3. Constitución de empresas marco empresarial, marco normativo para constitución de una empresa. Cargo de la cámara de comercio.
4. Emprendimiento, fondo emprender y unidades productivas, a cargo del SENA.
5. Investigación sobre frutos del bosque para bebidas frías y gastronomía a cargo del instituto SINCHI.
6. Turismo y su impacto en el departamento. A cargo de la Secretaría de Agricultura Departamental

Ya invitados los asistentes, el día martes se inicia la jornada de talleres con el saludo por parte de los profesionales de la corporación PANURE, iniciando con la explicación de cual es el alcance de la jornada y que se pretende con ella. Terminado el saludo de bienvenida se da la introducción a los talleres donde el ingeniero Juan Pablo Quecan, explica que es la economía naranja y como se puede articular dentro del departamento, también hace una reflexión de que son los nodos regionales y su impacto dentro del departamento.

Como segundo punto, el profesional del IDDER, Luis Perdomo, realiza el desarrollo temático sobre el patrimonio cultural, definiendo que es un patrimonio material e inmaterial y como esto se contextualiza en el departamento. También explica sobre las principales festividades reconocidas a nivel nacional y lo importante de la preservación de la cultura en las comunidades y la trasmisión de esta a las nuevas generaciones.

Terminada la intervención del IDDER, continua la profesional Alba Yaneth quien realiza explicación con relación a la siguiente temática, la cual comprende sobre la formalización de las empresas en personas naturales o jurídicas. Explicas las normas que las rigen y los beneficios que se tienen al ser formales ante el estado y como esta salvaguarda y apoya sus proyectos disminuyendo impuestos y mejorando las condiciones de los ponentes.

Otro de los puntos importantes a tratar, es el emprendimiento, sobre todo cuando este se encuentra en el marco de la economía naranja, el cual es el tema central de los talleres. Se toma el tema de emprendimiento y se profundiza y articula con la economía naranja, convirtiendo las ideas productivas en emprendimiento naranja. Se dan los beneficios que se tienen al poder presentar proyectos por medio de este fondo.

Seguido a este tema se expone sobre las investigaciones que ha realizado el instituto de investigación SONCHI, y como estas investigaciones se incorporan a la gastronomía que se consume día a día o se comercializa como empresas productoras de platos típicos, quienes distribuyen helados, galletas, platos diferentes producidos de acuerdo con las investigaciones realizadas por el instituto y sacadas de los furtos de la selva amazónica, como por ejemplo empanadas con carne de lapa, galletas de miriti, helados de copazu, entre otras variedades que se pueden degustar con lo propio de la región.

Por último, se expone el tema del turismo y como este puede impactar de manera positiva a las comunidades de la región y aquellas que deseen hacer parte del corredor turístico departamental. Estas comunidades quedarán caracterizadas e inscritas en el Plan de Turístico Departamental, el cual se actualizará el año que viene. Con relación a lo escrito se realiza un inventario de los asistentes y de las comunidades que estuvieron presentes den el desarrollo de los talleres. En ese orden manifestaron que los temas son pertinentes para las regiones o comunidades e incluso realizan la solicitud de que este tipo de proyectos se deben realizar en cada una de las comunidades.

2.2 Describa los logros y resultados obtenidos con la ejecución de la beca, relacionados con cada una de las acciones o actividades propuestas en el cronograma:

MUNICIPIO DE TARAIRA

- Los asistentes se notaron identificados con el tema, abriendo espacios nuevos que permiten el fortalecimiento cultural y turístico del municipio, el cual nunca ha sido explorado.
- Mostraron gran interés sobre la manera de poder asociarse y en hacerse legales en el desarrollo de sus actividades económicas frente a las entidades del estado.
- Los asistentes analizaron las oportunidades y empezaron a buscar maneras de como implementar el turismo dentro de la zona.
- De acuerdo al análisis realizado por el grupo profesional se decide apoyar el emprendimiento de la señora María Alicia Machado Trinidad Quien se dedica a las artesanías elaborando trajes típicos con cumare, cortezas de árbol, lana entre otros elementos, esto con el fin de mejorar la calidad de los productos y por ende aumentar las ventas y su ingreso per-cápita.
- Se logra realizar la entrevista con un sabedor, el señor Julio Quintero nos cuenta el desarrollo del municipio de Taraira y la creación de la mina de oro, ya que es una actividad principal del municipio.

MUNICIPIO DE CARURÚ

- ✓ Los asistentes se identificaron con los temas y se apropiaron de ellos.
- ✓ Los asistentes manifiestan las dificultades que han tenido en el desarrollo de sus actividades y lo importante de estos espacios de aprendizaje, que permiten ampliar el conocimiento de los temas como emprendimiento, asociatividad, empresarismo, turismo y patrimonio cultural.
- ✓ Se permite incentivar a los asistentes en temas de formalización y legalización ante el estado como lo es emitir el RUT y pensar en una posible cámara de comercio para trabajo formal.
- ✓ Se permite establecer características afines que permiten iniciar con líneas base para la posible construcción de corredores turísticos y nodos regionales de economía naranja.
- ✓ Se queda como compromiso repicar la información a las demás comunidades en la medida de las posibilidades, para ellos se deja todos los archivos en memoria USB del presidente de la ASATAV.

MUNICIPIO DE MITÚ

- ✓ Los grupos de valor asistentes manifiestan que los temas tratados son de impacto para cada una de las comunidades y para la región en general.
- ✓ Se pudo obtener un inventario de las comunidades cercanas y clasificar cuales de los emprendimientos podían ser fortalecidos mediante el bono establecido como apoyo dentro del proyecto.
- ✓ Se pudo calcular que la mayoría de los emprendimientos son artesanías en diferentes modalidades, algunos trabajan la madera, otros el cumare y fibras del monte, otros las chaquiras y los tejidos con hilos, entre otras unidades de negocio.
- ✓ Se realiza un acercamiento con los lideres y lideresas de las comunidades mas cercanas al casco urbano de Mitú y de los artesanos del casco urbano.

2.3 Relacione las actividades de seguimiento y evaluación del proyecto que usted realizó (reuniones, encuestas, entrevistas u otras actividades que permitieron monitorear la ejecución y el cumplimiento de la beca, entre otros):

Se hizo un dialogo con los asistentes, capitanes, población de artesanos y emprendedores donde se manifestó que temas se deberían de profundizar, se preguntó sobre la actividad y como se podía mejorar, sin embargo se observó la aceptación del proyecto por parte de los asistentes, donde los asistentes manifestaron que el proyecto es bueno, la información fue suficiente se profundizo lo que ellos manifestaron que se debería profundizar, se hizo una ronda de preguntas, se entregaron los respectivos refrigerios, se hicieron los descansos estimados para no cansar al público, todos mostraron interés a los talleres y por los temas propuestos; de igual manera manifestaron que estas mesas o estos espacios deberían ser un poco más seguidos por que aportaban mucho para el conocimiento propio y el fortalecimiento regional.

Municipio de Carurú

Terminadas las actividades en el municipio de Carurú, se dispone a socializar con los asistentes si el rendimiento de los profesionales fue el esperado o se encontraron falencias en los mismos, para lo cual se debía de nuevo repicar los temas o ser proyectados por un profesional diferente, a lo que los asistentes manifestaron con satisfacción y agrado que los profesionales fueron los idóneos en la trasmisión del conocimiento, se hicieron entender y fueron motivantes. Es de anotar que estas reacciones cuentan con el respaldo en los listados de asistencia firmados por cada uno de quienes intervinieron en la socialización de los temas propuestos.

Terminadas las actividades, también se tuvo una reunión con los miembros de la asociación zonal y algunos lideres con el fin de definir la pertinencia de los temas y si estos fueron expuestos de manera correcta por el grupo de profesionales, quienes manifestaron la importancia de los mismos y la coordinación por parte del

grupo profesional, la cual fue desde todo punto de vista bien presentada y entendible para el público asistente. Por ende, solicitan la presencia de estos mismos para la socialización y recorridos a las diferentes comunidades para poder continuar con un proceso bien visto en toda la zona y más aún en el municipio de Carurú, el cual, aunque cuenta con grandes maneras de poder desarrollar espacios de economía naranja, no posee el conocimiento para esto.

MUNICIPIO DE MITÚ

Después de los talleres realizados se hace una intervención de los asistentes donde cada uno de ellos manifiesta si los talleres, los eventos, los profesionales y las demás actividades, para lo que ellos dijeron que todo había sido correcto y bien desarrollados. De igual manera, algunos de ellos manifestaron que los talleres debían ser presentados con el acompañamiento de los profesionales de cada una de las dependencias, teniendo en cuenta que una de las instituciones no pudo asistir por motivos de salud.

De esto se puede concluir que las mesas de trabajo son importantes para poder definir si las actividades y sus exponentes son los mas correctos o si se hace necesario establece un plan de mejora que permita cada vez ser mejores en los procesos y todo lo inherente al desarrollo de los proyectos.

2.4 Relacione y adjunte las evidencias que soportan la ejecución de la beca y los productos esperados señalados en las condiciones específicas del Manual. Como, por ejemplo: fotografías, grabaciones en audio o en video, registros de asistencia, registros de inscripción, estudios, investigaciones, historias, libros, videos, actas, entre otros:
Se adjuntan en la subcarpeta 4: Anexos y soportes.

