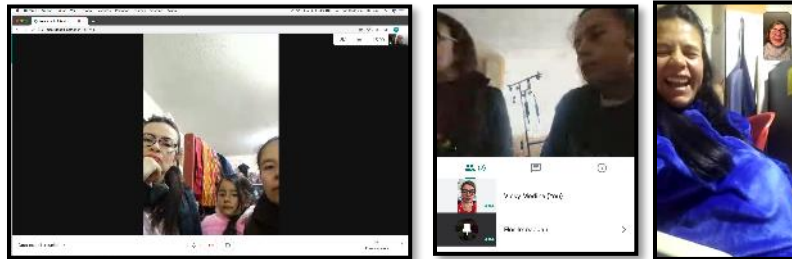


Ilustración 112- asesorías virtuales con Hajsú

• **Contenidos talleres:**

Estrategia de comunicación “Tenerla Clara” y módulo introductorio “Redes Sociales”.

Con la nueva diseñadora que está tomando el papel de líder mientras el embarazo de Flor Imbacuán se realizó la matriz de comunicación digital y se hizo énfasis en los referentes de redes sociales de los competidores directos e indirectos, así como en el mensaje y los ejes temáticos que se van a plasmar en las distintas publicaciones y contenidos.

• **Avances en Redes Sociales:**

Ya tenían redes sociales, pero se hizo un diagnóstico y replanteamiento de las mismas:

- Cambio de su cuenta de Instagram normal a una cuenta empresarial.
- Se pasó su WhatsApp personal a una cuenta de WhatsApp Business
- Se les hizo una asesoría de compra de celular como herramienta principal para tomar sus fotos de producto y manejo de sus redes sociales.
- Actualización de la descripción en la BIO.
- Generación de link que lleve inmediatamente al WhatsApp con mensaje automático.
- Elaboración de las Historias Destacadas.
- Apertura de cuenta en Canva
- Diseño de plantillas para la herramienta Canva con una línea gráfica definida y una paleta de color propia, inspirada en su logo.

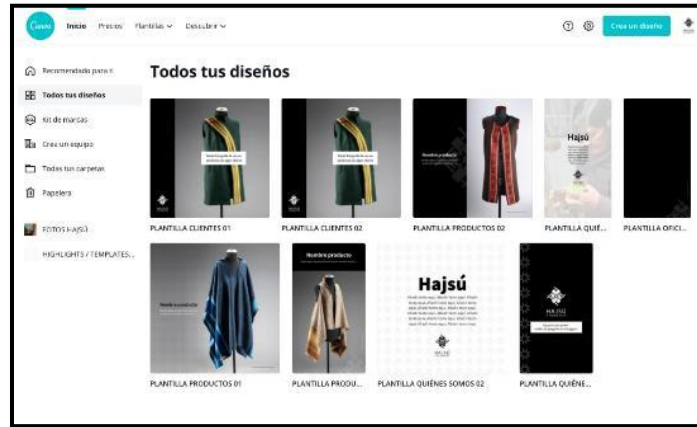


Ilustración 113-Redes sociales Hajsú

- **Proyección:**
 - Poder vincular una tienda virtual tanto a Instagram como a Facebook.
 - Testimonio para campaña “No hay otro igual”, en el marco de Expoartesanas.

5.2.8. ARTE ZENÚ:

5.2.8.1. Componente Socio Organizativo:

Arte Zenú es un grupo artesanal compuesto por 35 artesanas, indígenas Zenú, ubicadas en el municipio de San Antonio de Palmito, Sucre; en el resguardo indígena de San Andrés de Sotavento. Es un grupo artesanal caracterizado por representar a la comunidad y el legado ancestral a través del tejido en caña flecha, en cual lleva en sí los procesos de transmisión de saberes que han tenido las artesanas desde su infancia. Sus casas son el espacio en el que los mayores se han dedicado a la enseñanza de pintas, símbolos, cantos y técnicas artesanales, por lo cual, el aislamiento preventivo ha hecho que las artesanas vuelvan a compartir en su hogar los procesos de tejido, a transmitirlos a las nuevas generaciones. Sin embargo, esto hizo que en la primera mitad del año tuviesen innumerables productos tejidos sin espacios de comercialización, aspecto que desmotivó al grupo que tuvo una situación económica muy difícil en medio de la pandemia. Por esa razón, la posibilidad de participar en las ferias comerciales virtuales ha sido la forma de retomar los sueños como grupo artesanal y reactivar el tejido como forma de sustento económico.

• ACTIVIDADES REALIZADAS

FECHAS DE ACTIVIDADES	DE ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
10/09/2020	-Presentación del programa -Organización de cronograma artesanal	2



17/09/2020	-Creación del Plan de trabajo de Transmisión de saberes	1
04/11/2020	-Liderazgo y Solidaridad -Manejo de emociones	2
NÚMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD		5

LOGROS

- Cronograma artesanal: Con la posibilidad de comercializar producción en esta contingencia nacional, las artesanas organizaron sus tiempos de tejido, de encuentro y de aprendizaje para poder cumplir con los requerimientos de las ferias comerciales virtuales. Han sido propositivas frente a la estandarización de la producción, creando alternativas para tinturar, trenzar y hacer las bases de los productos.
- Transmisión de saberes orientada a la producción: por el trabajo dedicado en el que se encuentran, orientado a ferias comerciales, los talleres de transmisión de saberes se orientaron a reforzar conocimientos y técnicas de tejido que no poseen todas las artesanas, para poder mejorar la producción en tiempo y calidad.
- Liderazgo y solidaridad: Arte Zenú acogió a diversas artesanas de la comunidad que no hacían parte del grupo pero que, ante la pandemia, solo vieron como opción económica el tejido. Al organizarse para las ferias virtuales, estas personas también se apropiaron del proceso organizativo del grupo, lo que se convirtió en una forma de transmisión de saberes grupales y artesanales.
- Manejo de emociones: esta actividad se realizó posterior a las arduas jornadas de producción para ferias, con las expectativas de los resultados que estas pueden tener. Fue importante que las artesanas, luego de la presión, ansiedad, las situaciones que tuvieron que sortear en el año, dedicaran un momento de reflexión para sí mismas en el que identificaron las emociones que están viviendo. Con ello, el grupo pudo dialogar al respecto y también consolidarse de esta manera, como una red de apoyo.

RECOMENDACIONES PARA ATENCIÓN EN PRÓXIMAS VIGENCIAS

Arte Zenú es un grupo que tiene un liderazgo muy sólido, pero cuando Diana delega u otras artesanas asumen la representación, el grupo decae. Por lo anterior, es necesario que: Diana pueda retroalimentar al grupo con sus habilidades y conocimientos sobre liderazgo; también, que las artesanas puedan encontrar y destacar sus talentos y fortalezas, para que desde ellas asuman responsabilidades organizativas; con lo anterior, que el grupo se consolide mediante la distribución de labores.

5.2.8.2. Componente Comercial:

Durante el mes de septiembre, se realizó una asesoría con el grupo artesanal Arte zenú con el propósito de realizar una actualización a los precios de los productos con los que el



grupo participará en Expoartesánías 2020. Así mismo, se prestó acompañamiento técnico para la definición de las referencias más comerciales del grupo.

Logro:

- El grupo definió la estrategia de producción para participar en Expoartesánías 2020.

Resultados:

- Plan de producción Expoartesánías 2020 con precios actualizados.

Participación en eventos comerciales virtuales:

- Expoartesánías 2020

Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$0

Apoyo de compra ADC: \$ 360.000

Ventas generadas en Expoartesánías: \$1.310.000

Total ventas generadas: \$1.310.000

5.2.9. IPARU:

5.2.9.1. Componente socio Organizativo

Es un grupo artesanal Wayúu, compuesto por 19 artesanas que viven en el sur de La Guajira, más exactamente en el municipio de Barrancas. Se ha caracterizado por tener un rescate cultural asociado al territorio y a las características particulares que comparten los departamentos de Cesar y La Guajira, en torno al desierto, la montaña, el acceso al agua y el color de la tierra. Su líder es Deyaneth Ipuana, quien se ha encargado de todas las labores organizativas, por lo que uno de los retos es poder hacer una adecuada distribución de roles en el grupo artesanal, para que varias artesanas se empoderen de la gestión de este.

Actualmente, a razón de las dificultades económicas del grupo, varias artesanas se fueron a trabajar en jornales a la Sierra Nevada de Santa Marta. Sin embargo, la posibilidad de comercializar productos en ferias comerciales virtuales ha hecho que el grupo vuelva a articularse y a organizar sus tiempos de tejido para responder a los requisitos específicos de las ferias.

• ACTIVIDADES REALIZADAS

FECHAS DE ASESORÍAS	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
02/07/2020 03/07/2020 08/07/2020	-Construcción del video para convocatoria de MinCultura Comparte lo de Somos - Postulación a la convocatoria Comparte lo que Somos	2



18/08/2020 11/09/2020 14/09/2020	- Organización de temáticas para transmisión de saberes - Plan de trabajo para transmisión de saberes - Organización de maestras artesanas	3
27/08/2020	- Envío de material pedagógico de Higiene y cuidado en comunidad - Envío de material pedagógico de Liderazgo y Solidaridad	2
13/10/2020	-Plan de inversión y organización de evidencias de transmisión de saberes	1
05/11/2020	-Manejo de emociones	1
NÚMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD		12

- **LOGROS**

- Comparte lo que somos: el grupo artesanal se puso el propósito de participar y ganar el reconocimiento en la convocatoria de MinCultura Comparte lo que Somos. Trabajaron juiciosas construyendo el hilo argumentativo, posteriormente el video lo grabaron varias veces, acogiendo las indicaciones para su realización, y también buscaron exaltar las creaciones artesanales hechas en la pandemia.
- Transmisión de saberes: retomar la transmisión de saberes en el grupo ha hecho que las artesanas organicen cronogramas de trabajo artesanal, que se articulen como grupo y retomen las actividades artesanales como formas de rescate cultural y sustento económico.
- Manejo de emociones: fue una actividad que realizaron las artesanas, luego de todo el arduo trabajo que implicó la producción para ferias virtuales. Lograron compartir el material pedagógico con la mayoría de artesanas del grupo, para realizar un momento de reflexión conjunta que les permitiese revisar los aprendizajes y situaciones vividas a lo largo del año.

- **RECOMENDACIONES PARA ATENCIÓN EN PRÓXIMAS VIGENCIAS**

El grupo Iparu tiene varios aspectos interesantes a nivel organizativo, que derivan de posibilidades de acompañamiento artesanal. Un elemento a destacar es el liderazgo de Deyaneth y es importante reconocer otros talentos y fortalezas en el grupo para que puedan distribuirse las gestiones organizativas. También, el grupo debe identificar cuál es esa forma de organización con la que se siente mejor para consolidarse, trabajando colectivamente en todos los aspectos que demanda el oficio artesanal.

Con lo anterior, se muestra la necesidad de construir metas y objetivos comunes, que les permitan crear un plan de vida artesanal.



5.3.0. ASOARCHI:

5.3.0.1. Componente Socio Organizativo:

El grupo artesanal Asoarchi (Asociación de Artesanos de Chimichagua) está ubicado en el municipio de Chimichagua en el departamento del Cesar. Este grupo cuenta con 17 artesanos dedicados al oficio de la preparación, tinturado y tejeduría en palma estera. Su cultura tiene raíces en la ascendencia afrocolombiana y también en la cultura indígena de los Malibú, gente anfibia por naturaleza que sabía utilizar todos los regalos de las ciénagas. El trabajo con la palma estera es integral, desde su recolección, corte, preparado, lavado, tinturado y finalmente tejido mediante telares y es un conocimiento que ha viajado de generación en generación y que el grupo de artesanos de Asoarchi ha venido rescatando para su pervivencia en el tiempo.



