

Este informe presenta los antecedentes y actividades desarrolladas para la identificación y caracterización de las partes interesadas de Artesanías de Colombia para el año 2025. Estas acciones incluyeron la planificación estratégica, la articulación con el equipo técnico, la socialización de la ruta metodológica y la aplicación de herramientas e instrumentos diseñados para este fin. El trabajo permitió avanzar en la consolidación de información clave sobre los actores que se relacionan con la entidad, establecer criterios de priorización y diseñar insumos para futuros ejercicios de caracterización focalizada.

DAPE



## Contenido

Objetivo .....	3
Antecedentes .....	3
Avances en el Procedimiento de Identificación y Caracterización de Partes Interesadas – Artesanías de Colombia 2025 .....	10
Resultado Análisis de Impacto e Influencia de Partes Interesadas de Artesanías de Colombia 2025.....	12
Introducción .....	12
Análisis por Categoría de Actor.....	14
1. <i>Academias / Centros de Investigación</i> .....	14
2. <i>Agencias de Promoción / Eventos</i> .....	15
3. <i>Artesanos</i> .....	16
4. <i>Banca</i> .....	16
5. <i>Colaboradores</i> .....	17
6. <i>Clientes Compradores de Artesanías</i> .....	18
7. <i>Empresas privadas / Comerciales</i> .....	18
8. <i>Entidades Ambientales</i> .....	19
9. <i>Entidades de Normalización / Certificación</i> .....	20
10. <i>Entidades del Gobierno Nacional</i> .....	20
11. <i>Entidades del Gobierno Territorial</i> .....	21
12. <i>Entidades homólogas Internacionales</i> .....	22
13. <i>Entidades públicas con funciones de protección y garantía de derechos</i> .....	22
14. <i>Gremios</i> .....	23
15. <i>Medios de Comunicación</i> .....	24

16. Organismos de Cooperación Internacional .....	24
17. Organizaciones étnicas, comunitarias representativas, gobiernos propios.....	25
18. Organizaciones Sociales de Artesanos.....	26
19. Órganos de Control .....	27
20. Órganos de Dirección .....	28
21. Proveedores .....	28
22. Relaciones Bilaterales.....	29
Recomendaciones.....	30
Anexos .....	31
Anexo 1.....	31
Anexo 2.....	31
Anexo 3.....	31
Anexo 4.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Referencias .....	32

## Ilustraciones

Ilustración 1. Partes interesadas AdC .....	12
Ilustración 2. Matriz de impacto e influencia.....	13

## Objetivo

1. Presentar un informe de avance de los resultados estadísticos y consolidación de la información, así como las herramientas e instrumentos a aplicar para la caracterización de las partes interesadas de Artesanías de Colombia.

## Antecedentes

Desde el año 2013, con la creación del Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal - SIEAA, se adelantó la caracterización sociodemográfica de Artesanos, logrando registrar a más de 33.000 personas. Posteriormente, se dio inicio a la caracterización anual de beneficiarios atendidos, y actualmente se cuenta además con la caracterización psicosocial de dichos beneficiarios. En estos ejercicios de caracterización se priorizaron variables sociodemográficas (edad, sexo, grupo étnico), intrínsecas (intereses de servicio) y de comportamiento.

En el año 2023, la Oficina Asesora de Planeación e Información - OAPI elaboró la matriz de necesidades y expectativas de las partes interesadas identificadas, de conformidad con la norma ISO 9001.

Así mismo, el área de Talento Humano ha realizado estudios de caracterización de funcionarios, considerando variables definidas como relevantes para el desarrollo de actividades en el marco del Plan Estratégico de Talento Humano.

La entidad cuenta con el Centro de Documentación e Información para la Artesanía – CENDAR, espacio especializado que funciona como biblioteca y repositorio de información sobre el sector artesanal, con recursos físicos y digitales que apoyan la investigación, la formación y la gestión del conocimiento en torno a la actividad artesanal. Se tiene documentado:

1. El ***RUAC Registro Único de Artesanos de Colombia: conceptos básicos***, el cual define los conceptos básicos que sustentan la operación estadística del Registro Único de Artesanos de Colombia – RUAC, permitiendo estandarizar el lenguaje técnico necesario para la identificación, clasificación y análisis de la población artesana en el país. Su contenido incluye términos clave como artesanía, artesano, oficio, técnica, materia prima, taller de producción y categorías territoriales, entre otros, que son fundamentales para el uso correcto de la información registrada.  
<https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/handle/001/14859>

2. El **RUAC Registro Único de Artesanos de Colombia: contenido temático**, que establece la estructura conceptual, técnica y operativa del cuestionario básico que sustenta la operación estadística del Registro Único de Artesanos de Colombia. Su objetivo es definir un marco metodológico estandarizado que permita validar la condición de artesano, caracterizar a la población registrada y asegurar la calidad, comparabilidad y utilidad estadística de los datos recolectados. El contenido incluye las unidades estadísticas, el objetivo general del módulo, los capítulos temáticos, criterios de clasificación y soportes requeridos para la certificación.  
<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/14857>
3. El **RUAC Registro Único de Artesanos de Colombia: diseño conceptual y metodológico**, que presenta los fundamentos teóricos, normativos, metodológicos y operativos que sustentan su estructuración como una operación estadística basada en un registro administrativo continuo. Incluye los marcos legal, conceptual e institucional, los objetivos, las fases de implementación, las definiciones técnicas y los lineamientos estratégicos, en concordancia con los estándares del Sistema Estadístico Nacional (SEN). Su contenido ofrece una hoja de ruta integral para la recolección, validación y análisis de información estadística sobre la población artesana en Colombia, con el fin de apoyar la formulación de políticas públicas, focalizar la oferta institucional y garantizar la interoperabilidad y calidad de los datos. Este documento es un insumo técnico esencial para el desarrollo del RUAC como herramienta permanente de planificación, monitoreo y toma de decisiones.  
<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/14858>

El RUAC presenta información sobre variables geográficas que permiten ubicar territorialmente al artesano (departamento, municipio, región, rural o urbano), variables sociodemográficas que permiten segmentar y comprender la composición poblacional (edad, sexo, nivel educativo, grupo étnico, actividad económica, ingresos, vulnerabilidad, pertenencia a población de especial protección constitucional, condición de discapacidad funcional (con base en los criterios del Grupo de Washington), variables de forma de organización o relación laboral que permiten comprender las formas de vinculación y trabajo asociativo (trabajo individual o colectivo, pertenencia a organización gremial o asociación, forma de comercialización de los productos). No se evidenció la formulación de variables Intrínsecas que permiten reconocer los intereses o costumbres en el uso de canales de atención y escenarios de relación con la entidad preferidos por los artesanos. Tampoco se evidencian variables relacionales ni comportamentales.

En complemento con lo anterior, actualmente Artesanías de Colombia se encuentra desarrollando el diseño e implementación del Registro Único de Artesanos de Colombia – RUAC como una Operación Estadística basado en el Registro Administrativo continuo, en cumplimiento de la Ley 36 de 1984 y su reglamentario 258 de 1987, la Ley 2184 de 2022

y del Decreto Reglamentario en proceso de oficialización, así como los protocolos de producción estadística estratégica del Sistema Estadístico Nacional (SEN).

El objetivo general de esta Operación Estadística es proporcionar información estratégica, y actualizada del subsector de artesanías, así como sobre los Artesanos y su Taller de Producción de Artesanías que permita la definición de líneas de base para la toma de decisiones.

Esta línea estratégica de trabajo de producción de datos estadísticos de calidad se estructura como el insumo para que se pueda dar cumplimiento a la Misión Institucional definida: *Liderar la estrategia de Gestión Social Integral – GSI, para el desarrollo y fortalecimiento del sector artesanal, dignificando la vida y el oficio del artesano, con procesos sostenibles y responsables en el codiseño, innovación, creación, promoción y comercialización de las artesanías, orientado a preservar, conservar el legado de los saberes ancestrales y tradicionales, fomentar el turismo y proteger el patrimonio cultural.*

Se ha propuesto identificar las necesidades de la actividad artesanal, conocer y caracterizar a los actores asociados a dicha actividad, de manera que se puedan encontrar soluciones innovadoras, pertinentes y estructuradas a las diversas problemáticas y condiciones regionales.

El RUAC, de acuerdo con lo señalado en el documento denominado Bases Plan Nacional de Desarrollo, se puede convertir en fuente de información consolidada y verificada, ya que este tiene como base el Catálogo de Oficios y Técnicas Artesanales expedido por Artesanías de Colombia S.A. – BIC, tiene por objetivo general, *“obtener y proporcionar información estadística estratégica actualizada sobre el número, ubicación y características básicas de la población artesana residente en Colombia; así como sobre las características de la producción de artesanías que permitan a Artesanías de Colombia S.A. BIC y al resto de la estructura del Gobierno nacional y territorial, basado en datos de calidad, tomar las decisiones de focalización de política pública encaminadas a mejorar las condiciones de vida y bienestar de los artesanos”.*

La importancia de la caracterización de los Artesanos requiere de la implementación de investigaciones permanentes como el RUAC y periódicas que lo complementen mediante encuestas especializadas (módulos) que permitan profundizar en conocimientos específicos para el desarrollo de políticas públicas del sector artesanal. Definir módulos de acuerdo con las necesidades de información de la entidad, así como de usuarios especializados, los cuales deben suplir una serie de protocolos que determine la entidad para garantizar la pertinencia estadística de cada nuevo módulo.

Esta definición de nuevos módulos debe cumplir con todos los estándares estadísticos que se han definido para el módulo básico, garantizando con esto la comparabilidad y complementariedad de los datos. Debe ser producto de un diagnóstico previo que debe

tener en cuenta el componente misional de la entidad, así como las necesidades futuras de datos para el desarrollo de estudios especializados por usuarios externos e internos y estén enmarcados dentro de requerimientos para la caracterización del artesano, así como para la formulación, seguimiento y evaluación de política pública que contribuya al desarrollo y fortalecimiento del sector artesanal, bajo los ejes centrales definidos en el PND para este sector que requiere recabar datos de calidad por parte de la entidad.

En la tabla 1 se resumen los capítulos, objetivos y secciones de las preguntas que conforman el formulario RUAC.