Lo anterior para los dos municipios de Mitú, Carurú y Taraira.

2.5 (Si aplica) Relacione las organizaciones o entidades, artistas o agrupaciones que participaron durante la realización de la beca:

Organización o entidad, artista o agrupación participante (en caso de relacionar una organización o entidad o agrupación por favor indique el responsable o representante legal)	Municipio de origen de la organización o entidad, artista o agrupación participante
NO APLICA	

2.6. Población beneficiada. Diligencie la información en la columna denominada "Número o Cantidad" de la siguiente tabla:	
Tipo de población	**Número o cantidad**
a. Personas asistentes a un espacio físico y/o a través de medios digitales (audiencia virtual o remota).	0
b. Artistas, formadores, sabedores tradicionales, investigadores, desarrolladores, programadores, diseñadores o talleristas participantes	85
c. Personas que se encargaron de logística, producción, promoción, difusión	5
TOTAL, POBLACIÓN BENEFICIADA (Sumatoria de las cantidades registradas en los literales a, b y c)	90
Características de la población que se benefició con el desarrollo del proyecto: LOS EMPRENDERORES DEL PROYECTO AQUELLOS QUE ESTAN RELACIONADOS Y DESARROLLANDO PROYECTOS EN EL MARCO DE LA ECONOMIA NARANJA.	

3. INFORMACIÓN ADICIONAL QUE LA ORGANIZACIÓN O ENTIDAD APOYADA CONSIDERA DEBA SER REGISTRADA:

4. LISTA DE ANEXOS
Nota: Las convocatorias que requieren visto bueno del área o dependencia del Ministerio de Cultura a cargo de la beca, deben incluirlo en los anexos. Relacione la lista de anexos que entrega junto con este informe: 1.Llistado de asistencias. 2.Registros fotográficos.

El participante apoyado manifiesta que la información consignada en el presente informe es veraz y se ajusta a la realidad. CORPORACIÓN PANURE **Nombre del participante** María Ema Mejía Gutiérrez **Firma del participante** NIT.: 900.118.412 **Cédula de ciudadanía del participante**	**Fecha de presentación del Informe Final:** **30 de noviembre de 2022**

2.6 Población **beneficiada**. Objetivo de la formulación y la [illegible]
[illegible] Cantidad [illegible] siguiente cuadro:

Tipo de población	Número o cantidad
a. [illegible]	
[illegible]	
b. [illegible]	
c. [illegible]	
d. [illegible]	
TOTAL POBLACIÓN BENEFICIADA (Sumatoria de las anteriores cantidades registradas en los literales a, b y c)	

Con base en la población beneficiada, [illegible] del proyecto, diligencie los [illegible] DESARROLLAMOS CON EL PROYECTO.

3. INFORMACIÓN ADICIONAL QUE LA ORGANIZACIÓN CONSIDERE APROPIADA COMPLEMENTARIA DEBA SER INCLUIDA.

4. LISTA DE ANEXOS

Nota: Las convocatorias que requieran [illegible] de anexos del proyecto [illegible]

Relacione la lista de anexos que [illegible] con este proyecto:

1. [illegible] de existencias
2. Registro [illegible]

El participante apoyado [illegible] la información [illegible] consignada en el presente [illegible] y se anuncia a [illegible] realidad.

Nombre del participante

Firma del [illegible]
[illegible] de ciudadanía del participante

REALIZACIÓN DE TALLERES

Los talleres son la parte mas importante de las actividades del proyecto, pues son ellos los que permiten la exposición de las temáticas propuestas y pertinentes para cada uno de los grupos de valor. Son los talleres los que hacen que las comunidades o asistentes, puedan entender las diferentes posibilidades o maneras de incorporarse a otros tipos de modelos económicos como los son la economía naranja, hoy en día llamadas empresas culturales y creativas, así como también la trazabilidad que se debe tener para poder aplicar este tipo de modelo económico.

Las temáticas tratadas en cada una de las intervenciones es la descrita a continuación:

- ✓ Definición de economía naranja. Industrias culturales y recreativas. Nodos regionales.
- ✓ Patrimonio material e inmaterial. Definición y contextualización en el departamento.
- ✓ Formalización empresarial.
- ✓ Emprendimiento naranja y fondo emprender.
- ✓ Investigación sobre frutos del bosque y su aplicación a la gastronomía.
- ✓ El turismo y su impacto en el departamento en el marco de la economía naranja.

Los talleres fueron realizados en los municipios de Mitú, Carurú y Taraira, antes de cada uno de los talleres se aplica el plan de comunicación, el cual hace que los grupos de valor se acercaran a la exposición de manera masiva, permitiendo llegar no solo artistas, artesanos, cantores, sabedores y lideres del casco urbano, como de las comunidades mas cercanas de los tres municipios, por ejemplo del municipio de Taraira, asistieron las comunidades de San Victorino, Multietnica, Puerto Alergia y puerto Caimán.

Para el municipio de Carurú, asistieron a parte de los habitantes del casco urbano, algunos de la comunidad de Sector Étnico, Vereda el Carmen, San Miguel, Vista hermosa y algunas personas que llegaron de las comunidades más lejanas y quienes llevaron en su mente los conocimientos para ser repicados a los pobladores de cada una de estas comunidades.

Para el municipio de Mitú, no es la excepción pues llegaron asistentes de varias comunidades aledañas y otros lideres, artistas y sabedores del casco urbano, estas personas estuvieron atentos a los talleres, a los profesionales, a las actividades de emprendimiento, teniendo en cuenta que muchas de las comunidades del municipio desean hacer parte del corredor turístico

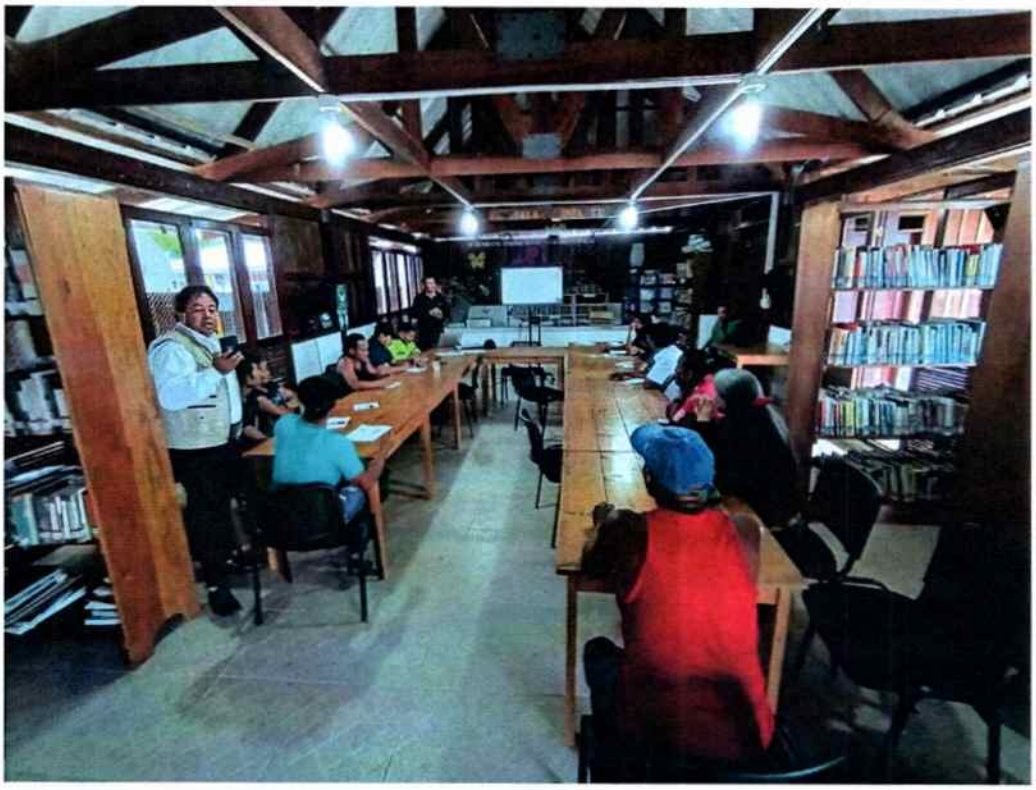
departamental, propuesto en al Plan Departamental de Turismo, el cual se actualizará el año entrante y también tendrá presente a las zonas no municipalizadas, las cuales a la fecha han sido apartadas de muchos procesos.

Dentro del desarrollo de los talleres y como evidencias del desarrollo de los mismos se anexa los listados de asistencia y registros fotográficos.

TALLERES TARAIRA









TALLERES CARURÚ








Panuré

MINISTERIO DE CULTURA

TALLERES MITÚ





Panuré
Corporación Étnica Colombiana

SENA

FONDO emprender

UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO

IDDER VAUPÉS



INFORME DE EVALUACION DEL PROYECTO

Durante el mes de noviembre se llevó a cabo el proyecto que consistía en AUNAR ESFUERZO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL NODO REGIONAL DE ECONOMÍA NARANJA DE VAUPÉS PARA LA PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD Y EL DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL, se desarrollaron actividades en los municipios de Taraira, Carurú, y Mitú, las cuales buscaban generar un impacto positivo en los habitantes de dichos municipios quienes desarrollen actividades enmarcadas en la economía naranja adicional a ello se buscó dar a conocer el nodo regional del Vaupés con sus diferentes instituciones para ello se desarrollaron talleres, foros una feria.... un plan completo de comunicaciones, un mapeo para identificar los diferentes actores de la región y se hizo entrega de unos incentivos económicos algunos emprendedores con el fin de potencializar su crecimiento y comprometer el desarrollo de las actividades culturales y creativas en el departamento del Vaupés, como igualmente se entregan cartillas relacionadas con los diferentes temas tratados y las recomendaciones con la proyección del departamento en el marco de la economía naranja de proyectos Culturales, Estrategia nodos.