Ilustración 114-Ilustración 74-Artesanas participando de taller mientras tejen en telar

El grupo ha sido beneficiario del programa de economías propias de etnias desde hace dos años durante los cuales han participado en diversos eventos feriales logrando posicionarse poco a poco. Así mismo han logrado tener un buen producto con procesos de mejoramiento de calidad, sostenibilidad ambiental, innovación y transmisión de saberes, permitiéndoles posicionarse como microempresa con un reconocimiento a nivel local, regional y nacional gracias a su participación en ferias en todo el país.

- **Retos:** El grupo posee varios retos detectados durante este año 2020, el primero es la sobre carga de la líder artesana Juana de Dios, quien es la encargada de todas las labores dentro del grupo. Es necesario que se deleguen responsabilidades, sin embargo, debido a la pandemia y la cuarentena que obliga al uso de la virtualidad, las personas del grupo están dispuestas a asumir este tipo de responsabilidades. Adicionalmente la líder Juana está manejando gran presión debido a las ferias virtuales en las que participará el grupo y las ventas no han visto recompensados los esfuerzos.

La situación se complejiza debido a la situación de salud de la lideresa Juana, quien debe desplazarse de Chimichagua a Cúcuta a realizarse una serie de exámenes dejando al grupo trabajando sin su orientación. No existe un relevo en el liderazgo y esto ha causado retraso en la entrega de los documentos solicitados en las asesorías y en el envío de los prototipos. Las hijas de Juana han sorteado la situación ayudando en los envíos, pero los tiempos de respuesta del grupo son demasiado prolongados y hay que insistir para que se cumplan los requerimientos.

También se observa que no hay un correcto proceso de obtención y compra de la materia prima de la palma, puesto que se debe recurrir a lugares lejanos donde se corta y luego se



procesa para su tinturado con el barro, y en este proceso no todos los artesanos del grupo participan.

FECHAS DE ASESORÍA	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
20-08- 2020	Socialización del apoyo en asesoría puntual del programa y firma de acta de participación y levantamiento de línea base	1
27-08-2020	Transmisión de saberes	1
22-09-2020	Transmisión de saberes seguimiento	1
20-10-2020	Seguimiento estado de salud de la lideresa, entrega de plan de inversión de rubro de transmisión de saberes, cobro del reconocimiento del ministerio de cultura y actualización de base de datos.	1
NÚMERO TOTAL DE TALLERES EN LA COMUNIDAD		4

- **Logros y aspectos destacables**

El grupo ha avanzado desde las primeras vigencias, ya se observa organización en la producción y constancia en el trabajo que se ve reflejado, por ejemplo, en la construcción de telares para el grupo. Gracias a su esfuerzo actualmente se ha consolidado como un grupo con un excelente producto, único dentro de los demás, con buen desarrollo de ideas y capacidad de producción. Gracias a su participación en ferias durante estos dos años han logrado posicionar el producto y la marca. Adicionalmente se han unido más personas al grupo mejorando la capacidad para atender pedidos.

- **Identidad:** El grupo Asoarchi ha construido su identidad con los retazos de las culturas que los han influenciado, enorgullecidos por la herencia de las tierras anfibias que les otorgan la materia prima necesaria para la fabricación de sus esteras. Es de resaltar el trabajo que ha hecho el grupo por elaborar un buen discurso de ventas partiendo de los elementos culturales y productivos que poseen y los hacen únicos. Esto se ha reforzado durante las asesorías puntuales puesto que se ha evidenciado la ardua tarea de extracción de la materia prima que ha estado invisibilizada para los clientes pero que puede ser uno de los elementos



cruciales en el fortalecimiento de la imagen comercial y de la identidad en general del grupo.

- **Transmisión de saberes:** Es necesario continuar y reforzar la transmisión de saberes en cuanto al procesamiento de la palma y especialmente el tinturado. Los talleres de transmisión de saberes estuvieron encaminados a afianzar durante estos meses los conocimientos que tiene el grupo al respecto. Aprovechando el incentivo de TS otorgado para el grupo, se eligió una maestra que pudiera compartir estos saberes ya que muy pocas personas del grupo son capaces de lograr un proceso de tinturado completo y de buena calidad. Uno de los logros ha sido la vinculación de jóvenes y niñas al proceso de transmisión asegurando que el oficio no se perderá cuando las mayores del grupo ya no estén presentes. Se ha venido creando la conciencia de la necesidad de conservar este oficio tan especial, además que ofrece una muy buena alternativa de negocio para mejorar los ingresos familiares en la zona donde no son comunes las opciones de trabajo para las mujeres fuera del núcleo familiar.
- **Apropiación y manejo de las TICS:** el grupo artesanal no estaba familiarizado con los medios audiovisuales ni con el manejo de la mensajería electrónica. Durante esta contingencia del 2020 tanto la líder Juana como otras personas jóvenes del grupo han hecho el esfuerzo de aprender a comunicarse aprovechando la virtualidad, utilizando la facilidad de enviar archivos, fotografías, documentos, etc., por medio del celular. Algunas personas han aprendido a grabar videos de buena calidad donde han estado documentando el proceso de extracción y transformación de la palma. esta apropiación de la tecnología seguramente les traiga beneficios posteriores para ventas y comunicación con clientes.
- **Gestión:** El grupo artesanal hizo el ejercicio de presentarse a la convocatoria “comparte lo que somos” del ministerio de cultura, tomándose el trabajo de grabar y documentar la experiencia artesanal desde la voz de las mujeres. Gracias a su dedicación fueron ganadoras de este estímulo económico que fue destinado para transporte y consecución de materia prima en los momentos en los que más lo necesitaban. Esta fue una experiencia gratificante para el grupo, especialmente para Juana y sus hijas quienes pusieron toda su dedicación en esta oportunidad. Fue una prueba de que el grupo está en capacidad de gestionar sus propios recursos cuando deje de ser beneficiado por el programa de artesanías de Colombia y constituye un primer impulso para seguir gestionando y buscando oportunidades.
- **Recomendaciones para trabajar con la comunidad en próximas vigencias:**
Es necesario reforzar el tema de la división de responsabilidades ya que este año se vio claramente la sobrecarga de tareas de la líder Juana. Es muy importante para el funcionamiento del grupo tener varias personas encargadas de las telecomunicaciones en especial para el manejo de la comercialización y atención al cliente, se recomienda continuar con este proceso de empoderamiento.



Especialmente porque Juana está atravesando por un momento con falencias de salud y necesita ayuda.

- El tema de la materia prima también es algo que se puede trabajar ya que la comunidad no tiene asegurada su consecución y son pocas las personas que están en capacidad de conseguirla y transformarla. Se hace necesario hacer talleres de transmisión de saberes para poder asegurar que este conocimiento no se perderá por falta de relevo generacional.

5.3.0.2. Componente Comercial:

En el último trimestre se ha acompañado al grupo con la revisión y asesoría de costos y precios actualizando la información en el catálogo para la postulación al espacio comercial de Market Place identificando con el equipo de diseño diferentes referencias de producto con fácil rotación.

De igual forma, se acompañó la postulación del grupo a la convocatoria “Comparte lo que somos” por medio de la inscripción y construcción de un video que contará la historia del grupo y la importancia de los roles de liderazgo entre las artesanas rescatando las actividades de transmisión de saberes resaltando la importancia del proceso artesanal en su territorio, en contexto con el Covid19, el grupo salió beneficiado de la postulación y se acompañó la creación del perfil en la billetera virtual Daviplata donde los organizadores realizarían la transferencia del estímulo económico de la convocatoria.

Durante el mes de septiembre, se realizó acompañamiento técnico para la presentación de una cotización comercial solicitada por la reconocida marca de ropa Arkitect, la cual requería 2 paneles en palma estera para la reapertura de sus tiendas. Este negocio fue cerrado por valor de \$1.060.000.

Igualmente, se acompañó al grupo en el proceso de cotización de 100 esteras para un cliente en Bogotá. Esta propuesta comercial fue enviada al área de compras de la entidad para su respectivo envío a la marca interesada. Actualmente se encuentra en proceso de revisión.

- **Logros:**
 - Inscripción de participación feria virtual Marketplace
 - Revisión de estructura de costos, ajuste de precios y dimensiones de producto en el catálogo.
- **Resultados:**
 - Actualización catalogo corte mes de Julio
 - Inscripción a la feria Marketplace ADC
 - Video a postulación “comparte lo que somos”

Participación en eventos comerciales virtuales:

- Feria Market Place
- Expoartesanías 2020



- Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$ 1.890.000
- Apoyo de compra ADC: \$1.985.000
- Ventas generadas en Expoartesanías: \$680.000
- Ventas generadas en Marketplace: Al corte del presente informe, no se ha realizado el evento. Es necesario destacar que la feria se realizará la última semana del mes de diciembre.
- Total ventas generadas: \$2.570.000

5.3.1. DAH FIWI

5.3.1.1. Componente Socio Organizativo:

El grupo artesanal Dah Fiwi se encuentra ubicado en el archipiélago de San Andrés islas, está compuesto por 10 artesanas, algunas de ellas trabajan con el grupo desde el año 2018. En ese año se consolidó el grupo para recibir la atención del programa Economías Propias. Anteriormente, en la isla se habían realizado acciones con Artesanías de Colombia en otros programas durante las cuales se afianzó la técnica del papel maché. Sin embargo, no se había logrado consolidar un grupo de artesanos. Otra de las técnicas que se manejan en la isla es el oficio de la transformación del Wild Pine, una fibra propia con la que se elaboran tejidos. A pesar de que algunas artesanas manejan bien esta técnica artesanal de tejido, casi toda su producción se centra en el papel maché, en ese sentido se espera que se fortalezca el oficio luego de las asesorías del programa ya que se hizo énfasis en la particularidad de esta técnica como muestra de un oficio autóctono de los raizales.



Algunas de las artesanas que hacen parte del grupo se consideran a sí mismas como raizales, con todos los rasgos culturales característicos de este grupo como la lengua Creole. Los diseños que se usan actualmente provienen de una alegoría a la exuberante naturaleza terrestre y marina de las islas ya que fue nombrada Reserva de la Biosfera.

Retos: Los retos más importantes para el grupo se enmarcan en el fortalecimiento organizativo. El grupo aún no se encuentra cohesionado. Desde la vigencia pasada se habían notado grandes disputas entre dos líderes del grupo quienes han tenido la oportunidad de ser gestoras ante el programa, sin embargo ahora se indaga al respecto y no han realizado rendición de cuentas ante el grupo. Otro tema delicado es la entrega de materia prima, maquinaria y herramientas, ya que no se tiene certeza de su manejo a nivel grupal.



Otro de los retos que tiene el grupo es la transmisión de saberes con miras al relevo generacional ya que la mayor parte del grupo está compuesto por mujeres de la tercera edad que ven en la artesanía una fuente adicional de ingresos. Se han unido al grupo personas jóvenes, como Giovanni, que han aportado conocimientos y habilidades en telecomunicaciones y redes que han sido de gran ayuda para el grupo. Sin embargo, se hace necesario analizar la proyección del grupo en un futuro convocando a nuevas personas jóvenes que quieran hacer parte y aprender el oficio.

Otro gran reto que ha afrontado el grupo ha sido la disputa generada por parte de las pintoras del grupo, quienes han solicitado un pago de derechos de autor por algunos diseños de las piezas lo que ha ocasionado divisiones internas. Se hace necesario pedir asesoría por parte de los abogados de la entidad para ayudar a aclarar el tema y se invita a las artesanas a participar de las charlas de propiedad intelectual que imparte ADC con miras a solucionar estos conflictos. Este evento puede afectar la visión colectiva dentro del grupo e inclusive hace pensar que se tiene que fortalecer más este aspecto por medio de talleres o conversatorios.

Otro reto que surgió del levantamiento de testimonios fue la dificultad que tuvo el grupo en el proceso de estandarización. Como se menciona al inicio de este informe Dah Fiwi está ubicado en la Reserva de la Biosfera de Sn Andrés, los colores en sus artesanías plasman esa riqueza biocultural, los colores que quedan plasmados en las piezas son igual de únicos que los colores que nacen del paisaje de San Andrés, por esa razón el proceso de estandarizar los colores fue complicado y presentó un reto importante para las artesanas de Dah Fiwi.