Tabla 1. Capítulos, objetivos y secciones RUAC

Capítulos	Objetivos	Secciones
1: Consentimiento Informado:	Determinar una política institucional de manejo del microdato en el marco de la Ley de reserva Estadística.	Sección I: Control de la edad. Sección II: Consentimiento Informado.
2: Localización Geográfica e Identificación del Taller de Producción de Artesanía:	Recolectar datos estadísticos acerca de la ubicación y características de esta unidad económica como su dirección, municipio, departamento, territorios étnicos y coordenadas geográficas. Esta información es importante para llevar un registro completo y actualizado de talleres de producción de artesanías en Colombia, lo que facilita la gestión de políticas y programas de fomento a la actividad artesanal en el país. Además, permite una mejor identificación y análisis de las características socioeconómicas y culturales de las comunidades de artesanos en diferentes regiones del país.	Sección I: Localización Geográfica del Taller de Producción de Artesanías. Sección II: Características del taller de producción de artesanías.
3: Datos Personales.	Recopilar las variables básicas de identificación del artesano, como su nombre completo, tipo y número de identificación, fecha de nacimiento, sexo, lugar de nacimiento, lugar de residencia y datos de contacto – redes sociales, permite a la entidad identificar y localizar a los artesanos registrados en el RUAC de manera efectiva y eficiente. Estos datos son fundamentales para realizar investigaciones y proyectos de desarrollo que involucren a los artesanos, así como para establecer políticas y programas específicos para el sector artesanal en Colombia. Además, conocer los datos de contacto de los artesanos permite establecer comunicación directa con ellos y mantenerlos informados sobre eventos, oportunidades y proyectos relacionados con su actividad.	

4: Historia de Vida en el oficio	Recabar todos los datos asociados al proceso de producción de artesanía y sus respectivos soportes documentales que faciliten la implementación del Modelo de Validación de “Ser Artesano” por parte del Grupo de Validación de Artesanías de Colombia S.A. – BIC como lo determina la Ley 36 de 1984 y la 2184 de 2022.	<p>Sección I: Características del oficio</p> <p>Sección II: Nivel de destreza</p> <p>Sección III: Herramientas y/o máquinas utilizadas en la producción de artesanía</p> <p>Sección IV: Características del producto.</p> <p>Sección V: Innovación y desarrollo</p> <p>Sección VI: Comercialización</p> <p>Sección VII: Organizaciones y asociaciones</p>
5: Datos de la Vivienda del Artesano	Realizar la caracterización básica del Artesano lo cual permitirá a Artesanías de Colombia S.A. - BIC conformar un Marco Estadístico con variables clasificadoras en lo sociodemográfico y económico de esta población objetivo y poder estructurar “nuevos módulos de datos necesarios para el cumplimiento misional de la entidad”. Adicional, permite Identificar la calidad de la Vivienda donde reside habitualmente el Artesano y su Hogar, como proxy de vulnerabilidad, permitiendo de forma transparente identificar los posibles beneficiarios de los programas de la entidad.	<p>Sección I: Tipología de vivienda particular.</p> <p>Sección II: Material predominante de paredes y pisos.</p> <p>Sección III: Conexión a servicios públicos.</p> <p>Sección IV: Tipo de conexión del sanitario.</p> <p>Sección V: Disponibilidad de desechos.</p> <p>Sección VI: Tenencia.</p>
6: Características Sociodemográficas del Artesano	Identificar las características básica demográficas, sociales y económicas del artesano certificado.	<p>Sección I: Total cuartos del hogar y exclusivos para dormir.</p> <p>Sección II: Total, personas que conforman el hogar y situaciones vividas por el artesano o algún miembro de su hogar.</p> <p>Sección III: Actividad económica del artesano.</p> <p>Sección IV: Características sociodemográficas del artesano.</p>

Fuente: Artesanías de Colombia, 2025.

Se resalta en la entidad la elaboración de un Informe Estadístico y Cualitativo de los Sistemas Bibliográficos CENDAR, Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía (CENDAR) (período 1 de enero al 6 de junio de 2025), con el propósito analizar el comportamiento de los usuarios, los patrones de tráfico y la interacción dentro los sistemas bibliográficos del CENDAR durante el primer semestre de 2025. Este análisis se



basó en los datos generados a través de la plataforma Google Analytics y tiene como fin contribuir a la toma de decisiones orientadas a mejorar la visibilidad, el acceso y el uso del repositorio como herramienta de gestión del conocimiento.

Así mismo, la Encuesta Digital CENDAR 2024 cuyo objetivo es reconocer la percepción de los usuarios acerca del servicio de consulta y experiencia dentro de la plataforma digital del CENDAR. Se identifican dificultades en el proceso de consulta, se recopilan sugerencias para mejorar la accesibilidad y la organización de los recursos, conocer el perfil de los usuarios y disponibilidad de información sobre los temas de consulta.

Se encontró el estudio de caracterización y encuestas de satisfacción Expoartesanías 2023, con el propósito de identificar el nivel de satisfacción de las ferias dentro del público expositor y dentro del público visitante, para conocer la percepción de los productos y a partir de este poder generar información relevante que ayude a fortalecer y mejorar la experiencia de ambos públicos en futuras versiones. Población objetivo expositores (Empresas, entidades y asociaciones que aparecen como expositores facturables únicos) y visitantes masivos (Hombres y Mujeres mayores de edad que asisten a la feria y que han experimentado la feria durante por lo menos 1 hora)

#### Recomendaciones:

A partir de lo observado en el documento **RUAC Registro Único de Artesanos de Colombia: contenido temático**, la opción de respuesta 'No binario' no corresponde a una categoría de sexo, sino de género. Se sugiere corregir la formulación de la pregunta para diferenciar ambas variables (sexo, género o identidad de género).

Reemplazar la palabra limitaciones por **dificultades funcionales**. En la sección IV: Características sociodemográficas del artesano del capítulo de Características Sociodemográficas del Artesano, se hace uso de la palabra **limitaciones** para la medición de dificultades funcionales internacionalmente comparables según lineamientos del Grupo de Washington.

Agregar la opción palenquero en Autorreconocimiento étnico en la sección IV: Características sociodemográficas del artesano.

Agregar preguntas de orientación sexual e identidad de género en el Capítulo 3: Datos Personales de la Persona Natural Registrada.

Implementar procesos de verificación de la información utilizando registros administrativos como el Registro Único de Afiliados (RUAF) y la Base de Datos Única de Afiliados (BDUA) del régimen contributivo y subsidiado del Ministerio de Salud y Protección Social, así como la validación del documento de identificación a través del Archivo Nacional de Identificación (ANI) de la Registraduría Nacional del Estado Civil.

Elaborar módulo de caracterización de las Organizaciones Gremiales de Artesanos<sup>1</sup>, con el diseño e implementación de parámetros de control de calidad que garantice que sus datos puedan ser considerados datos básicos oficiales en el marco del Sistema Estadístico Nacional - SEN, y estar armonizado con el RUAC el cual permite identificar socios vinculados a estas organizaciones. Esta caracterización debe complementarse con la verificación del cumplimiento de los requisitos legales establecidos. El Marco legal en el cual está soportado el RUAC, se tiene la Ley 36 de 1984, por la cual se reglamenta la “Profesión de Artesano”. En su artículo 3º la Ley, facultó a Artesanías de Colombia S.A. – BIC para que reglamente y organice el Registro de Artesanos y Organizaciones Gremiales de Artesanos, basado en un “Índice de Oficios Artesanales” elaborado por el Sena.

Elaborar módulo de caracterización sobre Artesanos pertenecientes a Resguardos indígenas<sup>2</sup> mediante módulos especializados de acuerdo con las necesidades de información de la entidad. El RUAC obtendrá información básica sobre estas Instituciones legales y sociopolíticas de carácter especial indivisible, inalienable, imprescriptible e inembargable.

Elaborar módulo de caracterización que incluya variables Intrínsecas (intereses, lugares de encuentro, acceso a canales, uso de canales, conocimiento, dialecto), relacionales (calificación de la experiencia del ciudadano con la entidad, frecuencia y tiempos de interacción en escenarios de relacionamiento) y comportamentales (niveles de uso, beneficios buscados, eventos) para fortalecer el relacionamiento institucional, mejorar la toma de decisiones y orientar con mayor precisión la oferta de valor, servicios y acciones institucionales.

---

1 Organización gremial de artesanos Una organización gremial de artesanos es una asociación o entidad conformada por artesanos que comparten intereses comunes y se unen para promover y proteger los derechos, intereses y necesidades del gremio artesanal. Estas organizaciones están orientadas a representar y dar voz a los artesanos en asuntos relacionados con su actividad, buscando mejorar las condiciones laborales, sociales y económicas de los miembros.

2 Institución legal y sociopolítica de carácter especial indivisible, inalienable, imprescriptible e inembargable; está conformada por una o varias comunidades de ascendencia amerindia, que, con un título de propiedad colectiva o comunitaria, posee un territorio y se rige para el manejo de este y de su vida interna por una organización social ajustada al fuero indígena, el cabildo o a sus pautas y tradiciones culturales. Poseen resolución o acuerdo de creación emitido por el INCORA o el INCODER o la Agencia Nacional de Tierras.

Fortalecer el sistema de recolección de información Estadístico y Cualitativo CENDAR arrojado por google Analytics, con variables comportamentales, a saber: niveles de uso (frecuencia de interacción del usuario, potencial, primera vez o habitual), eventos (momentos que generan la necesidad de interactuar con la entidad) y variables relacionales (frecuencia y tiempos de interacción en escenarios de relacionamiento, temas más demandados y de mayor interés en cada uno de los escenarios de relacionamiento identificados, calificación de la experiencia del ciudadano con la entidad. De manera complementaria la encuesta digital, vinculando variables geográficas, demográficas, intrínsecas y relacionales con enfoque en las políticas de relacionamiento con la ciudadanía.

## **Avances en el Procedimiento de Identificación y Caracterización de Partes Interesadas – Artesanías de Colombia 2025**

En esta sección se presentan las acciones desarrolladas como parte del procedimiento de identificación y caracterización de las partes interesadas de Artesanías de Colombia para el año 2025. Estas actividades permitieron estructurar la metodología, establecer un equipo de trabajo interdisciplinario, con el propósito de orientar de manera planificada la recolección de información, consolidar insumos técnicos y analizar los actores clave que se relacionan con la entidad. A continuación, se describen las principales etapas y los resultados obtenidos.