Inicialmente se integró un equipo de dos profesionales y 3 técnicos (uno en cada municipio) encargados de la planeación y ejecución de las actividades a desarrollar acompañados de un equipo interdisciplinario de las instituciones presentes en el proyecto tales como el IDDER, SENA, SINCHI, SECRETARIA DE AGRICULTURA, CAMARA DE COMERCIO, quienes aportaron los temas más relevantes para dar a conocer a la comunidad participante en las actividades que se llevaron a cabo en los municipio de Taraira, Carurú y Mitú, en el proceso de planeación se consideraron los temas de mayor impacto de acuerdo a las condiciones sociales, culturales y demográficas del departamento del Vaupés articuladas con las instituciones participantes igualmente se generó un plan de comunicaciones y metodología para alcanzar al mayor número de participantes teniendo en cuenta las dificultades de acceso para algunas zonas y comunidades de los municipios, para ello fue determínate el conocimiento de los técnicos y los recursos aportados por el ministerio de cultura en conjunto con el IDDER.

Una vez realizado la etapa de planeación de inicio la ejecución del proyecto comenzando por el municipio de Taraira donde se desplazó el equipo profesional en compañía del personal del IDDER, para la realización de 6 talleres abiertos en los cuales se dieron a conocer los temas ya planeados por parte de cada una de las entidades igualmente se realizó un foro en el cual se contó con una importante participación de los asistentes aportando ideas, iniciativas, compromisos etc. alrededor de los temas tratados.

Como valor agregado durante el desarrollo de las actividades de Taraira se realizó mesa de trabajo en la alcaldía municipal con unos secretarios de despacho dándoles a conocer

la importancia del apoyo por parte de gobierno municipal a los emprendedores de la zona, igualmente hicieron parte de las reuniones algunos capitanes de comunidades indígenas quienes son multiplicadores de la información dada ante sus resguardos.

Las conclusiones del desarrollo de las actividades de Taraira fueron bastante positivas toda vez que se contó con una nutrida asistencia a los talleres convocados generando una gran expectativa en cuanto a la visibilización de las actividades culturales y creativas enmarcadas en la economía naranja.

Los logros que se obtuvieron en el municipio de Taraira fueron entre otros:

- Se genero un espacio de participación para la población del municipio generando gran aceptación hacia los temas tratados.
- Se despertó interés en potencializar el turismo ecológico en el municipio.
- Se replico generando un importante eco en los asistentes la necesidad de crear asociaciones que permitan fortalecer las actividades culturales y creativas para acceder a beneficios del gobierno.

Todas las actividades realizadas en el municipio de Taraira fueron debidamente soportadas por actas de asistencia, actas de entrega de refrigerios y almuerzos y registro fotográfico.

Una vez realizadas las actividades en Taraira el equipo profesional se desplazó a municipio de Carurú, para la realizaron de los 7 talleres para dar a conocer los temas previamente planeados con el equipo interdisciplinario con las entidades participantes del nodo regional del departamento del Vaupés al igual se desarrolló un foro al que asistieron además de artesanos y emprendedores, como algunos capitanes de comunidad y habitantes del municipio, pero allí previo a la realización de los talleres se concertaron algunos temas con los asistentes, capitanes, población de artesanos y emprendedores con el fin de generar una mejor dinámica en la presentación de los talleres, sin embargo se mantuvieron como eje central del proyecto el temario previamente establecido, una vez culminados los 7 talleres realizados en CARURU el equipo profesional se reunió con los miembros de la asociación zonal y algunos lideres con el fin de evaluar las pertinencia y la metodología utilizada en el desarrollo de los talleres y de esa manera garantizar la aceptación por parte de los asistentes en esta reunión. Se concluyo que debe haber una continuidad de este tipo de reuniones con el mismo equipo profesional para llegar a más grupos de interés.

Los logros que se obtuvieron en el municipio de Carurú fueron los siguientes:

- Los asistentes se sintieron identificados con los temas abriendo espacios que permitan el fortalecimiento de las actividad cultural y turismo del municipio.
- Los asistentes manifiestan las dificultades que han tenido en el desarrollo de sus actividades y lo importante de estos espacios de aprendizaje, que permiten ampliar

el conocimiento de los temas como emprendimiento, asociatividad, empresarismo, turismo y patrimonio cultural.

- Se abrió interés en potencializar el turismo ecológico en el municipio.
- Se replico generando un importante eco en los asistentes la necesidad de crear asociaciones que permitan fortalecer las actividades culturales y creativas para acceder a beneficios del gobierno.

Todas las actividades realizadas en el municipio de Carurú fueron debidamente soportadas por actas de asistencia, actas de entrega de refrigerios y almuerzos y registro fotográfico.

Una vez finalizada las actividades en el municipio de Carurú el equipo profesional de desplazo al municipio de Mitú para llevar a cabo las actividades planeadas.

Allí se afianzo el plan de comunicaciones establecido difundiendo vía radial y en visitas a comunidades aledañas y en el sector de la carretera la invitación a los talleres que se realizaron en el marco del proyecto y para los cuales se contó con la presencia de funcionario del IDDER apoyando las exposiciones abordadas por el equipo profesional.

Los logros obtenidos en el Municipio de Mitú fueron entre otros:

- Los grupos de valor asistentes manifiestan que los temas tratados son de impacto para cada una de las comunidades y para la región en general.
- Se pudo obtener un inventario de las comunidades cercanas y clasificar cuales de los emprendimientos podían ser fortalecidos mediante el bono establecido como apoyo dentro del proyecto
- Se pudo calcular que la mayoría de los emprendimientos son artesanías en diferentes modalidades, algunos trabajan la madera, otros el cumare y fibras del monte, otros las chaquiras y los tejidos con hilos, entre otras unidades de negocio.

En los espacios de interacción con los diferentes emprendedores se extendió la convocatoria a participar en la feria de muestras culturales realizada en el sector de Malecón en el Municipio de Mitú, esta feria fue coordinada con las instituciones que hacen parte del nodo regional del departamento del Vaupés y obtuvo como objetivo propiciar un espacio que integrara a los emprendedores con la comunidad en general, en este espacio de caracterizaron a los expositores con camibusos blancos con el logo de la entidad al igual que aportando los stand que permitieron exhibir de una manera adecuada y organizada sus productos.

El espacio para la realización de la feria fue adecuado toda vez que se desarrolló al aire libre en un sector que tiene una importante afluencia de transeúntes lo que genero una mayor participación por parte de la comunidad.

En el foro desarrollado en el municipio de Mitú se exalto la organización del evento y se realizó un lado a las entidades participantes que hacen parte del nodo regional del

departamento del Vaupés para que no cese en sus esfuerzos para visibilizar a estos empresarios y apoyarlos en su formalización con el fin de acceder a todos los beneficios otorgados por diferentes entidades estatales que apoyan las industrias culturales y creativas en el país.

Se realizo por parte del equipo profesional y con el apoyo de los técnicos en los municipios un mapeo que permite identificar a diferentes emprendedores en los municipios del departamento, así como su grado de formalidad, trayectoria, actividad económica, potencial de crecimiento y necesidades.

Por otro lado, en conjunto que los profesionales del proyecto y representantes del nodo regional del departamento del Vaupés se evaluaron las personas que por sus condiciones y desarrollo de sus actividades de la economía naranja debe ser beneficiados con incentivos que aporta el Ministerio de Cultura los cuales permiten apoyar su crecimiento empresarial.

Grupo de Interés

Se definen como grupos de interés a los diferentes sectores y grupos poblacionales que tienen una relación directa o indirecta en el desarrollo de los diferentes programas, proyectos y acciones que realiza el IDDER para el cumplimiento de sus objetivos misionales.

Estos son, en primera instancia, deportistas, clubes, artistas, actores cultuales u organizaciones deportivas, técnicos, sabedores, mayores, entrenadores, autoridades deportivas nacionales y departamentales; sin dejar a un lado el público en general que debe mantenerse informado sobre las actividades que se desarrollan en pro de la cultura y el deporte.

Para el presente caso, los grupos de interés comprenden los artistas, músicos, danzadores, artesanos, sabedores de la tradición cultural, lideres, lideresas, productores de alimentos propios de región y en sí los pobladores de las comunidades y el casco urbano que desee obtener información sobre la economía naranja, los nodos regionales, turismo, formalización y otros temas varios de interés para la población en general.