FECHAS DE ASESORÍA	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
05-2020	Socialización de programa y firma de acta de participación	1
18-08-2020	Liderazgo y solidaridad	1
28-08-2020	Transmisión de saberes	1
22-09-2020	Fortalecimiento organizativo	2
13-10-2020 - 20-10-2020	Taller de propiedad intelectual	2
07-11-2020	Taller levantamiento de testimonios - ¿Qué piensas de la producción en serie? - Relatos sobre el proceso de estandarización	3



	- Testimonio: qué hace único nuestro trabajo artesanal	
02/12/2020	Encuentro de Saberes: Pensando en Colectivo	1
NÚMERO TOTAL DE TALLERES EN LA COMUNIDAD		11

- **Logros y aspectos destacables**

El grupo ha presentado algunos avances durante esta vigencia, ya que a través de las ferias han fortalecido la confianza en sus productos y los alcances que puede tener si se hace con buena calidad. Se ha avanzado también en materia organizativa. El grupo a inicios de año había tomado la decisión de asociarse e ir avanzando en la creación de unos estatutos y la conformación de la junta directiva. Sin embargo, la pausa que otorgó la cuarentena ha hecho que se replanteen muchos temas organizativos.

Durante el proceso de estandarización se lograron unificar los colores, de esta forma las artesanas se han facilitado la producción de las piezas al mismo tiempo que su trabajo presenta más uniformidad pero sin perder su esencia.

- **Identidad:** Se ha avanzado bastante en la consolidación de una identidad del producto, la marca y la cultura isleña, mostrando los tesoros que poseen por ser Reserva de la Biosfera, adaptando hermosas figuras de la biodiversidad isleña a sus productos, que se caracterizan por estar llenos de colores y figuras representativas de la riqueza biocultural de San Andrés. Se conectan de esta forma las piezas artesanales con las características fundamentales de la cultura raizal. Hace falta el afianzamiento de la técnica del wild pine que puede ser un oficio que aporta más a la identidad del grupo. Sin embargo, el grupo no ha decidido dedicarle esfuerzos constantes.
- **-Fortalecimiento organizativo:** Durante los talleres de este año se pudo notar la disputa latente entre las dos lideresas anteriores, razón por la cual se incentivó a postular un nuevo liderazgo alterno que quitara protagonismo a la disputa y ayudara a exaltar el trabajo en grupo y la conciliación. Afortunadamente esa labor la cumple Mitzie la nueva líder artesana junto con un nuevo equipo de personas que se han mostrado muy dispuestos a trabajar en pro del grupo. Se ha dado una pausa a la conformación de la junta directiva y de los nuevos estatutos pues se teme por la cohesión del grupo y se sospecha que se puede fragmentar.
- **-Comunicación y resolución de conflictos:** Han sido necesarias varias reuniones para aclarar el tema del relevo en el liderazgo, la comunicación asertiva y la importancia de la transparencia en el manejo de los recursos. No fue fácil llegar a acuerdos frente a algunas cuestiones como la maquinaria y herramientas y tampoco





acerca del derecho de autor de las pinturas, a pesar de que se ha trabajado la importancia de todos y cada uno de los pasos de la cadena productiva.

- Se desarrollaron actividades con el grupo artesanal para incentivar la transparencia en el manejo de los recursos y la necesidad de rendir cuentas, para lo cual fue necesario redactar cartas dirigidas a las anteriores líderes artesanas en las que se hacía la solicitud de rendición de cuentas tanto al grupo artesanal como a la entidad ADC de toda la herramienta, maquinaria y dinero de materia prima que se ha entregado en el transcurso de estos 3 años de apoyo. Con esto se logró que la nueva líder Mitzie pudiera tener cuentas claras sobre los fondos comunes que recibe y se pueden hacer nuevos acuerdos frente al uso colectivo de las herramientas.
- **Transmisión de saberes:** Durante esta vigencia el grupo artesanal pudo iniciar los talleres de transmisión a pesar de la pandemia que en la isla trajo fuertes medidas restrictivas como toque de queda desde las 4 pm. En pequeños grupos se desarrollaron jornadas de transmisión de las técnicas de pintura ya que es la falencia que identificó el grupo como prioritaria. Muchas mujeres fabricaban las piezas y las dejaban listas para la pintura, Aurea y Cecilia maestras artistas eran quienes hacían los terminados. Sin embargo, debido a las diferencias ocasionadas por el tema de los derechos de autor sobre los diseños, las mujeres manifestaron necesidad de tener más personas en capacidad de pintar y darle los acabados necesarios a las piezas.
- **Manejo de las Tics:** el grupo ha tenido un gran avance este año ya que Giovanni, nuevo miembro del grupo, se ha hecho cargo de las redes sociales y está dispuesto a ayudar. Este año muchas de las mujeres también aprendieron a hacer uso de las herramientas como zoom, meet, y las videoconferencias o llamadas grupales, algo totalmente nuevo para ellas. Esto se vio fortalecido por el recurso de comunicaciones, se invirtió en la compra de un equipo celular para todo el grupo que pudiera estar al servicio de la comunicación con los clientes y la toma de videos y fotografías.
- **Recomendaciones para trabajar en próximas vigencias:**
El grupo artesanal Dah Fiwi Maché se encuentra en un período crítico a nivel organizativo en el cual muchas de las artesanas aún no han tomado la decisión de seguir haciendo parte del grupo a la hora de que se formalice. Se tiene la proyección de redactar unos nuevos estatutos de forma participativa y de conformar una junta directiva por postulación y votación para que todas las artesanas tengan la oportunidad de participar de este gran paso. Se están re pensando los cargos así que se recomendaría seguir apoyando el tema organizativo.

De igual manera es necesario seguir trabajando con el tema de la transmisión de saberes en acabados y pintura ya que es una de las debilidades del grupo, así como



se recomienda no dejar atrás el trabajo con el wild pine que es una fibra tan versátil y de crecimiento endémico lo cual le aporta un carácter único e irrepetible a las piezas que se tejen con él.

5.3.1.3. Componente Comercial

Al corte del presente informe, se han realizado 2 asesorías con el grupo artesanal Dah Fiwi Maché. En la primera asesoría realizada en el mes de agosto se realizó el autodiagnóstico comercial para identificar las brechas en términos de mercadeo, comercialización y emprendimiento. Así mismo, se inició la actualización de precios del catálogo de productos 2020. Sin embargo, se evidencia que el grupo tiene debilidades organizativas producto de la falta de comunicación entre las líderes del grupo y especialmente la rotación de las artesanas que lo integran.

Es necesario resaltar que el grupo posee alto potencial de crecimiento, sin embargo, aún poseen fuertes problemas organizativos que impiden su avance. También se evidencia que no hay un proceso de rendición de cuentas entre las artesanas sobre los recursos que han llegado al grupo durante su participación en el programa desde el año 2018.

Durante el mes de septiembre, se llevó a cabo la asesoría de costos y precios para las referencias con las que el grupo participará en Expoartesano 2020. Cabe resaltar que se ha realizado acompañamiento técnico para el proceso de postulación a dicha feria. Así mismo, para los meses de octubre y noviembre el grupo participó en la 1ra versión digital de Expoartesano obteniendo resultados positivos; sumado a esto, se realizó un ejercicio de actualización de costos y precios de la oferta de productos del grupo.

- **Logros:**
 - El grupo reconoció sus fortalezas y debilidades en la comercialización de productos
 - Las artesanas identificaron las ventajas e importancia de establecer canales de comercialización virtuales para vender sus productos durante este año.

- **Resultados:**
 - Autodiagnóstico comercial
 - Actualización del catálogo de productos
 - Inscripción participación feria virtual Expoartesano 2020
 - Inscripción participación feria virtual Expoartesánías 2020

- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Expoartesano 2020
 - Expoartesánías 2020
 - Ventas generadas y/o negocios facilitados: \$0
 - Apoyo de compra ADC: \$ 550.000
 - Ventas generadas en Expoartesano: \$760.000



- Ventas generadas en Expoartesanías: \$500.000
- Total ventas generadas: \$1.260.000

5.3.1.4. Componente de Diseño

- **Contexto y situaciones identificadas:**

El grupo artesanal de Dah Fiwi Maché se ha venido consolidando después del fortalecimiento realizado por el programa Etnias en la vigencia anterior. El oficio de trabajos en papel se encuentra conformado por un grupo 16 de artesanas; dentro del proceso de elaboración de productos han mantenido la línea de imanes y móviles decorativos, además han seguido desarrollando la línea de bowls que se desarrollaron en el 2018. Las integrantes más antiguas del grupo se encuentran formando nuevas artesanas para fortalecer y consolidar más el grupo.

Para este año se plantea una atención puntual para el grupo de Dah Fiwi, se inició con una autoevaluación en donde se evidenció que el nivel técnico de la carta pesta, el papel maché y la pintura no es una actividad que realicen por igual todas las artesanas. Por lo tanto, se hace necesario dividir planes de producción de acuerdo a las habilidades de cada una y realizar transmisión de saberes en cuanto a pintura y acabados.

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de productos aprobadas	# de eventos comerciales feriales en los que participa
13	15	0	0	2



Ilustración 115-Artesanas Comunidad Dah Fiwi

- **Asesorías realizadas**

- Autodiagnóstico.
- Levantamiento de Inventario.
- Fotografía y Seguimiento Actividades.
- Análisis de producto desarrollados.
- Recomendaciones para futuras producciones – Ferias Virtuales 2020.



- Etapas para desarrollo de producto.
- Plan de Producción Expoartesano.
- Seguimiento Producción Expoartesano.
- Diferenciación en arte, artesanía y manualidad.
- Plan de Producción Expoartesánías.
- Seguimiento Producción Expoartesánías.
- Seguimiento y envío Expoartesánías.
- Seguimiento y envío piezas adicionales para completar el plan de producción de Expoartesánías.

- **Logros**

- Se levantó el inventario del grupo identificando las referencias y los costos de los productos disponibles.
- Se logra realizar una asesoría en fotografía y se les comparte material pedagógico para que puedan desarrollar una toma de fotos a todos los productos que actualmente tienen en stock.
- Se realiza un levantamiento de inventario y resultado de esta actividad, se les desarrolla una presentación donde se les da a conocer las recomendaciones para mejorar sus piezas, como, por ejemplo, mantener trazos, paleta de color, proporciones en dibujo en una misma referencia. Agrupando los productos por familias.
- Se les comparte las dinámicas actuales en eventos feriales frente al comercio electrónico.
- Se evidencia que dentro del grupo no tienen claro cuándo es un diseño propiedad intelectual colectiva y cuándo es individual, de esta forma se logra invitar al grupo Dah Fiwi a una Charla de Propiedad Intelectual de Artesanías de Colombia y la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Se consigue realizar una charla de la diferenciación entre arte y artesanía, ya que existe una confusión de estos términos dentro de algunos de los miembros de Dah Fiwi.
- Se logra realizar la producción de acuerdo a lo establecido en cuanto al manejo de referencias y estandarización de medidas, formatos y color, además de la calidad y el tipo de trazos en los acabados para unificar la producción.
- Se comparte el plan de producción de Expoartesano y se logra que la comunidad cumpla con los lineamientos y los tiempos de producción para el envío de las piezas a Medellín.



- Se comparte el plan de producción de Expoartesanías y se logra que el grupo Dah Fiwi desarrolle las piezas y sean enviadas en el cronograma establecido por el equipo de ferias y el equipo comercial del proyecto Etnias.

- **Producción y participación comercial:**

Se realiza curaduría y construcción del plan de producción para la participación en las ferias virtuales: Expoartesano y Expoartesanías 2020. Así mismo, se le expone a la artesana líder las características y requerimientos de producto para las condiciones comerciales en escenarios digitales de comercialización, desarrollando ambos planes de producción teniendo en cuenta lo más fiel posible los requisitos presentados en cuanto a medidas, color y acabados.