1. Elaboración de un plan de trabajo con la estrategia para la recolección y consolidación de información de las partes interesadas de Artesanías de Colombia S.A.-BIC para el año 2025.
2. Desarrollo de una mesa de trabajo con el equipo técnico de Relacionamiento con la Ciudadanía que apoyará la caracterización de las partes interesadas de Artesanías de Colombia S.A.-BIC.
3. Socialización, retroalimentación y aprobación del plan de trabajo del contrato ADC-2025-247.
4. Diseño y elaboración del documento metodológico e instrumentos plantilla PESTEL, plantilla de caracterización, formato equipo de caracterización, así como la matriz de identificación / priorización de partes interesadas y/o mapa de actores y grupos interesados (ver anexo 1).
5. Programación y realización de sesiones de trabajo (taller de co-creación) con actores institucionales de procesos estratégicos, misionales, apoyo, evaluación para implementar la metodología de identificación de partes interesadas. Se formalizó el equipo de trabajo de AdC que implementará la caracterización (ver anexo 2). Como resultado se identificó y enlistó las partes interesadas de AdC.

6. Acompañamiento técnico y seguimiento para el diligenciamiento de la matriz de caracterización de partes interesadas de AdC. Como resultado se completó la matriz de caracterización partes interesadas de AdC 2025 (ver anexo 3).
7. Elaboración formulario de levantamiento información ejercicios de caracterización partes interesadas AdC (enlace forms), y solicitud diligenciamiento a las áreas de la entidad. Como resultado, se recabó información sobre ejercicios de caracterización desarrollados por la entidad en vigencias anteriores (ver capítulo de antecedentes).
8. Análisis de la matriz de caracterización de partes interesadas AdC 2025 y elaboración del ***Informe de Resultados Análisis de Impacto e Influencia de Partes Interesadas de Artesanías de Colombia 2025***, con recomendaciones sobre la priorización para el ejercicio de caracterización 2025, a saber: Organizaciones indígenas representativas y Aliados del Sector Privado y Comercial. Así mismo, el diseño de instrumentos de recolección de datos (encuesta / entrevista) con variables geográficas, demográficas, intrínsecas, de comportamientos, relacionales (ver anexo 4).

## Resultado Análisis de Impacto e Influencia de Partes Interesadas de Artesanías de Colombia 2025

### Introducción

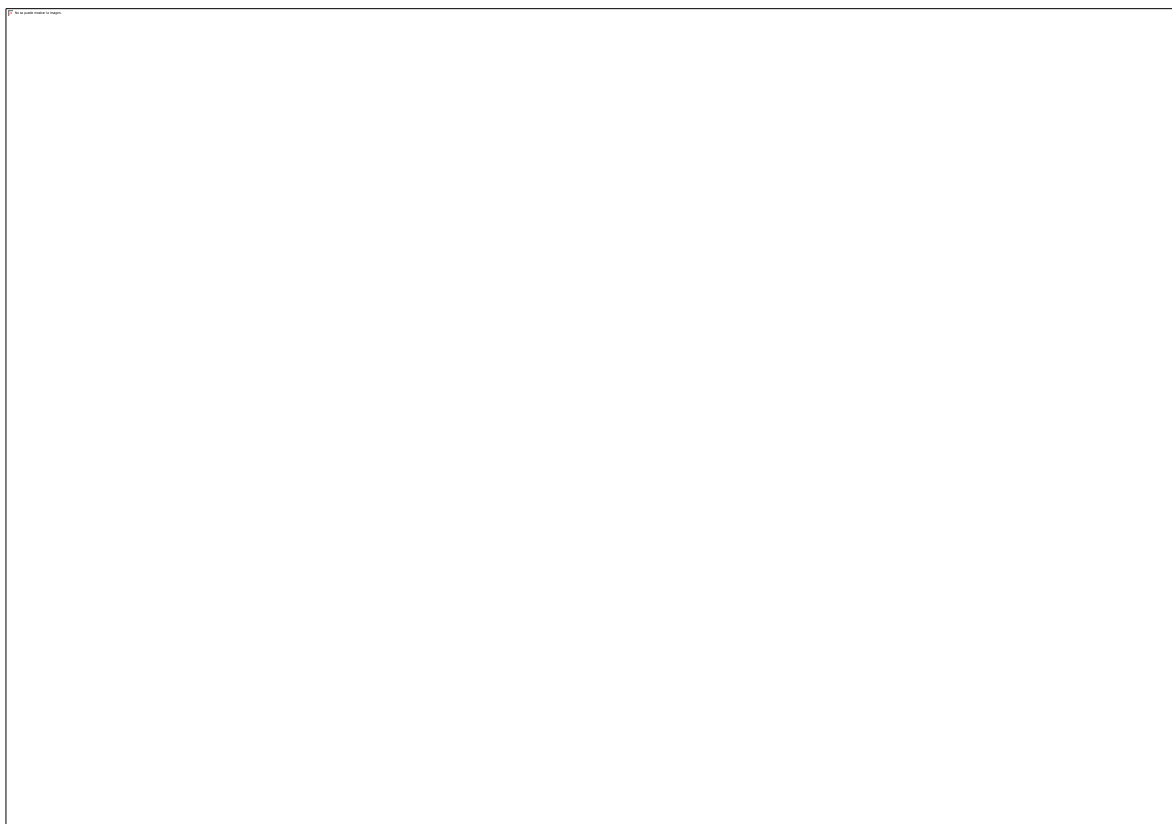
En este informe se analizan veintidós (22) categorías de actores (partes interesadas) de Artesanías de Colombia - AdC, evaluando para cada categoría su nivel de influencia (poder para incidir en AdC) y nivel de impacto (grado en que las acciones de AdC les afectan o les importan). Conforme al mapeo de actores, estos criterios permiten priorizar stakeholders en una matriz de impacto e influencia. En dicha matriz, por ejemplo, un actor de alta influencia y alto impacto se ubica en el cuadrante superior derecho y es considerado de máxima prioridad, mientras que un actor de alta influencia con bajo impacto se ubica en un cuadrante de prioridad intermedia. Generalmente, los actores clave con alta influencia y alto impacto deben ser gestionados de cerca (trabajar para ellos); aquellos de alta influencia pero menor impacto deben mantenerse satisfechos (trabajar con ellos); los de baja influencia pero muy impactados deben mantenerse informados/apoyados y nunca ignorados; y los de baja influencia y bajo impacto requieren solo monitoreo mínimo. A continuación, se presenta un análisis resumido por cada categoría de actor, incluyendo sus principales necesidades, expectativas, los resultados de su nivel de influencia e impacto, y la estrategia recomendada para fortalecer el relacionamiento con AdC. Esto permite orientar las acciones de involucramiento según la prioridad de cada grupo. Posteriormente, se brindan recomendaciones sobre actores priorizados para profundizar el estudio de caracterización, y propuesta de instrumentos para tal fin.

Ilustración 1. Partes interesadas AdC

1. Academias / Centros de Investigación
2. Agencias de Promoción / Eventos
3. Artesanos
4. Banca
5. Colaboradores
6. Clientes compradores de Artesanías
7. Empresas privadas / Comerciales
8. Entidades Ambientales
9. Entidades de Normalización / Certificación
10. Entidades del Gobierno Nacional
11. Entidades del Gobierno Territorial
12. Entidades homólogas Internacionales
13. Entidades públicas con funciones de protección y garantía de derechos
14. Gremios
15. Medios de Comunicación
16. Organismos de Cooperación Internacional
17. Organizaciones étnicas / comunitarias representativas / Gobiernos Propios
18. Organizaciones Sociales de Artesanos
19. Órganos de Control
20. Órganos de Dirección
21. Proveedores
22. Relaciones Bilaterales

Fuente: Elaboración propia. Tomado de la matriz de caracterización de partes interesadas de AdC 2025 (anexo 3).

Ilustración 2. Matriz de impacto e influencia.



Fuente: Elaboración propia. Tomado de la matriz de caracterización de partes interesadas de AdC 2025 (anexo 3).

## Análisis por Categoría de Actor

### 1. *Academias / Centros de Investigación*

**Nivel de Influencia/Impacto:** Bajo/Bajo. Academias (estos actores – p. ej., instituciones educativas – no tienen mucho poder sobre AdC y las acciones de AdC tampoco les afectan significativamente). Se ubican en un cuadrante de prioridad baja, requiriendo monitoreo básico. Los centros de investigación especializados (por ejemplo, en recursos naturales útiles para artesanía) no inciden directamente en AdC y las actividades de AdC apenas les afectan. Son actores de prioridad baja, a monitorear ocasionalmente.

**Principales necesidades:** Academias: Difundir y sensibilizar sobre la labor artesanal y la cultura tradicional en entornos educativos. También integrar la enseñanza de oficios artesanales en colegios y universidades (incluir saberes artesanales en la formación). Centros de Investigación: Colaboración científica y apoyo mutuo en investigación aplicada al sector artesanal. Estos centros

generan conocimiento (por ejemplo, sobre materias primas, tintes naturales, sostenibilidad) y requieren socios como AdC para llevar ese conocimiento al territorio. Necesitan financiamiento compartido, datos de campo, o facilitar acceso a comunidades artesanas para estudios.

**Principales expectativas:** Academias: Que AdC actúe como aliado pedagógico, apoyando jornadas educativas y didácticas sobre artesanía. Esperan colaboración de AdC para organizar charlas, talleres o visitas que acerquen el conocimiento artesanal a estudiantes. Centros de Investigación: Que AdC apoye y utilice sus hallazgos en beneficio de las comunidades artesanas. Esperan unir esfuerzos logísticos y financieros para, por ejemplo, probar nuevas tecnologías o procesos con artesanos, validar prácticas tradicionales con método científico, o co-organizar proyectos de investigación-acción. También buscan reconocimiento de su aporte técnico.