Con respecto a lo anterior, se puede evidenciar lo siguiente: en el municipio de Taraira y con una muestra poblacional de 30 personas los lideres que asistieron al evento fueron 3 para un porcentaje del 10%, permitiendo dar un balance positivo de aceptación por parte de este tipo poblacional y teniendo en cuenta que las demás comunidades son demasiado distantes del casco urbano, por tal motivo no asistieron. Por otro lado, el grupo de artesanos con un total de 2 personas para un promedio del 7% aproximadamente, teniendo en cuenta que Taraira se caracteriza por la minería y por la agricultura. Teniendo en cuenta este último dato asistieron 14 personas representantes del sector agrícola o dedicados a las chagras, lo que nos permite obtener un índice del 46,7%, el cual es bastante alto. No obstante, estas actividades referentes a la chagra no son ajenas al sector cultura y mucho

menos a lo referente a economía naranja, teniendo en cuenta que esto es un sector trasversal a todos los demás. Alguna de la muestra poblacional comprende los sectores de estudiantes interesados en el tema y otros acompañantes de los lideres y que hacen parte significativa de la comunidad para un total de 10 en total, con un índice de 33,3%, siendo estos acompañantes una pieza fundamental, porque son ellos los que permiten que se repique la información de la mejor manera posible y apoyan a los lideres en el desarrollo de sus actividades. Por último, tenemos un sabedor con un porcentaje del 3.3% es muy importante que los sabedores se encuentren representados en la mesa de participación. El encuentro de todos los sectores permite conocer las fortalezas del municipio.

En el Municipio de Taraira Se realiza la entrega de dichos incentivos a aquellos emprendedores que cumplen con las condiciones y criterios de evaluación establecidos por el comité interdisciplinario que realizo el proceso de selección recalcando el compromiso que asume cada uno de los emprendedores en el buen uso de estos recursos. La señora señora María Alicia Machado Trinidad con cedula 69.801.402, Quien se dedica a las artesanías elaborando trajes típicos con cumare, cortezas de árbol, lana entre otros elementos, esto con el fin de mejorar la calidad de los productos y por ende aumentar las ventas y su ingreso per-cápita.

Con relación a lo anterior, se puede evidenciar lo siguiente: en el municipio de Carurú y con una muestra poblacional de 35 personas los lideres que asistieron al evento fueron 2 para un porcentaje del 5.7%, permitiendo dar un balance positivo de aceptación por parte de este tipo poblacional y teniendo en cuenta que las demás comunidades son demasiado distantes del casco urbano, por tal motivo no asistieron.

Por otro lado, el grupo de artesanos fue un total de 9 personas para un promedio del 25.7% aproximadamente, teniendo en cuenta que Carurú se caracteriza por la agricultura, pesca, caza. También contamos con la presencia de agricultura se cuentan con 2 personas con un porcentaje de 5.7%. Alguna de la muestra poblacional comprende los sectores de asistentes interesados en el tema y otros acompañantes de los lideres y que hacen parte significativa de la comunidad para un total de 16 en total, con un índice de 45.7%, siendo estos acompañantes una pieza fundamental, porque son ellos los que permiten que se repique la información de la mejor manera posible y apoyan a los lideres en el desarrollo de sus actividades. También asistieron 4 sabedores con un porcentaje de 11.4% se evidencia un porcentaje mínimo de asistencia, pero se genera un gran impacto, el tema de ellos es el querer que su conocimiento no se pierda, se hace necesario fortalecer estos espacios de aprendizaje hacia las nuevas generaciones.

Teniendo en cuenta este último dato asistieron 2 personas representantes del sector danzadores, lo que nos permite obtener un índice del 5.7%.

La articulación de todos los sectores, permite distinguir las fortalezas del municipio, que para el caso es la agricultura, caza, pesca como se mencionó anteriormente, esta agricultura se enmarca en el desarrollo programático de las comunidades y es la base del

sustento de las familias, el apoyo y fortalecimiento de este sector es importante pues de los cultivos se sacan los principales productos gastronómicos que se ofertan en el mercado como es el casabe, la fariña, el almidón, la chicha, entre otros. Es por esto que su articulación con la economía naranja encaja de primera mano y más aún con el tema de turismo dentro del departamento.

Continuamos con el Municipio de Mitú, con relación al listado de asistencia podemos evidenciar la población de asistencia al taller de 24 personas que se clasificaron de la siguiente manera: lideres que asistieron al evento fueron 13 para un porcentaje de 45%, donde se evidencia un impacto positivo de aceptación a estos encuentros. Los sabedores fue un total de 3 personas que participaron en el evento para un porcentaje de 12.5%, se evidencia un porcentaje mínimo de asistencia, pero se genera un gran impacto, el tema de ellos es el querer que su conocimiento no se pierda, se hace necesario fortalecer estos espacios de aprendizaje hacia las nuevas generaciones. Los artesanos fueron 5 personas, con un porcentaje de 21%, teniendo en cuenta que, en el municipio de Mitú encontramos artesanos colectivos que unos trabajan con madera, otros trabajan con chaquiras que se dedican a la bisutería, otros trabajan con fique donde elaboran canastos, sombreros, pavas etc. Encontramos también 1 operador turístico con un porcentaje de 4.1%, teniendo en cuenta que esta es una actividad se quiere promover y fortalecer en el departamento del Vaupés. También encontramos los agricultores o dedicados a las chagras asistieron 3, con un porcentaje 12.5%, donde esta actividad pertenece a la economía naranja o creativas, teniendo en cuenta que este es un sector transversal a todo lo demás.

En el Municipio de Mitú se realiza la entrega de dichos incentivos a aquellos emprendedores que cumplen con las condiciones y criterios de evaluación establecidos por el comité interdisciplinario que realizo el proceso de selección recalcando el compromiso que asume cada uno de los emprendedores en el buen uso de estos recursos.

Tenemos los siguientes emprendedores:

- Edilma Caicedo, se dedica a la actividad de la Gastronomía. Celular 3142124361. Ella solicita picadora (procesador de alimentos) y máquina de coser industrial.
- Edelmira González, se dedica a las Artesanías, celular número 3158680713, solicita Exhibidor para collar, manillas, chaquiras y mostacilla número 10 y 11, un juego de pinzas para chaquiras.
- Ingrid Vélez, su actividad es las Artesanías, su número de celular 3212286809, solicita un motor Tool.
- Marleny Diaz, su actividad es Artesana de madera, numero de celular 3134679370, su solicitud es Ruteadora de 1/4.
- Yeny Suarez Villegas, se dedica a Artesanías de collares, manillas y aretes. Su celular es 33214346617, solicita Chaquiras, hilos, agujas.
- Lorena Caballero, se dedica a las Artesanías (artesanías, manillas y aretes), celular número 3108897217, solicita un motor tool.

- Rubiela Rodríguez, se dedica a las Artesanías canastos, su localidad es en Cero Betania, el número de celular es 3166744812, su solicitud es botas talla 37, camisas, machete, cuchillo, cachucha, ella sale y busca los materiales en la selva.
- Erika Ramírez, se dedica a artesanías y madera, su número de celular 311858848, solicita juego de formones para madera, Liga para madera para esmeril, esmeril pequeño.
- Rosa Tulia Ordoñez, se dedica a las artesanías, aretes, su número de celular es 3166935644, solicita comare, pepas silvestres, agujas para perforar.
- Yuli Silva Bernal, Junta de acción comunal Barrio las palmeras, numero de celular 3212633816. Se les entrega bonos redimibles por los productos solicitados.
- Iván Andrés Perdomo, junta de acción comunal, numero de celular 3208016809, se le entregara bonos redimibles por los productos solicitados.
- Fernando Veloz, Junta de acción comunal, Belarmino, se le entrego bono redimible por los productos solicitados.
- Visula Cenaida Bailón Londoño, Gestora cultural número de celular 3174719308, recibió bono redimible por los productos solicitados.

Enfoque de comunicación

La estrategia de comunicación que se presenta se basa en un enfoque interaccional que incentiva a la participación ciudadana y que tiene en cuenta las necesidades de información del instituto hacia la población para el cumplimiento de sus acciones misionales y que aportan a los procesos de transformación social a través de la cultura y el deporte. Cuenta también con el enfoque diferencial y con un alcance a donde no se cuenta con conectividad, permitiendo utilizar canales como la radio y la voz a voz, que es el más utilizado en la zona.

De igual manera, tiene presentes los lineamientos contenidos en la Ley 1712 de 2014 de Transparencia y Acceso a la Información y, su resolución 1519 de 2020 con los anexos 1, 2 y 3 que orientan la Accesibilidad web, los Estándares de publicación y divulgación de la información y las Condiciones mínimas, técnicas y de seguridad digital.

El proyecto se cierra con una evaluación de los logros, dificultades y oportunidades del proyecto y se establece la necesidad de continuar con este tipo de actividades en el departamento del Vaupés.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El cronograma de actividades de un proyecto es una herramienta de gestión de proyectos que muestra el listado de tareas necesarias para realizar un proyecto en orden cronológico. Con un cronograma de actividades todos los integrantes de un proyecto pueden visualizar de forma rápida la hoja de ruta del proyecto, los hitos, asignación de tareas individuales e interdependencia entre tareas.

De esta forma, gracias al cronograma de actividades el gestor de proyectos y sus integrantes podrán comprobar qué tareas faltan por hacer, el orden en que deben realizarse e, incluso, quién debe hacerlas.