- **Fortalecimiento Productivo:**

Se proyectó una asistencia técnica y mejoramiento de oficio mediante la implementación de insumos, para el fortalecimiento productivo, el cual es el siguiente:

Año 2020	
Ítems	Valor
Insumos	\$ 2.160.000
TOTAL	\$ 2.160.000

Esta actividad fue establecida en el plan de mejora previamente elaborado conjuntamente entre el componente de diseño, social y la comunidad, a partir del Diagnóstico de calidad del oficio artesanal.

- **Concepto final del componente de diseño:**

En el proceso de asesoramiento al grupo artesanal DAH FIWI, se evidencia que los artesanos deben fortalecerse como grupo, ya que poseen diferencias entre algunos miembros y esto, se ve reflejado en el resultado de algunas de las actividades propuestas. Así mismo, al cierre de esta vigencia se evidencia que los recursos que se han gestionado en años anteriores no han sido administrados de la manera correcta, y lo más grave aún, no se han beneficiado equitativamente a todos los miembros con estos beneficios. Por tal motivo se sugiere, que no se continúe enviando apoyos y recibiendo asesoría puntual, hasta no contar con un grupo consolidado a nivel socio organizativo.

5.3.1.4. Componente de comunicaciones:

- 3 asesorías
- Recuperación de su cuenta en Instagram

La atención a este grupo ha estado muy articulada con los otros componentes desde que en un principio el primer contacto fue una reunión conjunta con todos los componentes y la totalidad del grupo en el que se aclararon los alcances del acompañamiento por parte de la



entidad y se realizó un nuevo nombramiento para el líder. Comunicaciones como los demás explicó el alcance de sus asesorías y los animó a escoger un representante con habilidades en tecnología y comunicaciones que fuera el encargado y quien recibiría las asesorías por parte del componente. La elección se inclinó por el único hombre, Giovanni.

Posterior a ese primer contacto se han realizado dos asesorías más en las que se rescató su cuenta de Instagram y una segunda en la que se realizó un análisis del tipo de contenido que se subiría a sus redes sociales de acuerdo a sus objetivos y sueños como grupo.

Además, al ser este grupo otro de los elegidos para la asignación del rubro de comunicaciones por testimonios se está preparando dos videos que estén relacionados con su identidad y valor de la artesanía por su carácter único. Este último video entrará a hacer parte de los videos de la campaña “no hay otro igual”. El grupo también decidió que el monto que se les entregará lo invertirán en un celular para el grupo en el que tendrán un WhatsApp propio, el repositorio de imágenes y videos para sus redes sociales.

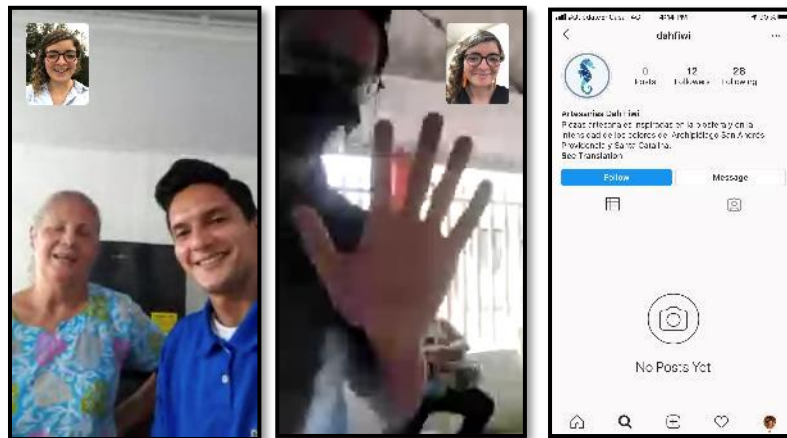


Ilustración 116- Asesorías virtuales de Comunicaciones

5.3.2. IDA- BARRIO MATEO

5.3.2.1. Componente Socio Organizativo:

IDA – Barrio Mateo es un grupo artesanal de 27 artesanas, pertenecientes a los Pueblos Sikuni, Piapoco, Curripaco y Sáliba, que viven en Vichada. Tejen canastos, mochilas y centros de mesa en fibra moriche y palma cumare. A razón de la pandemia, cada una se aisló en su comunidad. En Puerto Carreño, con la posibilidad de comunicación, solo se encuentran 4 artesanos, con quienes se está trabajando en esta vigencia. Es un grupo artesanal liderado por docentes que trabajan en los internados de los resguardos indígenas, especialmente Rosa Castañeda es una docente que tiene la posibilidad de salir de su casa pese a la contingencia nacional y llegar hasta los resguardos del Vichada, entregando los alimentos de los programas de alimentación escolar. Esto hace que tenga la posibilidad de entablar conversación con algunos artesanos y organizar la producción artesanal para



comercializar con clientes y en Expoartesanías. Además, es la líder que se ha convertido en el puente de comunicación para las asesorías.

1. ACTIVIDADES REALIZADAS

FECHAS DE ACTIVIDADES	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
11/07/20	- Presentación del programa - Autodiagnóstico inicial - Manejo de emociones con enfoque diferencial - Rescate cultural	4
28/07/20	- Rescate cultural y simbología orientada a la artesanía	1
31/08/20	- Seguimiento a tareas de rescate cultural - Fortalecimiento organizativo	2
04/09/20	- Rescate cultural desde los colores - Cronograma de trabajo - Creación de acuerdos para manejo del recurso de materia prima	3
10/09/20	- Higiene y cuidado en comunidad - Manejo de emociones	2
25/11/2020	-Liderazgo y solidaridad	1
NÚMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD		13

Ha sido difícil fortalecer organizativamente al grupo cuando más del 80% de las artesanas están en aisladas en sus comunidades con remotas posibilidades de comunicación y todavía más cuando es un grupo pluriétnico. Además, las líderes con quienes nos hemos podido comunicar no han tenido una respuesta efectiva al acompañamiento que desde los tres componentes se ha intentado realizar. Lo que se ha logrado avanzar es:

- **Rescate cultural desde los colores:** crear una simbología que unifique 4 pueblos étnicos es un reto para los componentes social y diseño, aún más realizando acompañamiento en la virtualidad. La propuesta para ello fue hacer un rescate cultural desde los significados de los colores y sus procesos de tinturado, y que sean los colores quienes cuenten esas historias pluriétnicas del grupo. Fue un gran ejercicio porque comparten conocimientos etnobotánicos, en relación con la sanación y la protección de las comunidades.
- **Reconocer el valor del oficio artesanal:** Las líderes comentan que los artesanos estaban desmotivados con el conocimiento y el oficio artesanal, puesto que no tiene apoyo a nivel departamental y no es valorado por las comunidades. Sin embargo, después del fortalecimiento en 2019 y la participación en Expoartesanías 2019, la



valoración artesanal se transformó y en esta vigencia se ha empezado a considerar como una oportunidad económica y de subsistencia. Además, se han reconocido los saberes tradicionales que lleva en sí.

- **Transmisión de saberes:** a razón de la valoración artesanal, varias personas en Puerto Carreño han querido que sus niños aprendan el oficio. Es así que las artesanas que están en la ciudad han abierto las puertas de sus casas para enseñarles a los niños cómo tejer en moriche y cumare.
- **RECOMENDACIONES PARA ATENCIÓN EN PRÓXIMAS VIGENCIAS**

Es muy difícil generar un fortalecimiento efectivo con este grupo artesanal estando en la virtualidad. Al ser un grupo pluriétnico y estar dispersos en el Resguardo Caño Guaripá, la información y las asesorías no les llegan a los artesanos, sumado a que la comunicación es muy difícil. Además, para el proceso de consolidar conceptos, formas de trabajo, comunicación y objetivos con 5 etnias al tiempo, es necesario realizarlo de forma presencial.

En un grupo que requiere gran acompañamiento para fortalecer su actividad artesanal: identificar las formas de liderazgos; consolidar metas y objetivos comunes; identificar gestiones, responsabilidades y distribuirlas en el grupo; mejorar las formas de comunicación; construir procesos de transmisión de saberes entre los diferentes pueblos; y con todo lo anterior, construir un plan de vida artesanal.

5.3.2.2. Componente Comercial:

En la primera asesoría con el grupo se reunieron los 3 componentes que dieron el acompañamiento puntual (social ,diseño y comercial), llegando a un diagnóstico inicial, el cual se apoyó con el elaborado por cada uno en 2019; las asesorías virtuales acompañando al grupo artesanal, se enfocaron principalmente en identificar, por parte de sus miembros, las fortalezas y debilidades a nivel comercial, inventario de producto existente, y apoyo en la postulación para la participación en nuevas vitrinas comerciales, en la vigencia 2020 asesoró al grupo en temas como: : 1) Reconocimiento del estado del grupo a nivel comercial por cada miembro 2) Levantamiento de productos en existencia para revisión y curaduría. 3) Participación comercial en ferias virtuales.



Ilustración 117- Autodiagnóstico inicial Comercial



En este último trimestre se dio toda la preparación , producción y logística para la participación en Expoartesánías digital , con este grupo la comunicación fue muy difícil por la actual coyuntura y también por no manejar el mismo lenguaje, nuestra interlocutora hija (la Profe Rosa) de la artesana Líder, no siempre estaba disponible pues trabaja en un colegio de internado, igualmente se hizo todo el seguimiento y apoyo posible, y se notó una mejoría en la percepción del grupo ante sus habilidades comerciales.

- **Logros:**
 - Postulación de participación feria virtual de Expoartesánías
- **Resultados:**
 - Autodiagnóstico comercial final e inicial.
 - Inventario de productos en existencia.
- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Expoartesánías 2020
 - Ventas generadas en Expoartesánías: \$321.000
 - Total, ventas generadas: \$321.000

5.3.2.3. Componente de Diseño:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

Barrio Mateo es un grupo pluriétnico, sus integrantes hacen parte de las etnias: Sikuni, Amorua y Piapoco. Para la vigencia 2020 se plantea una atención puntual para la comunidad, donde se proyectó un fortalecimiento técnico en herramientas y construcción de inventario. Su oficio principal es la tejeduría en moriche y la talla en madera. Debido a la contingencia sanitaria producida del COVID-19 los integrantes del grupo IDA se encuentran aislados en sus casas que, dentro del territorio, se encuentran a grandes distancias y la gran mayoría de ellos, no tienen acceso a celular o a señal de internet. Lo que ha dificultó considerablemente la producción en serie de este grupo, ya que la artesana líder asignaba material y lineamientos, y después de un tiempo recogía la producción desarrollada, lo que dificultó realizar un acompañamiento mucho más cercano y preciso.

Asesorías	Beneficiarios	# Líneas de producto aprobadas	#referencias de productocomerciales aprobadas	# de eventos feriales en los que participa
7	24	0	0	1



- **Asesorías realizadas**

- Levantamiento de requerimientos en herramientas y materias primas.
- Asesoría en Fotografía
- Inventario Productos Stock.
- Recomendaciones para futuras producciones.
- Plan de producción Expoartesanías.
- Seguimiento producción Expoartesanías.
- Seguimiento y envío producción Expoartesanías.

- **Logros**

- Se logró realizar un levantamiento de los requerimientos en herramientas y materias primas.
- Se realiza una reunión con la artesana líder junto a todos los componentes para hacer un diagnóstico preliminar y organizar un cronograma de atención.
- Se desarrolla el levantamiento del inventario de productos en stock. En esta asesoría se evidencia la necesidad de estandarizar simbología y formatos por referencias.
- Se hacen recomendaciones a la artesana líder y, junto a la asesora comercial se realiza la propuesta de plan de producción para la participación a Expoartesanías. Se hace énfasis en los formatos a emplear, simbología, paleta de color, unidades por referencia y se hace un costeo de productos.
- Se logra que el grupo pueda desarrollar las piezas del plan de producción propuesto para Expoartesanías, pese a los obstáculos de distanciamiento de los artesanos y la falta de comunicación de los mismos debido a la lejanía de sus hogares y al poco acceso a internet o comunicación a través del celular.