**Estrategia de relacionamiento:** Academias: Dado su bajo impacto e influencia, la estrategia se centra en acciones puntuales de vinculación educativa. Se recomienda que AdC, a través de su centro de investigación CENDAR, coordine sesiones de sensibilización en instituciones académicas (visitas guiadas, conferencias) para fomentar el interés por la artesanía en las nuevas generaciones. Esto fortalece el relacionamiento sin demandar un esfuerzo permanente alto, manteniendo informado y conectado a este sector con la misión de AdC. Centros de Investigación: Alianzas puntuales en I+D (Investigación y Desarrollo). Se sugiere firmar convenios marco de cooperación con universidades o centros de investigación, de modo que cuando surja un proyecto relevante (p. ej. estudiar fibras naturales locales) AdC pueda colaborar. El relacionamiento puede mantenerse mediante intercambio de información (compartir estudios, estadísticas del sector) y encuentros académicos ocasionales (seminarios, mesas científicas artesanales). Esto satisface sus intereses sin exigir interacción constante, aprovechando resultados científicos en la medida que agreguen valor a los programas de AdC.

## **2. Agencias de Promoción / Eventos**

**Nivel de Influencia/Impacto:** Bajo/Alto. Estas entidades (ej.: ferias comerciales, corporaciones como Corferias) tienen poca influencia directa sobre AdC, pero son muy impactadas por la participación de AdC en sus eventos (AdC aporta contenido, artesanos y prestigio). Se clasifican como actores de baja influencia pero alto impacto, por lo que deben ser mantenidos informados y apoyados.

**Principales necesidades:** Establecer alianzas con AdC para generar eventos exitosos y lograr ingresos. Necesitan que AdC participe activamente en ferias y exhibiciones, aportando artesanos, muestras culturales y promoción.

**Principales expectativas:** Que AdC contribuya a aumentar el público y los expositores en los recintos feriales. Esperan que, al colaborar, AdC atraiga más artesanos y visitantes, beneficiando la dinamización comercial de sus eventos.

**Estrategia de relacionamiento:** Fortalecer la colaboración estratégica en eventos. AdC debe mantener comunicación constante con estas agencias, compartiendo calendarios, facilitando la participación de artesanos en ferias y co-creando eventos. Por ejemplo, firmar convenios de cooperación con entidades feriales para asegurarse de que AdC tenga presencia en eventos clave,



brindando apoyo logístico y promocional. Esto satisface sus expectativas (eventos más concurridos) a la vez que AdC gana visibilidad, en un esquema de ganar-ganar.

### 3. Artesanos

**Nivel de Influencia/Impacto:** Alto/Alto. Los artesanos son la razón de ser de AdC; tienen máximo interés e impacto (las decisiones de AdC los afectan profundamente) y también influencia alta ya que su participación y retroalimentación pueden determinar el éxito de los programas. Son actores clave de prioridad máxima que deben gestionarse de cerca.

**Principales necesidades:** Acceso a información y recursos para mejorar su actividad. Requieren materiales de comunicación (audios, imágenes, videos) sobre convocatorias, capacitaciones y programas de AdC. También necesitan apoyo en promoción y comercialización de sus productos, financiamiento, formación técnica y asistencia para preservar sus técnicas tradicionales.

**Principales expectativas:** Recibir información oportuna, precisa, clara y verídica sobre las oportunidades (ferias, concursos, talleres) para participar activamente. Esperan que AdC cumpla sus promesas con transparencia, contribuya a mejorar sus ingresos y condiciones de vida, y valore sus saberes tradicionales. En suma, anhelan que AdC realmente impacte de forma positiva sus comunidades mediante proyectos pertinentes.

**Estrategia de relacionamiento:** Profundizar un relacionamiento participativo y permanente. AdC debe involucrar a los artesanos en la planificación de programas, mantener un diálogo fluido (mesas de trabajo locales, consultas frecuentes) y brindar acompañamiento continuo. Estrategias recomendadas incluyen: establecer canales de comunicación directos (por ejemplo, grupos de WhatsApp por región, radio comunitaria), co-diseñar proyectos con sus aportes, fortalecer la asistencia técnica en campo y garantizar seguimiento personalizado. Al ser aliados estratégicos de alto impacto, es vital fomentar la confianza y corresponsabilidad, asegurando que sus necesidades y sugerencias guíen las acciones institucionales.

### 4. Banca

**Nivel de Influencia/Impacto:** Bajo/Bajo. El sector financiero (ej.: bancos que apoyan ferias) tiene poca influencia en las decisiones de AdC y su grado de afectación por AdC es limitado. Se consideran de baja prioridad y requieren un relacionamiento básico.

**Principales necesidades:** Oportunidades de visibilidad comercial dentro del ecosistema artesanal. Por ejemplo, los bancos desean promocionar sus servicios financieros en espacios organizados por AdC (ferias, Expoartesanías) y acompañar a AdC ofreciendo productos (créditos, cuentas) adaptados a artesanos.

**Principales expectativas:** Ampliar su base de clientes dentro del sector artesanal. Esperan que AdC facilite el contacto con artesanos y emprendedores, para ofrecer bancarización, microcréditos u otros servicios. También valoran participar en iniciativas conjuntas de educación financiera o apoyo a emprendimientos artesanales, lo que mejora su imagen y cumplimiento de responsabilidad social.

**Estrategia de relacionamiento:** Mantenerlos satisfechos a un nivel básico, facilitando su participación en eventos y proyectos cuando sea pertinente. AdC puede invitar a entidades bancarias a ferias para que tengan stands o charlas informativas, y articular convenios donde la banca ofrezca líneas de crédito preferenciales para artesanos. Si bien no son decisivos para AdC, estas acciones fortalecen la relación de manera sencilla: los bancos logran visibilidad y nuevos clientes, y los artesanos obtienen acceso a financiamiento. Se recomienda comunicación esporádica para compartir oportunidades de colaboración, sin requerir un involucramiento profundo dado su menor impacto.

## 5. Colaboradores

**Nivel de Influencia/Impacto:** Alto/Medio. Servidores públicos: tienen alta influencia en el logro de los objetivos institucionales y medio impacto en tanto las decisiones de AdC afectan su trabajo y motivación. Contratistas: Su impacto es alto porque sus aportes técnicos y administrativos inciden directamente en el cumplimiento de procesos y resultados institucionales. A su vez, tienen un nivel de influencia elevado, ya que la calidad y oportunidad de su trabajo afecta la operación y la eficiencia de la entidad.

**Principales necesidades:** Servidores Públicos: Un entorno laboral óptimo que combine condiciones adecuadas (remuneración justa, bienestar, seguridad y salud en el trabajo) con propósito y desarrollo profesional. Buscan claridad en las metas, capacitación continua, buen liderazgo y recursos para cumplir con su labor en territorio. Contratistas: Los contratistas requieren claridad contractual y procedimental, así como comunicación institucional confiable que garantice trazabilidad. Necesitan información verificada y oportuna para cumplir con los objetos de sus contratos, y acompañamiento técnico puntual que oriente la ejecución sin configurar subordinación. También valoran procesos de inducción adecuados que fortalezcan sus capacidades de gestión.

**Principales expectativas:** Servidores Públicos: Que su trabajo genere un impacto real en los territorios – es decir, comprobar que sus esfuerzos mejoran la calidad de vida de los artesanos. Esperan reconocimiento por sus logros, oportunidades de crecimiento, estabilidad laboral y que la institución cumpla su misión de forma efectiva (lo cual les brinda orgullo y motivación). En resumen, desean una gestión que les permita marcar la diferencia socialmente mientras progresan en lo personal/profesional. Contratistas: Esperan certeza, legalidad y respaldo institucional en la ejecución de sus contratos, con acceso a la información y soporte necesarios para aportar con eficacia, siempre dentro de los límites del marco jurídico de la contratación estatal. Asimismo, buscan un relacionamiento respetuoso y transparente, que evite ambigüedades y refuerce la seguridad jurídica de su vinculación.

**Estrategia de relacionamiento:** Servidores Públicos: Fortalecimiento del clima organizacional y la participación interna. Para mantener comprometidos a estos actores, AdC debe invertir en programas de bienestar, capacitación y comunicación interna transparente. Estrategias como: realización de reuniones periódicas de retroalimentación, involucrar a los colaboradores en la planeación estratégica (escuchar sus ideas desde terreno), reconocer públicamente logros individuales y de equipo, y asegurar que se transmitan las historias de éxito de artesanos a los funcionarios (para reforzar el sentido de propósito). Un colaborador motivado y alineado con la

misión se traduce en mejor servicio a los artesanos; por ello, es crucial gestionar este grupo con la máxima atención, similar a cualquier aliado estratégico externo. Contratistas: La gestión con contratistas debe basarse en canales formales y trazables (correo electrónico y soportes documentales), evitando la informalidad en chats o comunicaciones verbales sin registro.

## **6. Clientes Compradores de Artesanías**

**Nivel de Influencia/Impacto: Alto/Alto:** Los clientes compradores de artesanía son actores externos con influencia y impacto altos, pues de sus decisiones de compra depende directamente la sostenibilidad económica de los artesanos y de Artesanías de Colombia como intermediario y promotor. Sus preferencias influyen en la oferta de productos, en las estrategias de comercialización y en la percepción de valor de la artesanía colombiana en mercados nacionales e internacionales.

**Principales necesidades:** Buscan productos de calidad, autenticidad y diseño atractivo, con precios justos y accesibles. Requieren canales de compra confiables y diversos (tiendas físicas, ferias, plataformas en línea), así como información clara y transparente sobre el origen de las piezas, sus procesos de elaboración y certificaciones de autenticidad que respalden su valor cultural.

**Principales expectativas:** Desean que la compra sea una experiencia enriquecedora, con atención personalizada, relatos que conecten con la cultura y el artesano, y una vivencia que trascienda lo comercial para convertirse en un acercamiento a la tradición. Esperan que su compra tenga impacto social y cultural positivo, contribuyendo a la preservación de técnicas artesanales y al bienestar de las comunidades. También valoran la posibilidad de establecer una relación de confianza y largo plazo, con innovación en diseños que mantengan la esencia artesanal y con canales de comunicación que los mantengan informados de novedades.