Con relación a lo anterior el grupo de profesionales que asisten a los talleres como expositores o apoyos desarrollan un cronograma que permite establecer los tiempos en los cuales se puede desarrollar las diferentes actividades correspondientes al proyecto. Para lo que se presenta el siguiente modelo:

MUNICIPIO	EJES TEMÁTICOS	DIAS DE TALLER
TARAIRA	Aplicación del plan de comunicaciones	Noviembre 22
	Definición de economía naranja. Industrias culturales y recreativas. Nodos regionales.	Noviembre 23
	Patrimonio material e inmaterial. Definición y contextualización en el departamento.	Noviembre 23
	Formalización empresarial.	Noviembre 23
	Emprendimiento naranja y fondo emprender.	Noviembre 23
	Investigación sobre frutos del bosque y su aplicación a la gastronomía.	Noviembre 23
	El turismo y su impacto en el departamento en el marco de la economía naranja.	Noviembre 23
Carurú	Aplicación del plan de comunicaciones	Noviembre 28
	Definición de economía naranja. Industrias culturales y recreativas. Nodos regionales.	Noviembre 29
	Patrimonio material e inmaterial. Definición y contextualización en el departamento.	Noviembre 29
	Formalización empresarial.	Noviembre 29
	Emprendimiento naranja y fondo emprender.	Noviembre 30
	Investigación sobre frutos del bosque y su aplicación a la gastronomía.	Noviembre 30
	El turismo y su impacto en el departamento en el marco de la economía naranja.	Noviembre 30
	Aplicación del plan de comunicaciones	Noviembre 29, 30

MUNICIPIO	EJES TEMÁTICOS	DIAS DE TALLER
Mitú	Definición de economía naranja. Industrias culturales y recreativas. Nodos regionales.	Diciembre 1
	Patrimonio material e inmaterial. Definición y contextualización en el departamento.	Diciembre 1
	Formalización empresarial.	Diciembre 1
	Emprendimiento naranja y fondo emprender.	Diciembre 1
	Investigación sobre frutos del bosque y su aplicación a la gastronomía.	Diciembre 1
	El turismo y su impacto en el departamento en el marco de la economía naranja.	Diciembre 1

Es de anotar, que para el desarrollo del presente cronograma de actividades tuvo en cuenta la disponibilidad de los grupos de valor y los tiempos estimados de llegada de los profesionales a los municipios. De igual manera, se debe tener en cuenta que los tiempos pueden variar de acuerdo con factores externos que se salen del control como, por ejemplo, los cambios de clima, la disponibilidad de avionetas, las posibilidades de viaje, entre muchos otros factores.

Por otro, lado se encuentran factores en campo que impactan en los tiempos de ejecución. En algunos casos el desarrollo de los talleres se pudo realizar en un solo día, mientras que en otros se realiza en dos días.

También es necesario resaltar que la aplicación del plan de comunicaciones se llevo a cabo no solo cuando los profesionales se encontraban en la zona, sino que este fue aplicado por los técnicos contratados en cada uno de los municipios con suficiente anterioridad, lo que permitió que los grupos de valor se informaran y permitiera la asistencia a las actividades.

MINISTERIO DE CULTURA

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES






"FORTALECIMIENTO DEL NODO REGIONAL DE ECONOMÍA NARANJA DE VAUPÉS PARA LA PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD Y EL DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL".

Panuré
Corporación Étnica Colombiana

SENA
FONDO emprender

UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO

IDDER VAUPÉS

MINISTERIO DE CULTURA

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE RECRETACIÓN Y DEPORTES

Proyecto: "FORTALECIMIENTO DEL NODO REGIONAL DE ECONOMÍA NARANJA DE VAUPÉS PARA LA PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD Y EL DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL".

MISIÓN – VISIÓN INSTITUCIONAL:

Misión El Instituto Departamental de Deporte, Cultura y Recreación del Vaupés tendrá la visión de promover las expresiones artísticas y el acceso de la población a la cultura; Fomentar la recreación, la masificación del deporte en todas sus modalidades y el aprovechamiento del tiempo libre, con el fin de mejorar la calidad de vida y contribuir a la formación integral de las personas.

PLAN ESTRATÉTIGICO DE COMUNICACIONES:

El presente documento es un referente para el desarrollo de los procesos de comunicación que se harán de manera transversal en las actividades que realiza el Instituto Departamental de Cultura, Deportes y Recreación del Vaupés para cumplir con sus objetivos misionales. Contiene lineamientos que permiten visibilizar los objetivos misionales del Instituto en articulación con el Plan de Desarrollo Departamental vigente, así como para el cumplimiento de los objetivos propuestos en los convenios, que para el presente caso es el ministerio de cultura.

De igual manera cuenta con los referentes que se tienen en cuenta para la debida invitación a los grupos de valor a los diferentes talleres propuestos dentro del proyecto en mención y en aras de fortalecer los espacios públicos que conllevan a una buena comunicación entre el estado y la comunidad, permitiendo articular los sectores que para este caso están enmarcados en la economía naranja como punto de atención y todo los que permite que las comunidades ingresen a las nuevas políticas establecidas por el gobierno nacional.

Objetivos del Plan Estratégico de Comunicaciones:

- Contribuir a los objetivos misionales del IDDER desde la visibilización y comunicación asertiva de las actividades, procesos y acciones que se desarrollan, dentro y fuera de la institución y con los demás entes nacionales.

- Orientar el desarrollo de contenidos informativos para generar una interacción efectiva, dinámica y participativa con los grupos de interés.
- Cumplir desde la comunicación institucional con los principios de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Permitir la participación de todos los ciudadanos en las actividades propuestas por el IDDER, como también aquellas derivadas por convenios, proyectos institucionales, convenios de cooperación, entre otros.

Grupos de Interés



Se definen como grupos de interés a los diferentes sectores y grupos poblacionales que tienen una relación directa o indirecta en el desarrollo de los diferentes programas, proyectos y acciones que realiza el IDDER para el cumplimiento de sus objetivos misionales.

Estos son, en primera instancia, deportistas, clubes, artistas, actores cultuales u organizaciones deportivas, técnicos, sabedores, mayores, entrenadores, autoridades deportivas nacionales y departamentales; sin dejar a un lado el público en general que debe mantenerse informado sobre las actividades que se desarrollan en pro de la cultura y el deporte.

Para el presente caso, los grupos de interés comprenden los artistas, músicos, danzadores, artesanos, sabedores de la tradición cultural, lideres, lideresas, productores de alimentos propios de región y en sí los pobladores de las comunidades y el casco urbano que desee obtener información sobre la economía naranja, los nodos regionales, turismo, formalización y otros temas varios de interés para la población en general.

Enfoque de comunicación

La estrategia de comunicación que se presenta se basa en un enfoque interaccional que incentiva a la participación ciudadana y que tiene en cuenta las necesidades de información del instituto hacia la población para el cumplimiento de sus acciones misionales y que aportan a los procesos de transformación social a través de la cultura y el deporte. Cuenta también con el enfoque diferencial y con un alcance a donde no se cuenta con conectividad, permitiendo utilizar canales como la radio y el voz a voz, que es el más utilizado en la zona.

De igual manera, tiene presentes los lineamientos contenidos en la Ley 1712 de 2014 de Transparencia y Acceso a la Información y, su resolución 1519 de 2020 con los anexos 1, 2 y 3 que orientan la Accesibilidad web, los Estándares de publicación y divulgación de la información y las Condiciones mínimas, técnicas y de seguridad digital.

Articulación Institucional

Para el cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones, el instituto debe establecer una comunicación constante entre los directivos, los coordinadores y las personas que se encarguen de colaborar con los registros fotográficos y la recolección de información para la generación de los contenidos, buscando siempre un acompañamiento óptimo que permita cumplir con los objetivos de comunicación planteados.

Para esto el operador PANURE, realiza la contratación de técnicos en cada uno de los municipios impactados por el proyecto en articulación con el Ministerio de Cultura, lo que permite una convocatoria masiva y una recolección de información eficiente y eficaz.

Identidad visual

La identidad visual tanto del IDDER como del Ministerio de Cultura, quienes son las entidades representativas para la ejecución del proyecto, deberá respetarse como un componente transversal a todas las acciones de comunicación que se desarrollen para conservar la identidad institucional, fortalecer la recordación de marca y los valores del instituto. En este sentido, las piezas gráficas, los documentos corporativos y el uso de la imagen, tendrá en cuenta las características visuales del imagotipo de la entidad en cuanto a color, tipo de letra y elementos institucionales definidos por la mesa directiva o estipulados por la oficina de prensa, como lo hizo el Ministerio de Cultura, quien ya cuenta con las piezas estipuladas para cada una de las publicaciones a realizar.

Canales de Comunicación:

Para mantener informada a la ciudadanía se han establecido canales digitales que permiten generar una interacción alrededor de las publicaciones. A continuación, se relacionan las cuentas oficiales para las publicaciones institucionales:

Página web:

http://www.iddecurv.gov.co/ http://www.mincultura.gov.co/

Este es el canal principal, donde se publica toda la información del instituto, incluyendo su normatividad, noticias, menú de transparencia y demás contenidos que son de interés público. En ese mismo orden el ministerio cuenta con su página principal donde presenta las principales actividades realizadas, las patrocinadas, las convocatorias abiertas para que las personas naturales, jurídicas y jurídicas públicas puedan presentarse para la ejecución de proyectos culturales, fortaleciendo este sector.

Facebook: https://www.facebook.com/iddervaupes

Es la red social que nos ayuda a visibilizar contenido cultural y deportivo de manera inmediata, aumentando la presencia en uno de los canales más consultados por los habitantes del departamento de Vaupés y permitiendo fortalecer el vínculo entre el público juvenil y adulto.