- **Producción y participación comercial:**

Se realiza curaduría, construcción del plan de producción y desarrollo del mismo, para la participación en la feria virtual: Expoartesanías 2020. Así mismo, se le expone a la artesana líder las características y requerimientos de producto para las condiciones comerciales en escenarios digitales de comercialización.





- **Fortalecimiento Productivo:**

Se realizó un apoyo en implementación de materia prima en zona con el objetivo de fortalecer el proceso productivo del grupo. Esta implementación fue la siguiente:

Año 2020	
Ítems	Valor
Materia Prima en zona	\$ 2.000.000
TOTAL	\$ 2.000.000

De igual manera se apoyó con la implementación de un kit de bioseguridad el cual fue gestionado por medio del programa de cooperación internacional de la entidad:

Año 2020	
Ítems	Valor
Kit de Bioseguridad	1 kit

- **Concepto final del componente de diseño:**

El grupo artesanal IDA es un grupo que por la situación actual de la pandemia han tenido que trabajar desde la distancia, ya que sus hogares están muy alejados entre sí y fue un gran reto poder cumplir con los compromisos. Se hace evidente en este proceso, que se debe trabajar fuertemente en fijar formatos y dimensiones por cada uno de los productos elaborados. Así como generar moldes que permitan generar unidad en el grupo, para que puedan seguir con el reto de trabajar desde la distancia, si ese fuese un futuro panorama. Para ello es importante, que la artesana líder se comprometa a ser más constante en la comunicación con el equipo asesor. Por tal motivo se sugiere, que puedan continuar recibiendo asesoría puntual.

5.3.3. JAIPONO:

5.3.3.1. Componente Comercial

Para el mes de julio y septiembre se acompañó al grupo en la postulación a la feria virtual “Colombia crea talento” en el marco de jóvenes emprendedores entre 18 y 28 años, apoyando el proceso de inscripción y creación de un video con lineamientos que contarán la trayectoria del grupo artesanal incluyendo los beneficiarios, su historia, y los tipos de producto que elaboran, el grupo salió beneficiario y participo de la feria por medio de un perfil creado en la plataforma MercadoLibre donde se asesoró al artesano para la carga de imágenes de producto, actualización de precios teniendo en cuenta la comisión de la plataforma y los gastos de envío.



Ilustración 118-Video promocional para plataforma Mercado Libre

- **Logros:**
 - Acompañamiento con el grupo para la postulación a un espacio comercial virtual como “Colombia crea talento”
- **Resultados:**
 - Inscripción en la feria “Colombia crea talento” y en la plataforma MercadoLibre.
- **Participación en eventos comerciales virtuales:**
 - Expoartesanías 2020
- **Apoyo de compra ADC: \$985.000**

5.3.3.2. Componente de Comunicaciones:

- 3 asesorías

Con el grupo artesanal se han adelantado desde el componente asesorías puntuales debido a que este es uno de los grupos con mayor solidez en el ámbito de las comunicaciones y a uno de los que se le ha apoyado más en esta área, por tanto, es clave no dejar perder el contacto y seguir fortaleciéndolos.

En esta medida se pensó que este fuese uno de los grupos a los que se les asignó un rubro de reconocimiento desde el componente de comunicaciones por la consecución de testimonios audiovisuales para sus propias redes sociales y la difusión que desde la entidad hacemos con ellos, pero además se está proyectando un taller dictado por su líder que tiene unas habilidades en herramientas de comunicación y manejo de las redes sociales muy consolidado.

Durante las tres asesorías que se han realizado se ha fortalecido el tema de su estrategia de comunicación y el manejo de la herramienta canva para construcción de contenidos para las redes sociales, además de ir preparando su charla y unos videos sobre la identidad y el carácter único de los productos artesanales.

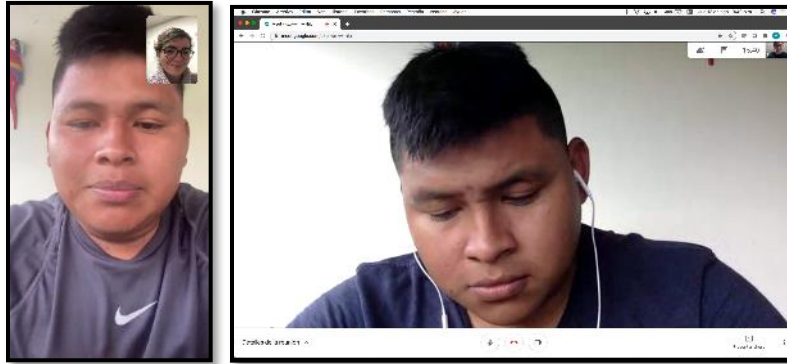


Ilustración 119- asesorías virtuales en Comunicaciones

5.3.4. PUEBLO NUKAK:

5.3.4.1. Componente Socio Organizativo:

Akubadaura es una fundación de juristas que ha trabajado con el Pueblo Nukak y actualmente tienen un proyecto conjunto con la Organización Internacional de Migraciones, para acompañar los procesos de retorno de dicho pueblo hacia el resguardo Nukak Maku.

En el desarrollo del proyecto, tienen una parte correspondiente al acompañamiento artesanal de varias comunidades, razón por la cual desde el 2019 se han generado algunos espacios conjuntos con el equipo técnico del programa de Etnias de Artesanías de Colombia, en los cuales se ha dialogado sobre las posibilidades de fortalecimiento artesanal teniendo en cuenta las dinámicas de los Nukak.

Es importante exponer que el Pueblo Nukak es seminómada, dependiendo de las condiciones climáticas, de intercambio en los cascos urbanos de San José del Guaviare y El Retorno, del conflicto armado y la relación con los campesinos colonos, circulan por el Guaviare y los diferentes asentamientos que han creado en sus municipios. Sin embargo, cuando se indicó a todas las comunidades étnicas el aislamiento preventivo por la pandemia, los territorios de los Nukak estaban incendiados, por lo que tuvieron que ubicarse en asentamientos intermedios cercanos a los cascos urbanos. Ante esta contingencia, tuvieron apoyos alimentarios por parte de Unidad de Víctimas, pero las posibilidades de acompañamiento en otros aspectos han sido aún más limitadas.

Desde el mes de julio de 2020, desde el programa de Etnias hemos tenido algunas reuniones virtuales con dos profesionales de Akubadaura, con el interés de conocer cómo se encuentra el Pueblo Nukak y analizar la viabilidad de realizar algún tipo de fortalecimiento artesanal. En un comienzo, se vio la necesidad de realizar un diagnóstico que nos permitiera identificar las comunidades y las artesanías, caracterizarlas y poder establecer qué acompañamiento es el más adecuado. Akubadaura nos compartió algunos documentos donde consolidaron la información del acompañamiento Nukak en vigencias anteriores.



Sobre esta información, consideramos pertinente construir una ficha de caracterización que nos permitiese tener información artesanal mucho más detallada y, en vista que Akubadaura tiene dos profesionales que viven en San José del Guaviare con la posibilidad de entrar a los asentamientos Nukak, que se pudiese realizar aquel levantamiento de información. Posterior a eso, podríamos transmitir algunos talleres a un profesional de dicha fundación que estaría contratado exclusivamente para el fortalecimiento artesanal en territorio, para que los replicara con las artesanas Nukak.

En la información que se ha logrado tener de las artesanas Nukak, cada asentamiento tiene una conformación cultural diferente, en algunos viven personas de un solo clan y en otros hay diferentes clanes conviviendo conjuntamente. Esta es información relevante puesto que cada clan tiene un tejido artesanal particular. En algunos casos, se han presentado conflictos entre clanes por el intercambio de las producciones. Adicionalmente, no se tiene certeza de las artesanas por comunidad ni de quienes son maestras o aprendices, por ende, se dificulta aún más la posibilidad de generar algún fortalecimiento organizativo. Por la información de Akubadaura, se identificó que es viable acompañar un proceso de valoración artesanal en el que se reconozcan los conocimientos sobre el tejido, los tinturados y los significados culturales impresos en ellos y que se pueda reflejar en el valor económico de sus artesanías.

Hoy en día, estamos a la espera de la sistematización de la información que Akubadaura está levantando con las artesanas Nukak en los asentamientos, esperando que allí se encuentre al menos la línea base de las artesanas a quienes podría llegarles el fortalecimiento.

FECHAS DE REUNIONES	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS
08/07/2020	-Presentación de ambas entidades -Diálogo sobre expectativas y posibilidades de alianza -Contextualización Nukak	3
10/08/2020	- Comentarios sobre documentos con información del Pueblo Nukak - Organización de herramienta de registro de información artesanal (ficha de caracterización)	2
25/08/2020	- Contextualización de primera visita a asentamiento Nukak - Aclaración de posibilidades de acompañamiento - Solicitud de acompañamiento de AdC a Akubadaura, posibilidades de fortalecimiento artesanal Nukak	3



NUMERO TOTAL DE ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD
--

8

5.3.4.2. **Componte Comercial:**

Se han acompañado varias reuniones entre el equipo de Etnias y Akubadaura para establecer diferentes líneas de atención según cada uno de los componentes, inicialmente Akubadaura contextualizo al equipo explicando el acercamiento que han tenido como organización con los asentamientos de la Etnia Nukak cerca a San José del Guaviare, previamente se identifica que los artesanos son seminómadas y rotan mucho en el territorio por diferentes situaciones culturales, problemáticas sociales y de seguridad en la zona, dificultando una atención virtual con el grupo artesanal, además vende los productos principalmente al Fondo Mixto y en el parque del municipio a turistas o personas de la zona a precios equivalentes a lo que el artesano considera es el valor de venta como por ejemplo manillas entre los rangos de \$7.000 a \$10.000 COP, canastos de diferentes valores. También, se han revisado varios documentos compartidos por Akubadaura como informes de ejecución de diferentes programas en los que han acompañado a los asentamientos Nukak. A continuación, se comparte un pantallazo soporte de las reuniones acordadas:

Se ha evidenciado por medio de la revisión de los informes compartidos y las últimas reuniones que los artesanos tienen dificultades para establecer una clara estructura de costos y precios dado que por las problemáticas sociales en ocasiones venden los productos a muy bajos precios, o se identifica que algunos artesanos no tienen la noción del manejo del dinero claro y esto dificulta las negociaciones con los clientes porque no se vende a precios justos.

Como parte de las conversaciones y contextualización en el mes de agosto se compartió una ficha de caracterización con preguntas claves para el levantamiento de un diagnostico comercial acerca de las oportunidades comerciales y las habilidades comerciales de los artesanos, acordando que el equipo de Akubadaura lo aplicaría en terreno para luego establecer las posibles actividades y plan de trabajo con cada uno de los componentes, se manifiesta que al corte del presente informe aún no se han recibido los resultados de aplicación de la matriz de caracterización y por tanto no se ha podido establecer un diagnostico comercial.

5.3.4.3. **Componente de Diseño:**

- **Contexto y situaciones identificadas:**

En marco de la vigencia actual del proyecto y dadas las circunstancias de aislamiento preventivo y la situación de incertidumbre generada por la pandemia, se realiza una alianza estratégica con la Fundación Akubadaura (“ayudantes” en lengua Embera Chamí) una organización sin ánimo de lucro que reúne a abogados y profesionales indígenas que,



desde diferentes áreas del conocimiento, defienden, promueven y protegen los derechos humanos y los derechos colectivos de los pueblos, comunidades y organizaciones indígenas; para que por medio de ellos se pueda realizar un acompañamiento puntual a los Nukak. Sin embargo, dadas las circunstancias de acceso a territorio, el lenguaje y la misma situación con el COVID-19 donde la comunidad indígena ha regresado al resguardo Nukak buscando aislarse de los colonos y campesinos por temor al contagio, se busca que los asesores de los distintos componentes del Programa Etnias puedan capacitar a una persona asignada por la Fundación, para que esta pueda entrar en territorio a multiplicar los saberes adquiridos y de esta forma generar una atención para el año en curso.