**Estrategia de relacionamiento:** Artesanías de Colombia debe promover un relacionamiento basado en la experiencia cultural y la transparencia. Esto implica garantizar productos auténticos con respaldo de certificaciones, mantener precios claros y accesibles, y ofrecer atención personalizada en todos los canales. Es clave narrar las historias detrás de cada pieza, mostrar el impacto social de las compras y reforzar la confianza con comunicación constante sobre nuevas colecciones, ferias y campañas. En síntesis, la estrategia debe combinar calidad, relato cultural e innovación responsable, consolidando al comprador como aliado en la preservación y promoción de la artesanía colombiana.

## **7. Empresas privadas / Comerciales**

**Nivel de Influencia/Impacto:** Bajo/Medio. Este grupo (empresas del sector privado con las que AdC puede asociarse, p. ej. empresas con programas de RSE – Responsabilidad Social Empresarial) posee alta influencia potencial vía recursos o alianzas, pero su impacto directo recibido de AdC es moderado. Se podrían ubicar como actores de “baja influencia, medio impacto”, por lo que conviene mantenerlos informados.

**Principales necesidades:** Cumplir sus objetivos de responsabilidad social y valor compartido. Las empresas buscan que AdC les ayude a atender a sus grupos de interés – por ejemplo, comunidades donde operan, población artesana en su cadena de valor – para ejecutar proyectos sociales. También requieren oportunidades de co-branding y reputación (asociarse con AdC les añade legitimidad cultural).

**Principales expectativas:** Que AdC desarrolle capacidades en las comunidades o grupos que a la empresa le interesa apoyar. Por ejemplo, una empresa espera que al aliarse con AdC se impartan talleres o programas que mejoren las habilidades productivas de artesanos proveedores, generando un impacto que la empresa pueda reportar. Asimismo, esperan profesionalismo y cumplimiento de AdC en cualquier convenio (entrega de resultados, transparencia).

**Estrategia de relacionamiento:** Alianzas público-privadas focalizadas. Se recomienda identificar empresas líderes afines a la artesanía (moda, decoración, turismo) y proponer proyectos conjuntos donde la empresa aporte financiamiento o infraestructura, y AdC aporte conocimiento del sector y ejecución en campo. Mantenerlos satisfechos implica comunicar resultados periódicamente y resaltar el valor que la empresa obtiene (mejora de imagen, impacto social). Por ejemplo, AdC puede suscribir convenios de RSE con empresas como Ecopetrol (ya aliado) y otras, creando programas de emprendimiento artesanal en regiones de influencia de la empresa. La clave es ofrecerles participación en iniciativas de alto valor social y cultural, con mínima carga operativa para ellos, garantizando que sus expectativas de impacto se cumplan mientras AdC expande recursos para los artesanos.

## **8. Entidades Ambientales**

**Nivel de Influencia/Impacto:** Medio/Medio. Incluye autoridades ambientales (p. ej. Ministerio de Ambiente, corporaciones autónomas regionales como CAR). Tienen influencia significativa porque regulan recursos naturales clave para la artesanía (fibras, arcillas, tintes) y pueden apoyar o frenar proyectos, y medio impacto ya que el éxito de proyectos artesanales sostenibles depende de su articulación.

**Principales necesidades:** Asistencia técnica conjunta e integral para proyectos productivos sostenibles. Estas entidades buscan que AdC brinde acompañamiento a unidades artesanales en el uso responsable de recursos naturales, cumplimiento de normativas ambientales y fortalecimiento comunitario. Necesitan colaborar para integrar objetivos de conservación con desarrollo artesanal.

**Principales expectativas:** Una atención al sector artesanal coordinada y efectiva. Esperan que AdC se articule con ellos para atender a comunidades artesanas ubicadas en áreas ambientales sensibles, evitando impactos negativos y potenciando oportunidades (bioeconomía, etnoturismo). Quieren ver programas co-ejecutados donde se logre simultáneamente conservación del patrimonio natural y cultural.

**Estrategia de relacionamiento:** Articulación interinstitucional. Se sugiere establecer mesas de trabajo regulares entre AdC y entidades ambientales para planificar y hacer seguimiento a proyectos en común (ej: proyectos de uso sostenible de materiales locales). Firmar convenios de

cooperación que definan roles: AdC aportando conocimiento cultural/artesanal y las entidades ambientales apoyando con investigación, permisos o financiación verde. Además, intercambiar información (AdC compartiendo mapas de comunidades artesanas y necesidades, la entidad ambiental ofreciendo datos sobre recursos y normativas). Al gestionar estos actores de cerca, se fortalecen sinergias: AdC logra respaldo para proyectos ecológicamente responsables y las entidades ambientales cumplen su misión de desarrollo sostenible con enfoque cultural.

## **9. Entidades de Normalización / Certificación**

**Nivel de Influencia/Impacto:** Bajo/Medio. Este grupo (por ej., ICONTEC u otras organizaciones de normas de calidad y certificación) actualmente no influye mucho en AdC y viceversa, aunque las normas técnicas podrían impactar a los artesanos en aspectos como calidad o certificaciones de origen. Se consideran de prioridad moderada-baja.

**Principales necesidades:** Información y participación de AdC en los procesos de normalización relacionados con artesanías. Necesitan expertos que aporten insumos sobre prácticas tradicionales y estándares apropiados para productos artesanales, para complementar sus esquemas de certificación. Asimismo, requieren documentar conocimientos tradicionales para integrarlos en normas (por ejemplo, normas técnicas de denominaciones de origen, certificaciones de autenticidad).

**Principales expectativas:** Mayor colaboración de AdC en comités de norma. Esperan que AdC se involucre activamente en la elaboración de normas (participando en mesas de normalización) y mantenga comunicación fluida para alinear los criterios de certificación con la realidad cultural. También que AdC promueva entre los artesanos la adopción de estándares voluntarios de calidad que estas entidades desarrollen.

**Estrategia de relacionamiento:** Cooperación técnica puntual. Se recomienda que AdC designe enlaces o profesionales para asistir a reuniones de normalización pertinentes (p. ej., comités ISO o nacionales sobre artesanías, patrimonio cultural, etc.). Asimismo, AdC puede proveer estudios de caso, datos o facilitar pilotos en comunidades para validar normas. La relación probablemente no requiere interacción constante, pero sí mantener puertas abiertas: responder solicitudes de estas entidades, invitarles a eventos sectoriales, y actualizarse mutuamente sobre nuevos desarrollos (normas, sellos de calidad, etc.). Esto asegurará que las normas resultantes beneficien a los artesanos y que AdC tenga influencia técnica en estándares que podrían afectarlos.

## **10. Entidades del Gobierno Nacional**

**Nivel de Influencia/Impacto:** Alto/Alto. Incluye instancias del gobierno central (por ejemplo, Congreso de la República, Ministerios). Tienen enorme influencia sobre AdC mediante políticas públicas, leyes y recursos asignados, y alto impacto ya que AdC depende de su apoyo normativo y presupuestal para operar programas. Son actores en cuadrante alto-alto, prioridad máxima.

**Principales necesidades:** Información técnica confiable y asesoría experta del sector artesanal para sustentar políticas y legislación. Necesitan que AdC provea datos y evidencia para formular proyectos de ley, debates legislativos (en temas de economía popular, cultura, bioeconomía,

saberes tradicionales, etc.) y diseño de políticas públicas. También requieren visibilizar el papel de la artesanía en el desarrollo cultural, económico y regional del país, para justificar apoyos. Buscan insumos de AdC para el control político (vigilancia) de políticas que impacten al sector artesanal, y generar iniciativas que fortalezcan la identidad cultural (patrimonio inmaterial) con respaldo institucional.

**Principales expectativas:** Que AdC se involucre activamente con el Gobierno central y el Congreso: participando en audiencias públicas, mesas de trabajo o foros temáticos; articulando propuestas de política con enfoque cultural, económico y social; y aportando estudios y argumentos técnicos que apoyen iniciativas legislativas en favor de los artesanos. Esperan interlocución fluida con comisiones del Congreso (ej. de cultura, comercio, comunidades) y que AdC lidere alianzas interinstitucionales para mejorar marcos normativos del sector. En resumen, quieren un aliado técnico que les provea información, propuestas y acompañamiento constante para tomar decisiones informadas respecto al sector artesanal.

**Estrategia de relacionamiento:** Incidencia política estructurada. Se recomienda crear una Mesa Técnica Legislativa del Sector Artesanal, liderada por AdC, que reúna periódicamente a representantes del Congreso, ministerios (Comercio, Cultura, etc.) y AdC. Esta mesa serviría para intercambio de información, asesoría a congresistas y seguimiento a propuestas de ley. AdC debe posicionarse como fuente experta: entregar informes técnicos, estudios de caso y recomendaciones cada vez que se discutan políticas relativas a artesanos. Adicionalmente, mantener un canal directo con tomadores de decisión (por ejemplo, designar un enlace parlamentario institucional) para reaccionar rápidamente a consultas o convocatorias gubernamentales. Estas acciones fortalecen la relación y aseguran que AdC tenga voz en la definición de políticas, mientras el Gobierno recibe respaldo experto, cumpliéndose así las expectativas de ambos lados.

## **11. Entidades del Gobierno Territorial**

**Nivel de Influencia/Impacto:** Medio/Alto. Comprende gobiernos departamentales y municipales (p. ej., alcaldías, gobernaciones). Tienen influencia moderada sobre AdC – principalmente a través de la ejecución conjunta de proyectos locales – pero alto impacto ya que el éxito de los programas de AdC en regiones depende de su apoyo y recursos.

**Principales necesidades:** Alinear los planes de desarrollo locales con iniciativas artesanales. Las entidades territoriales necesitan integrar la artesanía en sus agendas (turismo, cultura, desarrollo económico) y dar alcance a esos objetivos mediante proyectos concretos. Requieren cofinanciación, asistencia técnica y acompañamiento de AdC para ejecutar ferias locales, talleres, centros artesanales o escuelas taller que encajen en sus planes departamentales/municipales.

**Principales expectativas:** Obtener recursos técnicos y financieros a través de AdC para potenciar sus programas artesanales. Esperan que AdC les ayude a formular proyectos, a gestionar fondos (nacionales o internacionales) y a capacitar personal local, de modo que el sector artesanal crezca en sus regiones. También anhelan reconocimiento: que las colaboraciones con AdC destaquen el compromiso del gobierno local con la cultura y la economía propia.