Email: idder@vaupes.gov.co

El correo electrónico como medio oficial de comunicación, permite recibir correspondencia de nivel institucional, tanto del público interno como externo. Es importante como soporte de la veracidad de la información, pues las solicitudes o respuestas que se generan desde allí, se emiten directamente desde la dependencia que corresponda.

Es de anotar que para la convocatoria no se cuenta con conectividad por parte de los grupos de valor, como tampoco con celulares que permitan ingreso a internet o similar, por este motivo se realizar una convocatoria por medio radial y aplica el comúnmente llamado el voz a voz, pues los técnicos y profesionales se desplazan hasta las comunidades a realizar la invitación a los capitanes, lideres, artesanos, artistas y tos aquellos que deseen o puedan presentarse al desarrollo de los talleres.

Redacción y Estilo de los Contenidos:

Para lograr una comunicación asertiva con los grupos de valor, debe primar el lenguaje claro establecido en la Guía de Lenguaje Claro para Servidores Públicos de Colombia del Departamento Nacional de Planeación.

La redacción debe ser sencilla para que los ciudadanos entiendan fácilmente lo que se quiere comunicar, utilizando términos relacionados con el contexto cultural y en lo posible, con ayudas visuales que contribuyan a la lectura fácil, como palabras en negrilla o imágenes alusivas al contenido.

El orden en que se presenta la información debe tener una secuencia coherente y ordenada, respondiendo a las necesidades del lector, más cuando los grupos de valor, los integrantes no cuentan con un bachillerato completo.

TARAIRA

Con relación al plan estratégico de comunicaciones aplicado para el desarrollo de las actividades, el cual se aplicó anterior a la ejecución del proyecto, corresponde a las actividades que desde el grupo técnico y administrativo se tuvieron en cuenta para generar un gran impacto dentro del municipio.

Primeramente, se revisa mediante llamadas vía celular y mesas técnicas, la distribución de las personas en cada uno de los territorios. Es decir, para el caso en concreto del municipio de Taraira, se estableció de primer orden organizar el evento con las comunidades más cercanas, las cuales corresponden a San Victorino, Puerto Alegría, Puerto López y Multietnica, estas comunidade no cuentan con interconexión a internet como tampoco el municipio cuenta con sistema de radio banda corta o de radiofonía; por lo cual no fue posible utilizar las redes sociales para invitar a la reunión a realizarse. El método mas efectivo para realizar esta invitación y como se ha mencionado, ha sido el, voz, a voz, el envío de la razón y los oficios de invitación.



Invitación a la primera autoridad tradicional de la comunidad de Multiétnica y a la comunidad para el taller sobre economía naranja y nodos regionales.



Invitación a la primera autoridad tradicional de la comunidad de San Victorino y a la comunidad para el taller sobre economía naranja y nodos regionales.



Invitación a los sabedores y fundadores del municipio de Taraira para el taller sobre economía naranja y nodos regionales.

CARURÚ

Para el municipio de Carurú, no es la excepción, teniendo en cuenta que, aunque si cuenta con red de internet esta solo es posible para el casco urbano, las comunidades aledañas o circunvecinas no poseen internet como tampoco de radio cadena que permitiera una cobertura más amplia y suficiente. Por tal motivo se aplicó el, voz a, voz; el envío de razones a las comunidades y a las la población objetivo; de igual manera, se enviaron razones y escritos citando al evento y permitiendo una asistencia masiva.

El técnico del municipio aportó su conocimiento y sabiduría para que fuera posible llevar el mensaje a las comunidades circunvecinas, realizó varios desplazamientos para llevar el mensaje de los temas que se tratarían dentro de los talleres.



Desplazamiento por el río Vaupés y caño Carurú, con el técnico, motor, embarcación y motorista para la invitación a los talleres de las comunidades aledañas al casco urbano del municipio de Carurú.



Llegada de las lideresas y líderes de las comunidades aledañas al encuentro, en el municipio de Carurú, donde se trataron temas de economía naranja y nodos regionales.



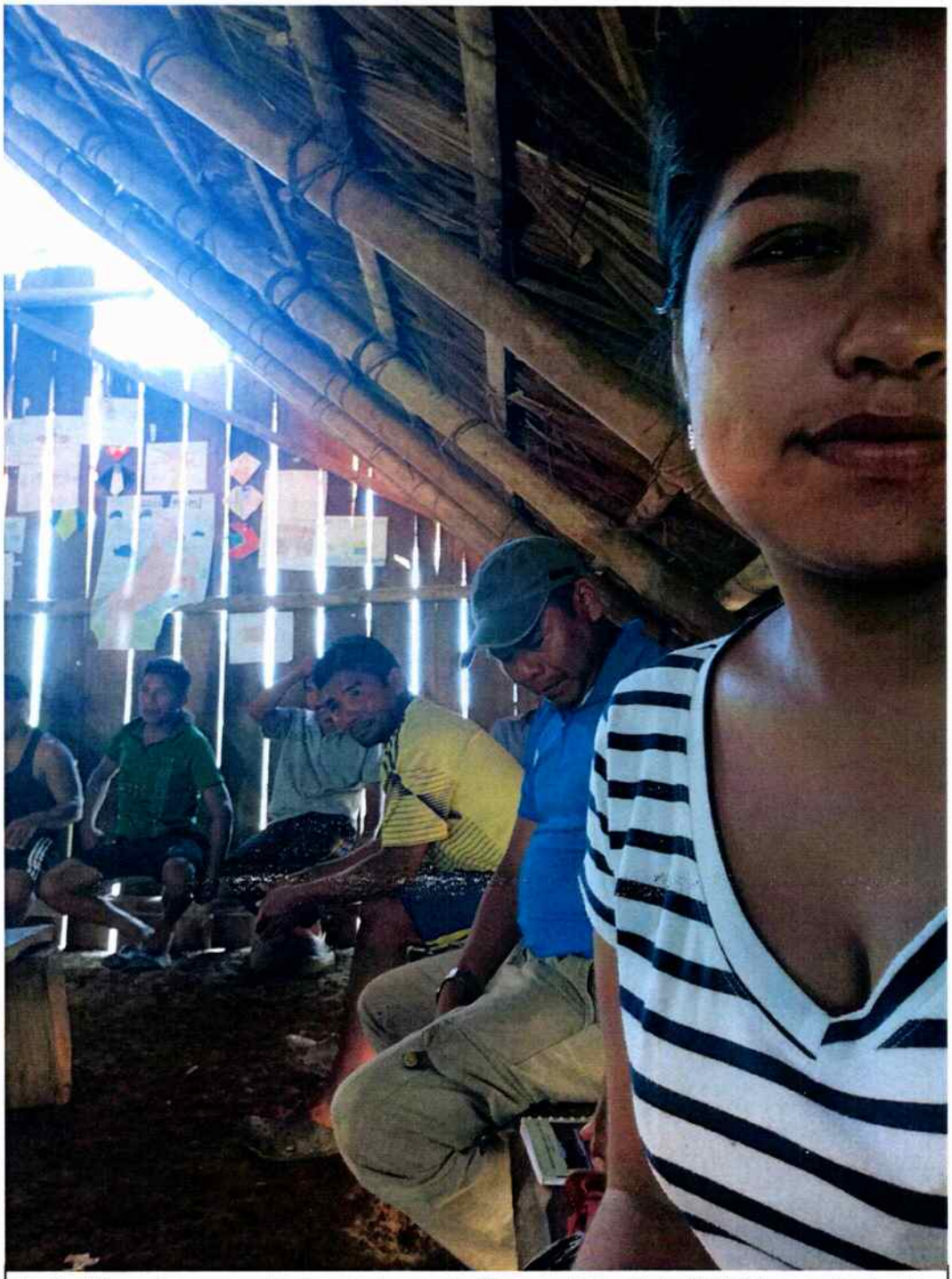
Invitación a las lideresas de las comunidades cercanas al evento.

MITÚ

Para el municipio de Mitú las cosas no fueron muy diferentes, pues si bien Mitú cuenta con red de comunicaciones y cobertura de varias comunidades, así como de cadena radial, se hizo uso de estas para realizar una convocatoria masiva, se realizó la invitación por medio radial. Esta invitación fue leída por la emisora yurupari estéreo y la emisora del ejército nacional en horas de la mañana, donde hay mayor audiencia. Se envía cartas de invitación a las comunidades aledañas y donde no se posee conectividad vía celular o por internet, estas invitaciones fueron enviadas a las autoridades tradicionales, lideres y lideresas de cada una de ellas, todo lo anterior se realiza con el apoyo y ayuda del técnico del municipio de Mitú.



Invitación vía radial a la población objetivo y grupos de valor del municipio de Mitú. Estación de radio del ejército nacional.



Invitación a las comunidades de la asociación zonal de ASATRAIYUVA con la técnica encargada del municipio de Mitú.

ESTRATEGIA NODOS

Esta es una estrategia diseñada por la Dirección de Estrategia, Desarrollo y Emprendimiento, que busca desplegar, en el país, la Política Integral de Economía Naranja y sus herramientas en los departamentos y sus capitales en coordinación con sus agentes locales. Tiene el propósito de generar instancias de gobernanza local con representantes de la cuádruple hélice (Estado-Sociedad-Empresa-Universidad) de los ecosistemas culturales y creativos, de tal manera que se logren articulaciones de acciones para lograr estrategias y acciones de impacto para estos sectores.