Para lograr dicho propósito se establece un contacto con las profesionales de Akubadaura, Flor Nancy Muelas Aranda, y, Mayra Mejía por medio de una reunión con el equipo de Etnias. En dicha reunión se hace un primer acercamiento a la fundación y nos dan a conocer los proyectos que han desarrollado los Nukak, su situación actual y por nuestra parte, se comparte cómo el programa realiza el acompañamiento a las comunidades desde cuatro componentes articulados y los propósitos que como entidad tenemos para cada una de nuestras etnias y la visión de poder establecer ferias virtuales que les permitan a nuestros artesanos mover su economía que se ha visto gravemente afectada al no poder participar en Expoartesano y Expoartesánias de manera presencial.

Posterior a este primer acercamiento, Akubadaura nos comparte algunos informes y fotografías de productos como manillas y contenedores, desarrollados por la etnia. Sin embargo, la información no es completa y como equipo se solicita a la entidad aspectos muy puntuales y necesarios para poder realizar un acompañamiento desde el componente de diseño. Por medio de un correo electrónico solicitamos a manera general un registro fotográfico que nos muestre las etapas para el desarrollo de los siguientes productos: manillas, chinchorros y canastos. Una breve descripción del proceso y las fases de elaboración de cada uno de estos productos. Donde se describan las técnicas, como, por ejemplo: que podamos conocer cómo hacen los canastos, cómo son tejidos, cuáles son características de los bordes y sus acabados. Así mismo, una descripción del proceso de elaboración de cada una de las texturas de los diferentes tejidos de las manillas que nos describen en los informes: “cha-a o figura de piña”, “Mai o culebra”, “Mayi-kara o Lagartija” y “Dú buru’ o pez dormilón”. Como un registro fotográfico de zoom de las texturas para poder apreciar con más exactitud el resultado de estos tejidos. Tipos de formatos empleados para cada una de las tipologías de productos, y finalmente, las etapas de alistamiento de la materia prima para cada uno de los productos, junto al proceso de tinturado de las mismas.

Esta solicitud llevó a una segunda reunión con Akubadaura en donde se estableció que la fundación contrataría a una persona encargada de ser el enlace de acercamiento a territorio y a quién capacitaríamos para poder cumplir con los propósitos de ambas entidades, sin embargo, aunque se realizó un documento para poder realizar la primera salida de campo y aun habiéndose desarrollado, a la fecha desconocemos los resultados obtenidos y los registros solicitados y requeridos para iniciar nuestro proceso como asesores. La falta de



comunicación y quizá de interés ha retrasado el proceso, lo que a la fecha de elaboración de este informe hace imposible un acompañamiento para que los productos de la etnia Nukak puedan ser susceptibles a curaduría para alguno de nuestros eventos feriales.

5.3.5. MORICHITO:

5.3.5.1. Componente de Diseño:

- **Contexto y situaciones identificadas:**

Para la actual vigencia, desde el programa de Etnias se está trabajando en articulación con el programa de Expedición Orinoco, quien sea encargado del acompañamiento y asesoría en diseño. Debido a la emergencia sanitaria, la comunicación con el grupo ha estado muy interrumpida, por consiguiente, las actividades planteadas se han tornado lentas. A pesar de esta dificultad el grupo ha logrado desarrollar todas las actividades planteadas y nos ha permitido conocer su estado actual y marcar una hoja de ruta para su intervención. Según el diagnóstico que se realizó con el grupo se encontró que actualmente tienen dificultades en la consecución de materia prima, ya que los terrenos de extracción se encuentran lejos y no son de dominio propio, por lo cual deben pagar por extraer y transportar el barro hasta su comunidad, siendo este el factor más riesgoso en su proceso de elaboración de la artesanía. Por consiguiente, para este año desde el programa de etnias se decidió realizar el fortalecimiento productivo desde el apoyo a la compra de **materia prima en zona** por un valor de **\$ 1'975.000**, con el fin de poder asegurar su desarrollo de producto.

Fortalecimiento técnico productivo en Materias primas en zona					
Materia prima	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad	Subtotal	Total
Barro	Arroba	\$ 65.000	7	\$ 455.000	\$ 1.975.000
Kagüi	Arroba	\$ 70.000	8	\$ 560.000	
Madera	Pieza (100x15x30)	\$ 60.000	16	\$ 960.000	

5.3.6. NARAKAJMANTA

5.3.6.1. Componente Comercial:

Se comenzó el acompañamiento con el grupo levantando línea base para inicio de actividades, estas se enfocaron principalmente en desarrollar la capacidad de afrontar las nuevas formas de comercialización concentrándonos en el costeo de sus productos y en la logística de participación en las nuevas vitrinas comerciales a las que se enfrenten debido a la coyuntura del COVID-19, en vigencia 2020 se asesoró al grupo en temas como: 1)



Manejo de inventarios, 2) Fijación de precios justos teniendo en cuenta el proceso de costeo de producto, con el uso de la guía de costos y precios, 3) Paso a paso en la logística para la participación en las ferias virtuales.


G	H	I	J	K	L	M	N	O
MOCHILAS SIN DISEÑOS		21 DE BASE X 24 DE ALTO	125 gramos	PROPIA	ALGODÓN BLANCO	TEJEDURÍA	TEJEDURÍA EN ALGODÓN	\$ 170.000
MOCHILAS SIN DISEÑOS		17 DE BASE X 20 DE ALTO	100 gramos	PROPIA	ALGODÓN BLANCO	TEJEDURÍA	TEJEDURÍA EN ALGODÓN	\$ 120.000
MOCHILAS SIN DISEÑOS		14 DE BASE X 17 DE ALTO	75 gramos	PROPIA	ALGODÓN BLANCO	TEJEDURÍA	TEJEDURÍA EN ALGODÓN	\$ 75.000
MOCHILAS SIN DISEÑOS		12 DE BASE X 15 DE ALTO	75 gramos	PROPIA	ALGODÓN BLANCO	TEJEDURÍA	TEJEDURÍA EN ALGODÓN	\$ 45.000

Ilustración 120-Actividad Comercial

En este último trimestre se dio toda la preparación , producción y logística para la participación en Expoartesanías digital ,tras múltiples inconvenientes en la comunicación pues es muy difícil en la zona que se encuentran , se sacó adelante la participación del grupo en dos ferias la ya anteriormente mencionada y Expoartesano 2020, la líder queda satisfecha con el apoyo y el seguimiento que se le dio, el grupo identificó sus debilidades, pero también sus fortalezas y ya con este panorama será más fácil seguir postulándose a ferias virtuales; es muy importante el apoyo por parte del componente de comunicaciones para el tema de las habilidades digitales pues pocas de las artesanas las manejan, y frente al panorama actual estas son básicas.

- **Logros:**

- Postulación de participación ferias virtuales Expoartesano y Expoartesanías.
- Identificación de precios de materia prima e insumos para elaboración de productos.
- Fortalecimiento de las habilidades de los artesanos para fijación de precios justos.
- Las artesanas reconocen la importancia de medir los tiempos de producción para calcular el precio de sus productos, haciendo una media entre los tiempos de las más hábiles.

- **Resultados:**

- Inventario de productos en existencia
- Autodiagnóstico comercial.
- Catálogo de producto actualizado corte diciembre 2020.

- **Participación en eventos comerciales virtuales:**

- Expoartesano 2020



- Expoartesánías 2020
- Apoyo de compra ADC: \$ 1.080.000
- Ventas generadas en Expoartesano: \$515.000
- Ventas generadas en Expoartesánías: \$0
- Total ventas generadas: \$515.000

5.3.7. JIW, BARRANCÓN – GUAVIARE

- **Contexto y situaciones identificadas:**

El grupo de Artesanos Jiw de Barrancón se encuentra a 30 minutos de San José del Guaviare. Este es un grupo que trabajo los oficios de tejeduría en cumare y moriche, al igual que la cestería en chocolatillo. Es un grupo con una situación socio-organizativa compleja en donde las estructuras de liderazgo no son tan claras y no se ha podido consolidar una estructura organizativa de cara al proceso productivo. De igual manera el manejo técnico evidencia dificultades en los procesos de estandarización, en acabados y en la calidad del producto en general. Es un grupo que requiere un fortalecimiento fuerte pero el cual por las dinámicas del grupo se recomienda se den de manera presencial. Para la vigencia 2020 el grupo no fue atendido de manera integral y tan solo se proyectó una atención puntual en implementación de herramientas.

- **Fortalecimiento Productivo:**

Basado en las experiencias de trabajo llevadas a cabo con el grupo y en acuerdo con el artesano líder se estableció la implementación de herramientas de la siguiente manera:

Año 2020	
Ítems	Valor
Herramientas	\$ 1.067.998
TOTAL	\$ 1.067.998

5.3.7.1. LA ASUNCIÓN – GUAVIARE

- **Contexto y situaciones identificadas:**

El resguardo de la Asunción se encuentra a las afueras del municipio de San José del Guaviare. Este resguardo pluriétnico se caracteriza por su trabajo de cestería. El acercamiento a este nuevo grupo se realizó en los últimos meses de la vigencia 2020, motivo por el cual aún no se ha podido establecer un diagnóstico, ni un plan de trabajo formal para el fortalecimiento del proceso productivo. Sin embargo se pudo establecer en acuerdo con la líder una implementación en herramientas, y generar una atención puntual para el grupo.



• **Fortalecimiento Productivo:**

Basado en la información levantada con el artesano líder se estableció la implementación de herramientas de la siguiente manera:

Año 2020	
Ítems	Valor
Herramientas	\$ 1.999.515
TOTAL	\$ 1.999.515

5.3.8. TAPURUCUARA

5.3.8.1. Componente Socio Organizativo

El grupo artesanal Tapurucuara estaba contemplado como uno de los grupos que recibiría asesoría puntual con el programa. Sin embargo, las condiciones de comunicación y aislamiento del grupo durante el 2020 fueron un factor en contra para llevar a cabo los talleres.

La comunidad se encuentra ubicada a una distancia de aproximadamente 9 horas hasta Mitú que implican para el grupo artesanal el desplazamiento por río, a pie, trocha para lograr llegar. El grupo está conformado por aproximadamente 19 personas, de las cuales activas hay alrededor de 9 y las demás hacen parte de la producción y la artesana líder Aurora debe desplazarse por todas las casas o núcleos de viviendas para mandar hacer los pedidos o revisar la calidad de los mismos. La materia prima que se utiliza para fabricar su cestería es principalmente el bejuco del yaré el cual obtienen por medio de extracción manual en las selvas.

• **Retos:**

El grupo no cuenta con capacidad de respuesta para tareas o actividades de forma virtual. Si se trabaja con ellos se debe hacer de forma presencial en territorio conociendo y viviendo la realidad de la zona donde el acceso impide la comunicación constante. Otro de los aspectos a tener en cuenta es que los artesanos que se encuentran en zona no manejan el español con facilidad lo cual dificulta la socialización del material pedagógico y en general de los contenidos que se comparten con la líder Aurora. El grupo ha tenido la fortuna de contar con pedidos de canastos que han logrado algo de ingresos adicionales para los artesanos. Sin embargo, el tiempo de respuesta y la revisión de calidad de los mismos se dificulta bastante.

FECHAS DE ASESORÍA	ACTIVIDAD REALIZADA	NÚMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS



13-08-2020	Socialización del apoyo en asesoría puntual del programa y firma de acta de participación y levantamiento de línea base	1
20-10-2020	Comparte material pedagógico de higiene y manejo de emociones, solidaridad y liderazgo y transmisión de saberes	1
Número TOTAL DE TALLERES EN LA COMUNIDAD		2

- **Logros y aspectos destacables**

Se logra hacer envío de material pedagógico de higiene y cuidado, manejo de emociones, solidaridad y liderazgo y transmisión de saberes para que la líder Aurora y su hijo Guillermo los descarguen y compartan con la comunidad.