**Estrategia de relacionamiento:** Co-gestión y comunicación constante a nivel local. AdC debería establecer convenios o cartas de intención con gobernaciones y alcaldías priorizadas, definiendo roles claros y contrapartidas (ej.: la alcaldía aporta parte del presupuesto y AdC aporta expertos y metodología para un proyecto artesanal). Es esencial mantenerlos informados de avances y resultados – por ejemplo, a través de comités de seguimiento trimestrales en cada convenio – y brindarles visibilidad en eventos o publicaciones conjuntas. Al apoyarlos técnicamente (en formulación de proyectos, capacitación a funcionarios locales sobre el sector artesanal) se fortalece la confianza. En síntesis, acompañar de la mano a los entes territoriales permite escalar el impacto en las comunidades, asegurando además que se sientan respaldados y valorados por AdC.

## **12. Entidades homólogas Internacionales**

**Nivel de Influencia/Impacto:** Bajo/Bajo. Incluye instituciones pares en otros países (p. ej., institutos nacionales de artesanía de gobiernos extranjeros). Tienen influencia baja sobre AdC y reciben un impacto bajo de sus acciones. No determinan directamente el trabajo de AdC, pero compartir experiencias puede beneficiar a ambos.

**Principales necesidades:** Intercambio de modelos de trabajo y buenas prácticas. Estas entidades buscan conocer el modelo operativo de AdC en territorio con comunidades artesanas, y a su vez compartir el propio. Necesitan alianzas para aprendizajes mutuos, cooperación técnica, posiblemente intercambios culturales (delegaciones, exposiciones).

**Principales expectativas:** Que AdC esté abierto a compartir experiencias exitosas y lecciones aprendidas, así como recibir conocimiento de ellos. Esperan establecer convenios de cooperación internacional donde se articulen proyectos binacionales o regionales en favor de la artesanía (por ejemplo, ferias internacionales conjuntas, programas de formación de formadores). También podrían esperar apoyo de AdC para conectarse con artesanos colombianos en iniciativas globales (como la WCC – World Crafts Council).

**Estrategia de relacionamiento:** Cooperación internacional y diplomacia cultural. AdC debe aprovechar redes como la WCC, convenios bilaterales culturales o acuerdos a través de cancillería para formalizar relaciones de cooperación con sus homólogos (por ejemplo, con el Instituto Paraguayo de Artesanía, citado en la matriz). Esto implica intercambio de misiones: delegaciones de AdC visitando otros países y viceversa, organización de seminarios virtuales, y publicación de documentos comparativos. Si bien no es un relacionamiento diario, conviene designar un punto focal internacional en AdC que mantenga el contacto, identifique oportunidades de fondos de cooperación (UE, UNESCO, etc.) y coordine la ejecución de proyectos compartidos. De esta manera, ambos lados se benefician de la transferencia de conocimiento y se fortalecen las políticas artesanales a escala global.

## **13. Entidades públicas con funciones de protección y garantía de derechos**

**Nivel de Influencia/Impacto:** Bajo/Bajo. Aquí se agrupan entidades estatales de carácter social/legal (por ejemplo, Comisarías de Familia u oficinas de asuntos sociales) cuyo vínculo con AdC es tangencial. Tienen escasa influencia en las decisiones de AdC y poco impacto recibido de

las acciones de AdC, pues su mandato es específico (protección de derechos, asuntos legales) y AdC no depende mayormente de ellas para cumplir su misión.

**Principales necesidades:** Coordinación institucional para llegar a poblaciones vulnerables dentro del sector artesanal. Por ejemplo, una Comisaría de Familia podría necesitar a AdC para identificar artesanos en riesgo (víctimas de violencia intrafamiliar u otros) y así ofrecer sus servicios de protección. Su necesidad es articularse con AdC cuando los artesanos requieren orientación legal o social especial.

**Principales expectativas:** Poder extender su alcance hasta la población artesana para salvaguardar sus derechos. Esperan que AdC facilite canales para atender casos sociales (violencia, niñez, etc.) en comunidades artesanales, e incluya componentes de protección social en sus programas. En concreto, que AdC derive o reporte situaciones donde estas entidades deban intervenir, estableciendo un flujo de comunicación.

**Estrategia de relacionamiento:** Enlace institucional de bajo perfil pero efectivo. Dado el bajo volumen de interacción esperado, AdC debería identificar referentes en estas entidades (ej. trabajador social o comisario asignado) y definir protocolos de remisión: cuándo y cómo AdC contacta a la entidad social/legal ante un caso particular. Se puede firmar un acuerdo interinstitucional general para cooperación en atención a artesanos vulnerables. Capacitar a los equipos de AdC sobre la oferta de servicios de estas entidades y viceversa, para que mutuamente sepan cuándo recurrir al otro. Esta relación es de bajo mantenimiento, pero importante en casos específicos para atender integralmente a los artesanos cuando enfrentan problemáticas sociales o legales.

## 14. Gremios

**Nivel de Influencia/Impacto:** Bajo/Medio. Se refiere a gremios empresariales y cámaras de comercio (por ejemplo, ACOPI – Asociación de Pequeñas y Medianas Empresas, cámaras de comercio regionales). Tienen cierta influencia en AdC como aliados en promoción económica, pero no determinante; y un impacto medio recibido, pues AdC incide algo en sus miembros cuando impulsa la artesanía como actividad productiva.

**Principales necesidades:** Aliados para actividades de promoción y ventas. Los gremios buscan a AdC para apoyar ferias comerciales, ruedas de negocio u otras actividades que involucren a artesanos dentro de su base empresarial. También necesitan respaldo para fomentar el emprendimiento artesanal como parte del desarrollo empresarial local.

**Principales expectativas:** Fortalecimiento del sector artesanal que redunde en beneficios a sus asociados. Por ejemplo, ACOPI espera que, si AdC eleva las capacidades de artesanos, estos se formalicen y se vuelvan pequeñas empresas que eventualmente se integren a ACOPI o cámaras de comercio. Asimismo, esperan co-organizar eventos exitosos (donde ellos aportan plataforma empresarial y AdC la convocatoria de artesanos), logrando objetivos comunes de dinamización económica.

**Estrategia de relacionamiento:** Coordinación en promoción y desarrollo empresarial. Se recomienda mantener contacto periódico con los gremios para identificar sinergias: invitarles a



participar en las ferias artesanales nacionales como patrocinadores o aliados, y a su vez AdC asistir a eventos empresariales con muestra artesanal. También se puede conformar un comité mixto AdC-gremios que se reúna semestralmente para planear actividades conjuntas de apoyo a artesanos (capacitaciones en formalización, ruedas de negocios locales). Al tratarse de una relación de beneficio mutuo moderado, es suficiente con asegurarse de que ambas partes estén al tanto de oportunidades de colaboración, manteniendo satisfechos a los gremios con resultados tangibles (p.ej. número de artesanos formalizados, ventas logradas en eventos conjuntos).

## 15. Medios de Comunicación

**Nivel de Influencia/Impacto:** Alto/Bajo. Los medios (prensa, radio, televisión, redes) tienen gran influencia en la imagen pública de AdC y en la difusión de la artesanía. Se consideran actores de máxima prioridad en términos de comunicación estratégica.

**Principales necesidades:** Contenidos de calidad sobre artesanías. Los medios requieren material audiovisual, historias y datos proporcionados por AdC para llenar sus espacios informativos o de entretenimiento cultural. Necesitan acceso a artesanos, casos de éxito, imágenes y eventos que AdC organiza, para generar notas atractivas.

**Principales expectativas:** Información oportuna, precisa, concisa y veraz por parte de AdC. Esperan recibir comunicados claros, con suficiente anticipación sobre actividades (ferias, lanzamientos, concursos) y acceso a fuentes (voceros, artesanos) para entrevistas. También esperan que AdC tenga voceros preparados que faciliten su labor periodística. En síntesis, anhelan una relación donde AdC provea historias interesantes y datos fiables que ellos puedan difundir fácilmente.

**Estrategia de relacionamiento:** Gestión activa de prensa y narrativa. AdC debe gestionar a los medios como aliados clave: mantener una base de datos de periodistas interesados en temas de cultura y economía naranja, enviar boletines de prensa periódicos con novedades del sector artesanal, y organizar eventos de prensa (conferencias, visitas a talleres de artesanos) para generar contenido. Es esencial designar un oficial de comunicaciones que atienda solicitudes de medios con agilidad. Asimismo, cultivar relaciones personales con periodistas clave (invitaciones a ferias emblemáticas, facilitar exclusivas cuando sea posible) para mantener su interés. Dado su alto poder e interés, a los medios se les debe gestionar de cerca, anticipando posibles tensiones con transparencia y destacando siempre el impacto positivo de la artesanía en las comunidades, lo cual redundará en cobertura favorable para AdC.

## 16. Organismos de Cooperación Internacional

**Nivel de Influencia/Impacto:** Bajo/Medio. Engloba agencias de cooperación, ONG internacionales y organismos multilaterales interesados en desarrollo (e.g., USAID, UNESCO, GIZ). Su influencia sobre AdC es baja (pueden proveer fondos o asistencia técnica pero no dirigen la agenda de AdC) y reciben impacto moderado ya que trabajar con AdC es solo una parte de sus amplios portafolios.

**Principales necesidades:** Know-how local y redes comunitarias. Estas organizaciones necesitan de AdC su conocimiento en atención a población artesana y acceso de confianza a las

comunidades, para implementar proyectos de desarrollo económico o cultural. También requieren un socio ejecutor confiable en Colombia para canalizar recursos (técnicos y financieros) hacia iniciativas artesanales.

**Principales expectativas:** Conseguir resultados visibles al invertir en el fortalecimiento del sector artesanal. Esperan que AdC formule y presente proyectos susceptibles de financiamiento externo, y que luego ejecute eficientemente las actividades (talleres, compras de equipos, etc.), logrando indicadores de impacto (ingresos mejorados, patrimonio cultural salvaguardado, mujeres empoderadas, etc.). Asimismo, buscan prácticas de buen manejo administrativo y transparencia de AdC al usar los fondos.