Así, cada ecosistema cuenta con un Nodo con una Comisión Directiva, en la cual participan las instituciones de la mencionada cuádruple hélice de cada territorio, de tal manera que se construya una visión compartida en materia cultural y creativa.

Además, los Nodos facilitan el encuentro entre instituciones de gobierno del nivel nacional y los niveles territoriales alrededor de las industrias culturales y creativas, promoviendo así un trabajo corresponsable en equipo.

Para lograr la sostenibilidad en el tiempo de estas instancias de articulación, se busca elaborar un acto administrativo de la conformación de cada Nodo a partir de sus instituciones públicas; así como la formalización de la mesa de industrias culturales y creativas en el marco de las Comisiones Regionales de Competitividad e Innovación, lo que le da cabida a los ecosistemas culturales y creativos de en el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación.

Por otro lado, cada ecosistema cuenta con una Agenda Creativa, definida como una herramienta de carácter estratégico y operativo que busca promover una visión integrada de un territorio de acuerdo con sus particularidades y sus fortalezas, a través de la cual se definen y priorizan proyectos relacionados con la vocación cultural y creativa de cada lugar, y cuya implementación permite la obtención de resultados concretos. De igual manera, las Comisiones Regionales de Competitividad e Innovación cuentan con una herramienta de gestión de la competitividad y productividad en los territorios denominadas Agendas Departamentales de Competitividad e Innovación (ADCI), y siguiendo con la línea de articulación entre MinCultura y MinCIT, se busca integrar las Agendas Creativas dentro de las ADCI como el capítulo sectorial en materia cultural y creativa.

Esta estrategia se desarrolla en 34 territorios del país, a saber, Arauca/Arauca, Armenia/Quindío, Barranquilla/Atlántico, Bogotá, Bucaramanga/Santander, Buenaventura/Valle del Cauca, Cali/Valle del Cauca, Cartagena/Bolívar, Cúcuta/Norte de Santander, Cundinamarca, Florencia/Caquetá, Ibagué/Tolima, Inírida/Guanía, Leticia/Amazonas, Manizales/Caldas, Medellín/Antioquia, Mitú/Vaupés, Mocoa/Putumayo, Montería/Córdoba, Neiva/Huila, Pasto/Nariño, Pereira/Risaralda, Popayán/Cauca, Puerto Carreño/Vichada, Quibdó/Chocó, Riohacha/La Guajira, San Andrés Islas, San José/Guaviare, Santa Marta/Magdalena, Sincelejo/Sucre, Tunja/Boyacá, Valledupar/Cesar, Villavicencio/Meta, Yopal/Casanare.

¿Qué es una industria cultural y recreativa

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), las industrias culturales y creativas son aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. De acuerdo con la Ley 1834 del 2017, las industrias creativas abarcan a los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa. (Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación)

La **Industria Cultural y Creativa** se puede definir como el sector que tiene por objeto la producción, promoción y difusión de bienes y **servicios culturales y creativos**, incluyendo el sector económico que abarca lo simbólico, la expresión sensible y la estética.

Actualmente, se podría afirmar que este renglón económico es la unión de empresas cuya principal actividad se centra en la **producción de cultura** con fines lucrativos. Sin embargo, es pertinente tener en cuenta que la información cultural también se genera a través de canales para la obtención de información gratis, por ejemplo, los diferentes contenidos digitales en internet, en los que se destaca una cultura participativa que también se debe reflexionar.

En la década de los noventa, en Gran Bretaña, Australia y Nueva Zelanda, se empezó a hablar de **Industrias Creativas** y desde allí se expandió este concepto por el resto del mundo. Hoy, esta denominación implica una mayor exploración ya que los productos que se desprenden de este abanico contienen **elementos artísticos y creativos** que amplían la complejidad del sector, lo cual deja abierta la discusión conceptual.

Esta **industria -cultural y creativa-** busca una transformación social a partir del aumento del consumo de estos **bienes y servicios**; crear hábitos y públicos para ello, educar e informar. En Colombia, este sector adquiere cada día mayor importancia de cara a la gestión y al **desarrollo de la economía**.

- Fonográfico: industria discográfica, radio, ópera, conciertos y actuaciones.
- Turismo cultural y patrimonio cultural: arquitectura, museos, galerías, gastronomía, productos típicos, ecoturismo, conciertos, actuaciones y artesanías.
- Audiovisuales: cine, tv y radio.
- Artes escénicas y artes visuales: música, danza, marionetas, circo, ópera, pintura, escultura, fotografía y antigüedades.

- Editorial: libros, industria gráfica, industria editorial, periódicos, revistas, diarios, literatura.
- Servicios creativos: arquitectura, publicidad, servicios y cultura.
- Multimedia: publicidad, software, videojuegos, soportes multimediales, contenidos digitales.
- Diseño: interiores, gráfico, moda y joyería.
- Deportes: Organización de eventos deportivos, torneos, juegos, etc.



Hay que tener en cuenta que:

→ La interrelación de sectores dificulta en gran medida cualquier clasificación y así, para cada una de estas posibles tipologías existen industrias que, aunque inicialmente pertenecen a un sector, también pueden ser relacionados con otros, por ejemplo, el caso de los conciertos y actuaciones que pertenecen primariamente al sector de las artes visuales y escénicas y secundariamente se relacionan con el sector fonográfico.

→ Todas las tipologías se benefician actualmente de la inclusión de las nuevas tecnologías en los procesos de creación, producción y difusión. Para algunas disciplinas como música o artes visuales las TIC son absolutamente insustituibles, pero incluso en negocios más asociados a la artesanía adquieren cada vez más importancia.

ESTRATEGIAS PARA VAUPÉS

Para el caso de Vaupés, donde ya se cuenta con una mesa de cultural y creativa, fundada desde el año 2021 en su primer periodo, esta mesa ha sido fortalecida a través del tiempo con la inclusión de instituciones públicas y privadas que van en la misma línea de la economía naranja, hoy llamada empresas culturales y creativas, para el desarrollo de la mesa y la puesta en marcha de los nodos regionales se plantean las siguientes estrategias:

1. **Ampliar la generación de conocimiento a través de diversos enfoques disciplinares**

1.1. Ampliar la Cuenta Satélite de Cultura a todos los sectores de las industrias creativas y culturales del sector, incluyendo actividades de turismo cultural, la cual pasa a denominarse Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja. Así mismo, evidenciará la relevancia de la propiedad intelectual a través de análisis periódicos de su impacto económico, incluido el derecho de autor, los derechos conexos y la propiedad industrial, en los sectores de la Economía Naranja. Para los municipios del Vaupés, se contará con la mesa departamental para caracterizar, revisar y establece el apoyo a cada uno de los sectores para su formalización posterior aplicación económica (derechos de autor, propiedad intelectual, entre otras).

1.2. Provisionar de manera permanente y con calidad de información estadística de base que permitirá hacer seguimiento a la evolución del sector, con un análisis más sofisticado de enfoques disciplinares, para determinar aquellos vínculos que existen entre lo cultural y el desarrollo humano.

1.3. Generar investigaciones y mediciones que amplíen el conocimiento construido sobre el sector cultural y creativo para que incorporen los elementos del desarrollo humano. Se propiciará la articulación con los sistemas de información existentes para que permitan realizar asociaciones entre lo cultural y las demás dimensiones de la vida humana.

2. **Profundizar en el análisis del ecosistema de valor y el nivel territorial**

2.1. Realizar mapeos, para caracterizar las organizaciones, agentes, productos, actividades y redes existentes en el territorio; identificar las vocaciones creativas y productivas, oferta formativa, brechas de capital humano y de competitividad y, en general, todas aquellas

barreras que impidan desarrollar los sectores de la economía cultural y creativa; evaluar la posibilidad de fortalecer actividades relacionadas con el turismo cultural, procesos de innovación social a través de la cultura y desarrollar inteligencia de mercados, que permitan una mayor internacionalización de los bienes y servicios culturales.

2.2. Ampliar las metodologías e instrumentos de medición existentes sobre la economía creativa y extender el análisis de los procesos de distribución, circulación y consumo para entender el comportamiento integral del ecosistema creativo.

2.3. Identificar las limitaciones que impiden una mayor circulación de las manifestaciones culturales y creativas, y contribuir al diseño de estrategias de apropiación a partir de un mayor conocimiento de las audiencias. En este sentido, es necesario que se realicen estudios sobre intermediarios culturales y no culturales, que se convierten en aliados estratégicos del sector. De igual manera se deberá fomentar la investigación de organizaciones y emprendimientos para que puedan tener un mayor conocimiento de sus públicos y diseñar estrategias que redunden en mayores posibilidades de acceso a la rica oferta cultural existente en el departamento y sus municipios.

2.4. Fortalecer los centros de investigación y entidades académicas que producen información a nivel local, que contribuyan a la ampliación de la información del sector cultural y creativo a nivel territorial, a través de la articulación entre gremios y universidades.

3. Organizar, sistematizar y divulgar la información y el conocimiento sectorial

3.1. Fortalecer espacios de difusión, encuentro y discusión, que permitan a los agentes culturales y a los responsables de la formulación y ejecución de políticas públicas enriquecer su conocimiento sobre el sector y sus lazos con las múltiples dimensiones del desarrollo humano. De esta manera será posible tomar decisiones estratégicas basadas en información oportuna y confiable, que aporten a la construcción de un conocimiento plural, que dará cuenta de la diversidad cultural, el estado de acceso y participación, así como la evolución en las prácticas y el ejercicio de los derechos culturales.