- **Recomendaciones para el trabajo en comunidad en próximas vigencias:**

Se requiere enviar el material con anticipación por vía WhatsApp para que la líder tenga tiempo de descargarlo en uno de sus viajes a Mitú. Para el desarrollo de los talleres se recomienda el trabajo presencial en zona, a pesar de que el desplazamiento es largo la comunidad puede aprovechar mucho más la asesoría contando con el personal en Tapurucuara ya que las telecomunicaciones no son un medio efectivo para el trabajo.

5.3.8.2. Componente de Diseño

- **Contexto y situaciones identificadas:**

Siendo su primera vigencia en el programa y respondiendo a la demanda que se está presentando actualmente en el mercado con respecto a las artesanías realizadas por el grupo, se ve la necesidad de realizar acompañamiento desde el componente de diseño. La ubicación geográfica y a la emergencia sanitaria han causado que la comunicación con el grupo sea intermitente y poco fluida, por consiguiente, las actividades planteadas se han tornado lentas. Desde el componente de diseño se proyectó un acompañamiento en desarrollo de un autodiagnóstico que nos ha permitido conocer su estado actual y marcar una hoja de ruta para su intervención. Según el diagnóstico que se realizó se encontró que actualmente tienen dificultades en el desarrollo y estandarización de la técnica y fortalecimiento de la cadena productiva, ya que el grupo se encuentra en fase de consolidación y se ha presentado variaciones en la calidad y medidas del producto. Se evidencio que los procesos de elaboración de la artesanía no están establecidos, por consiguiente, para este año desde el programa de etnias se decidió realizar el fortalecimiento productivo desde el apoyo a la compra de **herramientas** por un valor de \$ **3'333.609**, con el fin de poder fortalecer estos procesos de formación del grupo y por



consiguiente proyectar un apoyo a las futuras actividades artesanales que se puedan plantear post-pandemia.

Año 2020	
Ítems	Valor
Materia Prima	\$ 2.004.330
TOTAL	\$ 2.004.330

5.3.9. PUEBLO RROM

5.3.9.1. Componente de Diseño

- **Contexto y situaciones identificadas:**

Con el grupo de artesanos RROM se ha tratado de generar un acompañamiento y una asesoría puntual, sin embargo este proceso se ha visto dificultado ya que el artesano con el cual se tiene comunicación ha presentado varias dificultades de salud que le han impedido responder a las asesorías y al acompañamiento. Se logró generar un ejercicio de autodiagnóstico inicial con el grupo identificando debilidades en la diversificación de producto y en generar procesos de innovación en el producto, al igual que se identificaron fuertes dificultades en la adquisición de materia prima para trabajar. Por otro lado se logró establecer con el artesano una serie de requerimientos en herramientas para fortalecer el taller. Sin embargo no ha sido posible llevar a cabo un proceso de diseño con el grupo y lograr tener unos resultados en desarrollo de producto.

- **Fortalecimiento Productivo:**

Según el autodiagnóstico inicial para el grupo de artesanos RROM se estableció la implementación de herramientas para fortalecer el proceso productivo:

Año 2020	
Ítems	Valor
Herramientas	\$ 1.647.537
TOTAL	\$ 1.647.537

De igual manera el grupo recibió el apoyo por parte del programa de cooperación internacional con la implementación de un kit de bioseguridad.

Año 2020 – cooperación internacional	
Ítems	Cantidad
Kit de bioseguridad	1 kit



- **Concepto final del componente**

Este es un grupo con el cual se ha intentado en repetidas ocasiones generar un mayor fortalecimiento encaminado al desarrollo de producto, sin embargo, esto no ha sido posible por las dinámicas sociales que maneja el grupo. Se recomienda seguir buscando este fortalecimiento con el fin de poder generar una diversificación de la oferta de producto.

5.4. ACCIONES TRANSVERSALES DE MONTAJE Y EXHIBICIÓN

En las asesorías adelantadas con los grupos de atención integral en el tema exhibición y montaje, se busca profundizar en conceptos y recomendaciones clave en los temas como montaje de producto, aprovechamiento del espacio, de su espacio, dada esta coyuntura del COVID-19, se busca guiarlos en la apropiación de este y así del adecuado almacenamiento de sus productos y materia prima, también se hace retroalimentación para la construcción de una cartilla de “Vitrinismo en la participación comercial” que les sirva a corto, mediano y largo plazo.

- **Grupo artesanal Warkhi, atención integral:**

Dada la madurez del grupo, se busca también brindarles todas las herramientas posibles para contribuir con su autonomía como grupo, y la puesta en escena es una parte importante para ello, puede que no sea una prioridad en este momento, pero se busca la construcción conjunta con los grupos de un documento que les sirva tanto ahora como a largo plazo, se contara con sesiones teóricas y sesiones prácticas, en las primeras se les brindara material pedagógico en cartillas audiovisuales en formato MP4 para que sea de fácil difusión por parte del líder, y las segundas serán la retroalimentación del material ya visto revisando las actividades pactadas en las primeras:

Asesorías virtuales con material pedagógico ejecutadas:

- Introducción al Vitrinismo. ¿Qué es y para que nos sirve en tiempos de cuarentena?
- MÓDULO 1: Conceptos y recomendaciones clave, para el montaje de producto.



Ilustración 121- Asesoría virtual en montaje exhibición



- **Grupo artesanal Mites, atención integral:**

En este grupo, se busca brindarles todas las herramientas posibles para contribuir con su autonomía como grupo, y la puesta en escena es una parte importante para ello, puede que no sea una prioridad en este momento, pero se busca la construcción conjunta, con los grupos, de un documento que les sirva tanto ahora como a largo plazo, se contara con sesiones teóricas y sesiones prácticas , en las primeras se les brindara material pedagógico cartillas audiovisuales en formato MP4 para que sea de fácil difusión por parte del líder, y las segundas serán la retroalimentación del material ya visto revisando las actividades pactadas :

Asesorías virtuales con material pedagógico ejecutadas:

- Introducción al Vitrinismo. ¿Qué es y para que nos sirve en tiempos de cuarentena?
- MÓDULO 1: Conceptos y recomendaciones clave, para el montaje de producto.

- **Grupo artesanal Kansuy, atención integral:**

Se busca también brindarles todas las herramientas posibles para contribuir con su autonomía como grupo, y la puesta en escena es una parte importante para ello, puede que no sea una prioridad en este momento, pero se busca la construcción conjunta, con los grupos, de un documento que les sirva tanto ahora como a largo plazo, se contara con sesiones teóricas y sesiones prácticas , en las primeras se les brindara material pedagógico cartillas audiovisuales en formato MP4 para que sea de fácil difusión por parte de la líder, y las segundas serán la retroalimentación del material ya visto revisando las actividades pactadas :

Asesorías virtuales con material pedagógico ejecutadas:

- Introducción al Vitrinismo. ¿Qué es y para que nos sirve en tiempos de cuarentena?



Ilustración 122- Ejercicio de vitrinismo



- **Grupo artesanal Estrella Einalli, atención integral:**

Dada la madurez del grupo, se busca brindarles todas las herramientas posibles para contribuir con su autonomía como grupo, y la puesta en escena es una parte importante para ello, puede que no sea una prioridad en este momento, pero se busca la construcción conjunta con los grupos de un documento que les sirva tanto ahora como a largo plazo, se contara con sesiones teóricas y sesiones prácticas, en las primeras se les brindara material pedagógico en cartillas audiovisuales en formato MP4 para que sea de fácil difusión por parte de la líder, y las segundas serán la retroalimentación del material ya visto revisando las actividades pactadas en las primeras, también se busca con este caso específico guiarlos para montar una vitrina en casa :

Asesorías virtuales con material pedagógico ejecutadas:

- Introducción al Vitrinismo. ¿Qué es y para que nos sirve en tiempos de cuarentena?
- MÓDULO 1: Conceptos y recomendaciones clave, para el montaje de producto.

5.5. APOYO PUNTUAL A GRUPOS ARTESANAL PARA PARTICIPACIÓN COMERCIAL 2020

En el marco de la vigencia 2020 se planteó la participación comercial de grupos artesanales étnicos en varios de los escenarios comerciales virtuales desarrollados por la entidad. Estas plataformas fueron Expoartesano 2020, Expoartesánias 2020 y Feria virtual del Market Place. De acuerdo al alcance del programa se planteó el apoyo a grupos que no son beneficiarios directos del programa en la vigencia 2020 pero que han hecho parte del programa en vigencias anteriores para que pudieran participar en estos eventos. Estos apoyos consistieron por parte del equipo de diseño y producción en la selección y curaduría de los productos con los cuales cada uno de los grupos participó en estos eventos al igual que en la formulación y el seguimiento a los planes de producción de cada uno estos grupos. Esto con el fin de garantizar la calidad de los productos y que estos respondan a las especificaciones de estos eventos comerciales. Es importante resaltar que estos planes de producción se formularon en acuerdo con cada grupo de acuerdo a su capacidad de producción y a las características comerciales de cada evento. Este trabajo se realizó con 16 grupos artesanales étnicos.

A continuación, se relacionan los grupos que no hicieron parte del programa en la vigencia 2020 pero a los cuales se les hizo este acompañamiento especial:



#	Nombre del grupo	Departamento	Etnia	Ferias o eventos comerciales en los que se apoyaron	Tipo de apoyo
1	Alpamama	Putumayo	Camentsá	Expoartesano y Expoartesánias	Curaduría y plan de producción Expoartesano y Expoartesánias. Seguimiento plan de producción Expoartesano y Expoartesánias.
2	Ardehigue	Sucre	Afro	Expoartesano	Curaduría y plan de producción Expoartesano. Seguimiento plan de producción Expoartesano.
3	Artimbiquí	Cauca	Afro	Expoartesano y Expoartesánias	Curaduría y plan de producción Expoartesano y Expoartesánias. Seguimiento plan de producción Expoartesano y Expoartesánias.
4	Carlos Mutumbajoy	Nariño	Kametsá	Expoartesano y Expoartesánias.	Curaduría y plan de producción Expoartesano y Expoartesánias. Seguimiento plan de producción Expoartesano y Expoartesánias.
5	Doris Jajoy	Nariño	Kametsá	Expoartesano y Expoartesánias.	Curaduría y plan de producción Expoartesano y Expoartesánias. Seguimiento plan de producción Expoartesano y Expoartesánias.
6	Fundación Maach dem	Cundinamarca	Nonam	Expoartesano	Curaduría y plan de producción Expoartesano. Seguimiento plan de producción Expoartesano.
7	Iwouya	Guajira	Wayuú	Expoartesano y Expoartesánias.	Curaduría y plan de producción Expoartesano y Expoartesánias.



					Seguimiento plan de producción Expoartesano y Expoartesánías.
8	Kurmakai	Risaralda	Embera	Marketplace, Expoartesano y Expoartesánías	Curaduría y plan de producción Marketplace, Expoartesano y Expoartesánías. Seguimiento plan de producción Marketplace, Expoartesano y Expoartesánías.
9	Mutecypa	Nariño	Pastos	Marketplace, Expoartesano y Expoartesánías.	Curaduría y plan de producción Marketplace, Expoartesano y Expoartesánías. Seguimiento plan de producción Marketplace, Expoartesano y Expoartesánías.
10	Ónix Artesanías	César	Kankuamo	Expoartesano y Expoartesánías	Curaduría y plan de producción Expoartesano y Expoartesánías. Seguimiento plan de producción Expoartesano y Expoartesánías.
11	San Francisco	Putumayo	Camentsá	Expoartesano y Expoartesánías	Curaduría y plan de producción Expoartesano y Expoartesánías. Seguimiento plan de producción Expoartesano y Expoartesánías.
12	Sirindango	Putumayo	Inga	Expoartesano y Expoartesánías	Curaduría y plan de producción Expoartesano y Expoartesánías. Seguimiento plan de producción Expoartesano y Expoartesánías.
13	Tomasita	Valle del Cauca	Afro	Expoartesano y Expoartesánías	Curaduría y plan de producción Expoartesano y Expoartesánías.