**Estrategia de relacionamiento:** Alianzas para proyectos de desarrollo. AdC debe posicionarse como socio implementador ideal para programas de artesanía financiados por cooperación. Esto implica preparar perfiles de proyecto sólidos y alineados con las prioridades de los donantes (ej.: inclusión de género, sostenibilidad ambiental, posconflicto), y presentarlos activamente. Una vez obtenidos fondos, cumplir a cabalidad con reportes y metas, manteniendo informados a los organismos sobre los avances. Se recomienda también participar en mesas de cooperación internacional del sector cultura/empleo en Colombia, para visibilizar al sector artesanal. Mantener comunicación regular con oficiales de programas de estas entidades (enviándoles boletines de logro, invitando a eventos comunitarios) asegurará que se sientan partícipes y satisfechos. Aunque su influencia no sea absoluta, cultivar estas relaciones diversifica las fuentes de apoyo a AdC y puede escalar el impacto de los proyectos.

## ***17. Organizaciones étnicas, comunitarias representativas, gobiernos propios***

**Nivel de Influencia/Impacto:** Medio/Medio. Son asociaciones u órganos de gobierno de pueblos indígenas (por ejemplo, ONIC – Organización Nacional Indígena de Colombia). Tienen influencia media – pueden mediar o condicionar la entrada de AdC a sus comunidades y aportar lineamientos culturales – e impacto en cierto grado, ya que las acciones de AdC en territorios indígenas inciden en sus objetivos de autonomía y bienestar. Los resguardos o cabildos indígenas (autoridades territoriales indígenas locales) tienen influencia media – controlan acceso y actividades en sus territorios – con medio impacto por las acciones de AdC, ya que proyectos en sus comunidades afectan directamente su cultura y economía. Son similares a las organizaciones indígenas representativas pero a nivel local.

**Principales necesidades:** Que la relación con AdC respete y fortalezca su autonomía cultural. Requieren que AdC entienda sus estructuras organizativas, tiempos y formas de trabajo comunitario. Buscan apoyo para preservar saberes ancestrales, obtener recursos para proyectos productivos propios y asegurar que cualquier intervención externa esté alineada con sus planes de vida. En los resguardos indígenas se busca el reconocimiento del saber ancestral y del territorio. Los resguardos requieren que AdC valide y respete sus conocimientos tradicionales, su propiedad intelectual comunitaria, y la conexión con su tierra en cualquier actividad artesanal (p.ej. uso de ciertos materiales sagrados, protección de diseños tradicionales). También necesitan garantías de respeto a su jurisdicción: que AdC coordine con las autoridades indígenas locales antes de actuar.

**Principales expectativas:** Una colaboración equitativa y culturalmente pertinente. Esperan que AdC trabaje de la mano con ellos, consultándoles en todo momento, y que las iniciativas estén orientadas a fortalecer la autonomía de sus pueblos (no a crear dependencia). Por ejemplo, pueden esperar que AdC impulse con ellos emprendimientos artesanales comunitarios donde la gobernanza y beneficios sean manejados por la comunidad, con AdC solo como facilitador. También anhelan respeto a sus costumbres (idioma, rituales) en cada interacción. Que los resguardos sean reconocidos como pueblos con sistemas propios. Esperan una relación horizontal y respetuosa, en la que AdC entienda que ellos tienen sus propias normas y organización. Asimismo, aspiran a que cualquier proyecto fortalezca sus capacidades locales y respete su ritmo, y que el apoyo de AdC se traduzca en beneficios tangibles (mejoras económicas) sin erosionar su cultura. Pueden también esperar continuidad: no solo visitas puntuales sino seguimiento mientras sea necesario.

**Estrategia de relacionamiento:** Gestión participativa con enfoque diferencial. AdC debe aplicar un enfoque de interculturalidad en el relacionamiento: antes de iniciar cualquier proyecto, realizar consultas previas y diálogos con las autoridades indígenas representativas para cocrear la intervención. Es aconsejable formalizar acuerdos (p. ej. un convenio con ONIC u organizaciones regionales) que sienten principios de trabajo conjunto. En terreno, contar con facilitadores o profesionales indígenas dentro del equipo de AdC mejora la comunicación. La estrategia incluye flexibilidad – adaptar cronogramas a sus calendarios culturales – y corresponsabilidad, permitiendo que sean ellos quienes lideren ciertas actividades con acompañamiento técnico de AdC. Al mantener este trato horizontal, se construye confianza y se logra que los objetivos de AdC (mejorar la economía artesanal) se alcancen sin menoscabar la identidad y autodeterminación de los pueblos indígenas, cumpliendo a su vez con sus expectativas clave. Acuerdos locales y acompañamiento cultural. Al iniciar trabajo en un resguardo, AdC debe firmar acuerdos con el cabildo que detallen los objetivos del proyecto, respeto por usos y costumbres, y la participación de la comunidad en la toma de decisiones. Es recomendable involucrar a figuras de respeto local (como maestros artesanos mayores o autoridades espirituales) en calidad de asesores o guías del proyecto. La comunicación debe ser bilingüe si su lengua nativa no es español, y todo el equipo de AdC debe recibir inducción cultural. Mantener un diálogo permanente con los líderes indígenas durante la ejecución permite ir ajustando actividades según su retroalimentación. Esta estrategia asegura que el apoyo de AdC empodere al resguardo y no genere tensiones, consolidando una alianza basada en la confianza mutua.

## **18. Organizaciones Sociales de Artesanos**

**Nivel de Influencia/Impacto:** Alto/Alto. Aquí se consideran asociaciones, cooperativas o redes de artesanos constituidas formalmente. Tienen alta influencia ya que congregan a los beneficiarios principales de AdC y pueden representar sus intereses colectivos, y alto impacto porque las acciones de AdC repercuten directamente en su desarrollo organizativo y económico. Son actores clave, equivalentes a los artesanos individuales pero en forma colectiva, con quienes se debe trabajar estrechamente.

**Principales necesidades:** Mejoramiento integral de la actividad artesanal de sus miembros. Buscan el rescate y preservación de técnicas tradicionales, acceso a mercados, financiamiento,

capacitación en administración, y fortalecimiento organizativo para que su asociación prospere. En esencia, necesitan apoyo para profesionalizar la artesanía y hacer sostenible su organización.

**Principales expectativas:** Aumentar los ingresos de sus asociados y la visibilidad de la asociación. Esperan que AdC, a través de sus programas, logre abrirles oportunidades de ventas (ferias, exportaciones, tiendas) y que los artesanos mejoren la calidad y variedad de sus productos. También desean reconocimiento, que AdC los tome en cuenta en las decisiones del sector y les dé voz.

**Estrategia de relacionamiento:** Empoderamiento y co-creación. AdC debe actuar casi como socio estratégico de estas organizaciones. Una estrategia es implementar convenios de colaboración donde AdC brinda asistencia técnica continua (diseño, innovación, gestión comercial) a la asociación a cambio de compromisos de ésta en desempeño (p. ej., aumentar ventas, formalizar más artesanos). Facilitar su participación en eventos nacionales e internacionales como entidad colectiva, incluirlos en comités consultivos sectoriales y eventualmente apoyarlos para que accedan a personería jurídica o certificaciones que los fortalezcan. Al tratarlos como aliados de alto nivel, se construye capacidad local: una vez finalizado el apoyo, la organización debería ser autónoma y autosostenible en gran medida. Esto satisface sus expectativas de mejora económica y les da un rol protagónico en el ecosistema artesanal.

## **19. Órganos de Control**

**Nivel de Influencia/Impacto:** Medio /Bajo. Corresponde a entidades de control y fiscalización del Estado (Contraloría, Procuraduría, u organismos de auditoría). Tienen influencia significativa ya que a través de sus auditorías y recomendaciones pueden afectar la gestión de AdC (incluso implicaciones legales si hay hallazgos), y les impacta moderadamente lo que haga AdC en tanto sujeto vigilado (resultados y cumplimiento afectan sus informes). Se ubican en un nivel intermedio-alto de prioridad: no definen la misión pero sí condicionan el cómo se ejecuta.

**Principales necesidades:** Aplicar sus metodologías de auditoría en AdC con rigurosidad. Esto implica obtener de AdC acceso a información clara, estados financieros, indicadores de gestión y evidencias de resultados. Necesitan que AdC facilite su labor de control, cumpliendo requerimientos en tiempo y forma. También requieren que AdC tome acciones correctivas sobre recomendaciones pasadas para cerrar ciclos de mejora.

**Principales expectativas:** Uso adecuado y transparente de los recursos asignados al sector artesanal. Esperan no encontrar irregularidades en las inversiones de AdC, sino casos de éxito y buenas prácticas que puedan incluso destacarse. Asimismo, desean oportunidades de mejora identificadas – es decir, que AdC esté abierto a subsanar debilidades halladas. En últimas, su expectativa es que la gestión de AdC sea eficiente y que la entidad responda proactivamente a la vigilancia, evitando casos que ameriten sanciones.

**Estrategia de relacionamiento:** Cumplimiento y apertura proactiva. La mejor estrategia es anticiparse: AdC debe implementar internamente controles y evaluaciones que reflejen los criterios de los Órganos de Control, de modo que al llegar las auditorías formales, la casa ya esté ordenada. Mantener un canal permanente con la Contraloría/Procuraduría – por ejemplo, designar

un oficial de cumplimiento o enlace de control – para informar avances en subsanar hallazgos y solicitar orientaciones si hay dudas. También, presentar de forma voluntaria logros destacables en términos de impacto social y uso eficiente de fondos, generando confianza. Esta relación no busca influir (pues debe mantenerse la independencia de control), pero sí construir confianza y transparencia, de forma que los órganos de control perciban a AdC como una entidad responsable. Esto reduce fricciones, agiliza trámites de fenecimiento de cuentas y, en caso de contingencias, facilita un diálogo franco sobre cómo mejorar.

## 20. Órganos de Dirección

**Nivel de Influencia/Impacto:** Alto/Medio. Se agrupan actores muy relevantes que conforman la Asamblea o Junta Directiva de Artesanías de Colombia (p. ej., ProColombia, Ministerio de Hacienda, MinComercio, Federación de Cafeteros, Fiduciarias, aseguradoras que administran recursos). Estos actores son prácticamente gobernantes de AdC, con enorme influencia en sus decisiones estratégicas, y a su vez les impacta directamente el desempeño financiero y social de AdC (pues son responsables últimos ante el Gobierno y público). Prioridad máxima, manejo directo.