					Seguimiento plan de producción Expoartesano y Expoartesanas.
14	Werakau	Risaralda	Embera	Expoartesano y Expoartesanas.	Curaduría y plan de producción Expoartesano y Expoartesanas. Seguimiento plan de producción Expoartesano y Expoartesanas.
15	Yaja	Cauca	Nasa	Expoartesano y Expoartesanas	Curaduría y plan de producción Expoartesano y Expoartesanas. Seguimiento plan de producción Expoartesano y Expoartesanas.
16	Yaré Okaina	Amazonas	Okaina	Marketplace y Expoartesanas	Curaduría y plan de producción Marketplace y Expoartesanas. Seguimiento plan de producción Marketplace y Expoartesanas.

6. EVENTOS FERIALES

6.1. EXPOARTESANO 2020

- **Resultados Comerciales Expoartesano 2020:**



Ilustración 123-Plataforma digital Expoartesano 2020



Desde el 29 octubre hasta el 8 noviembre, se llevó a cabo la 1ra versión digital de Expoartesano “LA MEMORIA”; en esta edición, el programa participó con 21 grupos artesanales. Cada grupo tenía la posibilidad de cargar 10 referencias diferentes de su oferta de productos; inclusive algunos grupos debido a la dificultad para estandarizar sus piezas por color, tamaño, diseño o forma se les permitió agregar más referencias para que el producto se comercializará como pieza única y exclusiva.

Es necesario resaltar que durante el desarrollo del evento se tuvieron múltiples retos por resolver; uno de los más apremiantes estuvo relacionado con el cargue de los productos referenciados en la plataforma; debido a que se presentaron algunos truncamientos y cruces en la bodega de Expoartesano al momento de la revisión, selección y preparación del producto para la toma de fotografía y posteriormente para subirlo a la plataforma.

Adicionalmente, algunos de los grupos apoyados por el programa presentaron dificultades para producir sus referencias en serie. Sin duda, este se convierte en uno de los mayores aprendizajes de la feria; Al ser una creación manual, cada pieza artesanal posee una esencia única que la hace diferente a las demás y que impide reproducirla tal cual en volumen.

Otro factor importante de análisis, está relacionado con la interactividad de la plataforma con sus visitantes; en este punto vale la pena destacar el formato “Compra asistida” que ofreció la feria; cuya estrategia permitió la exhibición de productos en un espacio físico reducido con la posibilidad que los visitantes, clientes y compradores interesados a través de la plataforma, con un bajo costo y desde sus casas, logran realizar un recorrido virtual y conocer la amplia oferta de productos disponibles.

Sumado a esto, los organizadores del evento realizaron un esfuerzo por ampliar el evento 6 días más de lo previsto inicialmente. Esto con el propósito de tener más tiempo al aire y comprender que la comercialización electrónica se da en un tiempo y velocidad diferente a las compras en físico.

Sin embargo, para las futuras versiones digitales del evento es necesario identificar estrategias que permitan conectar más a los artesanos con los visitantes; encontrar estas alternativas pueden potencializar el canal de comercialización electrónica y llegar a nuevos mercados.

En síntesis, durante los 10 días de evento comercial y con la participación de 21 grupos financiados por el programa, se generaron ingresos netos para los artesanos por valor de **\$28.128.250**.

Ilustración 124- Resultados Expoartesano 2020



6.2. EXPOARTESANÍAS 2020

- **Resultados Comerciales Expoartesanías 2020:**



Ilustración 125-Plataforma digital Expoartesanías 2020

Desde el 7 de diciembre al 24 de diciembre de 2020 se llevó a cabo la primera versión digital de Expoartesanías en la cual se tuvo una participación de más de 350 artesanos con 12.000 creaciones por medio de las cuales se pudo observar las diferentes culturas que se encuentran en el país. Durante esta vigencia, el programa financió la participación de 40 grupos artesanales distribuidos entre atención integral y puntual o que han participado en vigencias anteriores.

En la tienda digital de Expoartesanías 2020 se puede encontrar una gran variedad de productos en categorías como instrumentos musicales, juguetería, mesa y cocina, moda y joyería, hogar y decoración, de igual manera se pueden encontrar algunos de los procesos o técnicas por medio de los cuales son elaborados los productos que se muestran en cada una de las categorías anteriormente mencionadas, así mismo se explica el significado de dichas técnicas, así como también se ilustra la técnica por medio de una video.

De igual manera cabe mencionar que se encuentra una sección denominada agenda cultural por medio de la cual se ilustran los eventos o programaciones para cada uno de los días correspondientes a la feria digital, en donde se muestra la hora y fecha de cada uno de los eventos, así como la agenda del mismo, como se puede observar a continuación.



Ilustración 126- Plataforma Expoartesanías 2020



En la tienda digital de Expoartesanías se puede encontrar una colección de productos destacados, así como también los productos de temporada y de igual manera se puede encontrar los productos más vendidos con sus respectivos precios, en cada uno de los productos ofrecidos en la tienda digital se cuenta con un botón de compra el cual permite agregar la pieza deseada al carro de compras, una vez finalizada la selección de productos se redirecciona a la forma de pago en donde se solicita la información del comprador de los productos como se puede ilustrar a continuación.

Una vez completados los datos anteriormente presentados se solicita la dirección a la cual se hará el envío de los respectivos productos, o también se brinda la opción de recoger los productos en tienda, que para este caso se hace en el arco de Corferias ubicado en la Carrera 37 No. 24-67 en el horario correspondiente de 10:00 AM a 6:00 PM, posteriormente se muestran las opciones de pago para los productos seleccionados como se puede observar a continuación.

4 PAGO

Quiero pagar con Mercado Pago sin costo adicional.

TARJETAS DE CRÉDITO Hasta 24 cuotas

TARJETAS DE DÉBITO TRANSFERENCIA BANCARIA

Acepto los términos y los cumpliré incondicionalmente.

FINALIZAR COMPRA

Ilustración 127- Expoartesanías 2020

De igual manera se encuentra una sección denominada artesanos en la cual se muestran los grupos artesanos participantes en la feria digital, así mismo en esta sección se muestran la cantidad de productos ofrecidos por cada uno de los grupos artesanos, así como también se cuenta con una sección denominada ¿cómo comprar? en la cual se encuentra un instructivo en donde se ilustran los pasos a seguir para realizar la compra de los respectivos productos.

Cabe mencionar que en la tienda digital se encuentra un acceso directo a WhatsApp por medio del cual se pueden hacer preguntas a las inquietudes que se tengan con respecto a la plataforma de Expoartesanías 2020.

En síntesis, al corte del presente informe, las ventas de los grupos beneficiarios del programa en la 1ra versión digital de Expoartesanías son por valor de **\$24.294.000**.⁹

⁹ Dato parcial a corte 17 diciembre/20, a la espera del reporte definitivo de ventas



7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Componente Socio Organizativo

Después de haber expuesto detalladamente la composición de los grupos artesanales, sus retos en la vigencia y los logros que han tenido, es preciso concluir que los grupos artesanales han logrado tener una gran capacidad de adaptación a las posibilidades de acompañamiento en la vigencia. Han construido alternativas para su comunicación, han generado autonomía artesanal frente a la organización de sus producciones y los líderes se han convertido en los enlaces en territorio. Además, se ha logrado generar articulación en los procesos de rescate cultural y transmisión de saberes entre los componentes socio-organizativo y de diseño, también en las habilidades comunicativas con el componente de comunicaciones, y en los procesos de formalización y creación de los discursos comerciales con el componente comercial.

7.2. Componente de Diseño

La vigencia 2020 planteo unos grandes retos en términos de comunicación y metodología de trabajo, y a pesar de las circunstancias, los grupos artesanales se han esforzado en ajustarse y mantener el ritmo frente a los cambios que se están dando. Gracias a el desarrollo de material pedagógico los procesos de fortalecimiento se han podido acompañar de una forma más amigable y nos ha permitido mantener la comunicación con los líderes y el grupo artesanal en general.

A diferencia de otras vigencias se ha tenido ventajas sobre el tiempo que ha permitido dirigir y proyectar las producciones de los artesanos de una forma más controlada y dirigida. La construcción conceptual de las líneas de producto se ha visto beneficiado por las condiciones de trabajo que se han tenido ya que se ha dado mayor espacio a la búsqueda de referentes y a la reflexión entorno de estos. La construcción del relato detrás del producto se ha podido consolidar. El inconveniente de la distancia se ve reflejado en el desarrollo de prototipos y en el seguimiento a la calidad de los productos ya que por un lado los prototipos han tomado más tiempo que si se desarrollan en campo y las correcciones no se pueden hacer de forma inmediata, al igual que la revisión de calidad de los productos termina realizándose en Bogotá o en el lugar de bodegaje de cada uno de los eventos comerciales y no es posible generar correcciones o ajustes sobre el producto.

El resultado en el ejercicio de diseño ha sido satisfactorio obteniendo la aprobación en comités de diseño sobre la colección. Las condiciones que plantean los eventos comerciales virtuales en tiempos y estandarización de producto se han convertido en un reto mayor para los grupos artesanales y sus dinámicas productivas tradicionales y para el equipo de diseño en la formulación de planes de producción y en el seguimiento a las producciones, así como en la manera como se socializan dichos retos a los artesanos. Sin embargo, estos retos fueron asumidos de la mejor manera por los artesanos y el equipo.



Se recomienda para la vigencia 2021 que se contemple un acompañamiento mixto (virtual y presencial) con los grupos que serán beneficiarios del programa, que se siga fortaleciendo la estructura metodológica del componente en su atención virtual y que se busque reformular las fases de trabajo del programa con los grupos de manera a poder proyectar el acompañamiento con los grupos a largo plazo.

Finalmente se pudo identificar que, si bien los procesos de fortalecimiento e implementación técnica de herramientas, materias primas e insumos se pudieron sacar adelante de la mejor manera, se recomienda que la entidad revise sus procesos burocráticos y administrativos con el fin de poder mejorar la eficiencia de estas implementaciones y garantizar un mejor seguimiento a la implementación de estos elementos.

7.3. Componente de Comunicaciones

A manera de conclusión del trabajo realizado desde el componente de comunicaciones para esta vigencia 2020 en el Programa de Etnias, se evidencia la necesidad de seguir fortaleciendo las herramientas digitales en los grupos como canal de comercialización, divulgación y posicionamiento de sus marcas artesanales. Si bien la pandemia es un evento temporal, la necesidad de la virtualización es una realidad que llegó para quedarse y que día a día las dinámicas del mundo y de la comercialización irán exigiendo más. Para ello continuar con la consolidación de sus estrategias de comunicación digital serán claves y que ellos de manera autónoma la estructuren para que la ejecución sea más eficaz.

En esta misma línea de fortalecer la comunicación digital de los grupos, sería de mucho provecho plantear el desarrollo de productos comunicativos en otros formatos en los que se dé una narrativa más atractiva y por ende más eficaz; formatos como animación 3D, infografías interactivas, video clips, animaciones sencillas y más productos audiovisuales. Estas narrativas será clave construirlas con los grupos artesanales directamente, involucrando a jóvenes, mayores y líderes de las comunidades. El trabajo de la mano del componente social será fundamental para recoger y articular a todos los involucrados en estas nuevas narrativas artesanales digitales.

También será clave continuar con la difusión mediática, tan importante en su difusión global de la venta de artesanía. Para ello hay que continuar articulando esfuerzos con las estrategias de comunicación que a nivel institucional se planteen, al tener una fuerza mayor de acogida por ser a nombre de la entidad. Aquí será clave estructurar estas estrategias de la mano de los demás entes de comunicación de la entidad para que de esta manera sean más eficaces los resultados y lo que se plantee.

Finalmente, como labores proyectadas para la siguiente vigencia queda sobre la mesa seguir trabajando en la sistematización de todo el material gráfico, fotográfico y audiovisual del programa para difundirlo de manera organizada en el SIART y en el archivo de información CENDAR de la institución, a manera de repositorio de toda la labor que se desarrolla con grupos étnicos.