**Principales necesidades:** Información de gestión institucional y situación financiera de AdC para la toma de decisiones de alto nivel. Requieren reportes periódicos claros sobre ejecución presupuestal, indicadores de impacto social, cumplimiento de metas, riesgos y oportunidades. Además, necesitan que la administración de AdC les presente planes, proyectos y eventualmente asuntos que requieran su aprobación con suficiente sustento.

**Principales expectativas:** Que la entidad cumpla con sus objetivos misionales logrando buenos resultados financieros, sociales y culturales. En otras palabras, esperan que AdC sea eficiente, no genere pérdidas, y que su gestión realce el patrimonio artesanal del país. También confían en que la gerencia de AdC implemente las decisiones o lineamientos que la Asamblea define. Buscan transparencia total y una comunicación constante.

**Estrategia de relacionamiento:** Gobernanza participativa y rendición de cuentas. La relación con estos actores se maneja a través de la Asamblea General y reuniones de junta, por lo que la estrategia es preparar y compartir con antelación la información requerida (informes trimestrales, estados financieros auditados, evaluaciones de impacto anuales). Es importante fomentar un ambiente de diálogo: no solo informar, sino escuchar sugerencias y preocupaciones de estos aliados institucionales. AdC puede proponer la creación de comités asesor en áreas estratégicas (p. ej., comité financiero con MinHacienda, comité de mercado con ProColombia) para involucrarlos más allá de las reuniones formales. Al tratarse de los garantes de la continuidad de AdC, mantener su confianza mediante resultados sólidos y comunicación transparente es fundamental. Esto afianza el respaldo político y financiero que ellos brindan y orienta a AdC hacia la mejora continua.

## 21. Proveedores

**Nivel de Influencia/Impacto:** Medio/Medio. Los proveedores de AdC (empresas o personas que suministran bienes y servicios a la entidad, excluyendo artesanos) tienen influencia moderada – si

bien AdC puede reemplazarlos, interrupciones o mal servicio afectan la operación – y moderado impacto en tanto dependen de los pagos y contratos de AdC para sus ingresos.

**Principales necesidades:** Relaciones contractuales estables y justas. Buscan claridad en los términos de contratación, pagos puntuales, y respeto a las condiciones pactadas. Si son proveedores pequeños, pueden requerir apoyo en trámites (p. ej. orientación sobre facturación electrónica, cumplimiento normativo). También valoran la posibilidad de contratos a largo plazo o repetitivos que les brinden estabilidad.

**Principales expectativas:** Que AdC cumpla cabalmente las normas básicas: pagar a tiempo, honrar los contratos, cumplir con las obligaciones contractuales. Además, esperan un trato respetuoso y considerar la calidad de vida: por ejemplo, que los procesos no los obliguen a endeudarse o a incurrir en sobrecostos. En resumen, una relación comercial transparente y equilibrada.

**Estrategia de relacionamiento:** Gestión eficiente de proveedores. AdC debe fortalecer su sistema de gestión de adquisiciones para ser predecible y confiable. Estrategias puntuales: implementar un registro de proveedores para comunicaciones masivas (avisar con antelación de nuevos procesos, cambios normativos); establecer un canal de servicio al proveedor para resolver inquietudes sobre pagos o contratos; evaluar periódicamente la satisfacción de proveedores y corregir demoras burocráticas. Mantener reuniones informativas anuales con proveedores clave para explicar planes de compra futuros también genera confianza. Aunque no se involucren en la misión social directamente, unos proveedores satisfechos aseguran continuidad operativa y evitan litigios. Dado su alto interés (económico) pero limitado poder, mantenerlos bien informados y honrar compromisos legales es suficiente para una relación saludable.

## **22. Relaciones Bilaterales**

**Nivel de Influencia/Impacto:** Bajo/Bajo. Se refiere a actores involucrados en relaciones de cooperación bilateral (p. ej., embajadas, agregados culturales de otros países en Colombia). Poseen influencia baja (pueden facilitar intercambios o financiamiento desde sus países, pero no inciden en la gestión diaria de AdC) e impacto bajo (se benefician de iniciativas culturales conjuntas pero no dependen críticamente de AdC).

**Principales necesidades:** Similar a las entidades homólogas, buscan modelos de trabajo exitosos y experiencias que AdC pueda compartir, así como identificar proyectos culturales binacionales. Por ejemplo, una embajada podría necesitar socios locales como AdC para implementar un programa de capacitación artesanal con fondos de cooperación de su gobierno.

**Principales expectativas:** Intercambio de conocimientos y recursos. Esperan que AdC les presente iniciativas en las que puedan involucrarse con apoyo financiero o técnico, obteniendo a cambio resultados diplomáticos (fortalecer lazos culturales con Colombia). También desean reciprocidad: que AdC participe en eventos culturales organizados por ellos (días nacionales, exposiciones) mostrando artesanía colombiana, lo cual enriquece su labor diplomática.

**Estrategia de relacionamiento:** Diplomacia cultural proactiva. AdC debe mantener cercanía con las misiones diplomáticas interesadas en artesanía. Estrategias: realizar reuniones informativas



con embajadas clave (países con tradición artesanal o con fondos de cultura) para presentar el trabajo de AdC; proponer convenios bilaterales donde, por ejemplo, AdC reciba expertos extranjeros mientras Colombia envía artesanos a ferias internacionales. También atender invitaciones de embajadas a ferias o festivales, facilitando la participación de artesanos colombianos. Aunque su prioridad no es la más alta, cultivar estas relaciones diversifica el apoyo internacional y posiciona la artesanía como herramienta de soft power cultural.

## Recomendaciones

Tras este análisis, se identifican varias recomendaciones para futuros estudios de caracterización de partes interesadas en AdC.

**Ampliar la caracterización dentro de algunas categorías clave:** En varias categorías solo se caracterizó un actor representativo, pero existen otros igualmente importantes. Por ejemplo, en Entidades del Gobierno Nacional se incluyó el Congreso; a futuro conviene caracterizar también ministerios relevantes (Ministerio de Cultura, Ministerio de Comercio, etc.) y agencias nacionales (p.ej. Fontur en turismo, SENA en formación) que inciden en el sector artesanal. Igualmente, en Empresas privadas se mencionó Ecopetrol; sería valioso incorporar otras empresas con posibles sinergias (sector moda, retail, fundaciones empresariales destacadas en cultura). Esto dará una visión más completa de cada categoría.

**Incorporar categorías o actores omitidos:** Se sugiere evaluar la inclusión de clientes o mercados finales de la artesanía como una categoría de interés. Si bien AdC se enfoca en productores, el consumidor (turistas, coleccionistas, tiendas) influye indirectamente en el éxito de los artesanos y podría ser parte del mapa de stakeholders. Otra posible categoría a añadir es la de Academias de formación artística/cultural (escuelas de diseño, facultades de artes), diferente a colegios generales ya caracterizados bajo Academias / Investigación.

**Actualizar periódicamente la matriz de caracterización,** (ej. cada 2 años) ya que el nivel de interés o poder de ciertos actores puede cambiar con el tiempo (p. ej., si surge una nueva normativa ambiental, las Entidades Ambientales podrían ganar aún más influencia).

**Profundizar caracterización de actores clave** siguiendo los siguientes criterios:

1. Alta influencia o impacto en la operación misional de Artesanías de Colombia.
2. Baja claridad en sus necesidades/expectativas actuales (según la matriz).
3. Oportunidad estratégica de fortalecimiento del relacionamiento.

Los actores recomendados a caracterizar son:

1. Organizaciones étnicas, comunitarias representativas, gobiernos propios: por su papel en la salvaguarda de saberes tradicionales y la necesidad de construir procesos más horizontales y culturalmente pertinentes.
2. Aliados del sector privado y comercial: por su alto potencial de impacto económico y necesidad de claridad en modelos de colaboración sostenibles.

3. Clientes compradores de artesanía (externo): sus decisiones de compra sostienen ingresos y orientan oferta, canales y narrativa de valor.

El presente análisis por categorías ha permitido delinear estrategias de relacionamiento acordes con el nivel de impacto e influencia de cada grupo de actores. Implementar estas estrategias fortalecerá la gestión de stakeholders de Artesanías de Colombia, enfocando esfuerzos donde más se requieren (actores de alta prioridad) sin descuidar la comunicación básica con actores periféricos.

A futuro, profundizar la caracterización incorporando actores faltantes y ajustando la segmentación aportará una visión aún más estratégica e integral para la misión institucional de AdC.

## Anexos

### Anexo 1.

Metodología identificación y caracterización partes interesadas AdC 2025: a) taller metodológico, b) plantilla de caracterización, c) plantillas PESTEL, d) formato matriz partes interesadas.

### Anexo 2.

Insumos sesiones de trabajo: a) Presentación, b) formato conformación equipo de trabajo, c) Listado final de actores, c) formato equipo de trabajo caracterización partes interesadas AdC, d) Equipo de trabajo partes interesadas AdC.



Anexo 2.  
2025-04-25\_ANC\_pai

### Anexo 3.

Matriz de partes interesadas de AdC 2025 (Excel)



## Referencias

Departamento Administrativo de la Función Pública – DAFP. (2022). *Guía para la identificación y caracterización de grupos de valor y de interés*. Bogotá D.C.: DAFP. Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia (2025). RUAC Registro Único de Artesanos de Colombia: conceptos básicos. Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía – CENDAR. Tomado de: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/14859>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia (2025). RUAC Registro Único de Artesanos de Colombia: contenido temático. Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía – CENDAR. Tomado de: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/14857>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia (2025). RUAC Registro Único de Artesanos de Colombia: diseño conceptual y metodológico. Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía – CENDAR. Tomado de: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/14858>

Presidencia de la República (2017). *Guía para la caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados*. Secretaría de Transparencia, Presidencia de la República de Colombia. Recuperado de [https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Programa%20Nacional%20del%20Servicio%20al%20Ciudadano/guia-de-caracterizacion-de-ciudadanos-usuarios-e-interesados\\_web.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Programa%20Nacional%20del%20Servicio%20al%20Ciudadano/guia-de-caracterizacion-de-ciudadanos-usuarios-e-interesados_web.pdf)