3.2. Generar mecanismos de articulación interinstitucional con otras entidades del sector para producir estudios transversales a la economía cultural y creativa, para el enriquecimiento de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja y el conocimiento del inventario de las investigaciones que producirán cada año las organizaciones públicas y privadas, con el propósito de no duplicar esfuerzos y articular todos los ejercicios de investigación para que se genere la posibilidad de analizar y publicar de manera conjunta.

3.3. Crear espacios de generación y divulgación de conocimiento entre academia, sector público, empresarios y organizaciones culturales. Se darán a conocer las investigaciones, documentos de análisis y otro tipo de publicaciones en diferentes medios, en colaboración con las otras instituciones que conformen una red sectorial de información, mediante la divulgación web, la realización de eventos, talleres y otras actividades que permitan socializar el cuerpo de conocimiento generado entre un público amplio, de manera que se garantice una construcción conjunta del conocimiento, un análisis crítico de la información producida y la posibilidad de que los usuarios puedan retroalimentar los estudios realizados.

MAPEO O INVENTARIO CULTURAL

En el municipio de Taraira se desarrollaron 6 talleres siguiendo los temas propuestos con el siguiente orden del día:

1. Industrias Culturales y Recreativas. Definición, conceptos y contextualización en el departamento del Vaupés, así como el Marco normativo.

2. Patrimonio material e inmaterial. Definición, conceptos y contextualización en la zona, A cargo del IDDER

3. Constitución de empresas, marco empresarial, marco normativo para constitución de una empresa A Cargo de la cámara de comercio.

4. Emprendimiento, fondo emprender y unidades productivas, a cargo del SENA.

5. Investigación sobre frutos del bosque para bebidas frías y gastronomía a cargo del instituto SINCHI.

6. Turismo y su impacto en el departamento. A cargo de la Secretaría de Agricultura Departamental.

El día 22 de noviembre el equipo de profesionales del proyecto viajó desde el Municipio de Mitú con destino a Tararira, una vez allí, en horas de la tarde se realiza una reunión en la Alcaldía Municipal a la que asistieron el secretario de gobierno (quien estaba ejerciendo funciones de Alcalde Encargado), el secretario jurídico, el grupo profesional de la corporación PANURE y el IDDER, en esta reunión se socializa con los secretarios los temas que se iban a tratar posteriormente, en los eventos programados dentro del Marco de las actividades a desarrollar en el proyecto y explicando que se busca con el desarrollo de estos talleres.

En esa misma tarde del 22 de noviembre, Se realizo la visita a las comunidades Sector Étnico, San Victorino y Casco Urbano del municipio de Tararira en compañía del Técnico asignado para ese Municipio. En estas visitas se amplió la invitación al desarrollo de los talleres a realizarse en el municipio y los cuales buscan promover y fortalecer a las personas que tienen un emprendimiento asociado a las actividades culturales y creativas enmarcadas en la economía Naranja e incentivarlos a que se constituyan de manera legal como empresa o como persona natural.

Posteriormente el equipo de Profesionales del proyecto de corporación Panure y el IDDER asistieron a una entrevista con el Sr. JULIO QUINTERO quien es un sabedor del municipio de Taraira y cofundador del municipio, también hace parte de la asociación de mineros del municipio de Taraira. El Sabedor cuenta acerca de la creación del municipio, su evolución y sobre todo las problemáticas que se tienen en el pasar del tiempo, narra sobre el descubrimiento de la mina de oro, siendo Taraira reconocido por esta actividad económica.

El dia siguiente se da inicio al evento a las 8:00 a.m, las personas invitadas fueron llegando al recinto, se inicia la reunión sobre las 9:00 a.m con los delegados de las diferentes comunidades de la zona y lideres de los resguardos indígenas al igual que los emprendedores convocados previamente por el equipo a cargo del proyecto.

El ingeniero Juan Pablo Quecan hace el saludo a los asistentes, delegados y lideres.

Se abre el evento con la intervención de los profesionales de PANURE, explicando de que se trata el desarrollo de estos talleres y que beneficios trae para el municipio.

Luego hace el conversatorio el profesional del IDDER LUIS PERDOMO toca el tema del patrimonio material e inmaterial refiriéndose a las ferias de las colonias, día del chagrero, día del campesino y otros eventos culturales que se generan en el departamento del Vaupés.

Se continua por parte de la profesional de apoyo la ingeniera ALBA YANETH OBANDO CORTES quien aborda diferentes temas tales como, constitución de empresas marco teórico empresarial, marco normativo para constitución de una empresa, hace referencia de cómo se debe constituir una empresa y los beneficios que se pueden recibir al estar constituida legalmente, también al reconocimiento de la actividad económica para acceder a beneficios otorgados por las entidades estatales que apoyan las empresas culturales y creativas de la economía Naranja.

Como complemento de esta actividad, el profesional Juan Pablo Quecán, apoya el conversatorio abordando el tema de la investigación, la cual es presentada por el instituto SINCHI. Hace referencia igualmente a los conceptos como que es la Economía Naranja, explica que es un modelo de desarrollo en el que la diversidad cultural y creativas son pilares de transformación social y económica del país. Continua con el desarrollo del taller abarcando otros temas como Emprendimiento fondo emprender y unidades de productivas donde puntualiza en que consiste el apoyo que brinda el SENA a los emprendedores.

Terminando el desarrollo del taller se realizó una mesa redonda en la cual se da a conocer el emprendimiento de la señora María Alicia Machado Trinidad, quien se dedica a las artesanías elaborando trajes, correas y bolsos típicos, usando productos de la región, el equipo de profesionales y apoyo técnico proyecta este emprendimiento para ser beneficiado de los incentivos que otorga el programa

de Estímulos del Ministerio de Cultura en conjunto con el Nodo regional del Departamento del Vaupés.

El objetivo de los talleres es dar a conocer que es la economía naranja, cuáles son sus factores, explicando que actividades conforman la economia naranja, como los emprendedores pueden reconocer si sus actividades económicas pertenecen a la economía naranja o creativa. Dar a conocer la importancia de estos espacios que permiten ampliar el conocimiento de los temas como emprendimiento, asociatividad, empresarismo, turismo y patrimonio cultural.

Dentro de los beneficios que pueden tener si formalizan su actividad económica, están la facilidad de acceder a créditos, posibilidad de participar en ferias, talleres, capacitaciones gratuitas, entre otros.

Los logros obtenidos con el desarrollo de los talleres con cada una de las actividades fueron los siguientes:

1. Los asistentes expresaron su acuerdo con los temas tratados, toda vez que generan espacios nuevos que permiten el fortalecimiento cultural y turístico del municipio, toda vez que este tipo de actividades no habían sido realizadas en esta zona.
2. Los emprendedores mostraron gran interés sobre la manera de poder asociarse y en hacerse legales en el desarrollo de sus actividades económicas frente a las entidades del estado.
3. Los asistentes analizaron las oportunidades y se generó gran expectativa de como empezar a buscar maneras de que permitan implementar el turismo dentro de la zona.

De acuerdo al listado de asistencia se evidencio el número de artesanos, sabedores, mujeres cabeza de hogar con actividades culturales y creativas y capitanes de comunidades indígenas que son multiplicadores de la información suministrada en los talleres.

Con relación a lo anterior, se puede evidenciar lo siguiente: en el municipio de Taraira y con una muestra poblacional de 30 personas los lideres que asistieron al evento fueron 3 para un porcentaje del 10%, permitiendo dar un balance positivo de aceptación por parte de este tipo poblacional y teniendo en cuenta que las demás comunidades son demasiado distantes del casco urbano, por tal motivo no asistieron.

Por otro lado, el grupo de artesanos fue un total de 2 personas para un promedio del 7% aproximadamente, teniendo en cuenta que Taraira se caracteriza por la minería y por la agricultura. Teniendo en cuenta este último dato asistieron 14 personas representantes del sector agrícola o dedicados a las chagras, lo que nos permite obtener un índice del 46,7%, el cual es bastante alto. No obstante, estas actividades referentes a la chagra no son ajenas al sector cultura y mucho menos a lo referente a economía naranja, teniendo en cuenta que esto es un sector trasversal a todos los demás.

Alguna de la muestra poblacional comprende los sectores de estudiantes interesados en el tema y otros acompañantes de los lideres y que hacen parte significativa de la comunidad para un total de 10 en total, con un índice de 33,3%, siendo estos acompañantes una pieza fundamental, porque son ellos los que permiten que se repique la información de la mejor manera posible y apoyan a los lideres en el desarrollo de sus actividades.

Por último, pero no por ello menos importante tenemos a un sabedor que permitió realizar un ritual dentro del evento y quien estuvo activo en el desarrollo de los diferentes talleres, y si bien solo estadísticamente marca el 3,3% es de gran importancia que los sabedores se vean representados en la mesa de participación y observe como su conocimiento ancestral es de gran ayuda para el buen vivir y permitir que este legado no muera, sino que perviva en la memoria de las nuevas generaciones.

La articulación de todos los sectores, permite distinguir las fortalezas del municipio, que para el caso es la agricultura como se mencionó anteriormente, esta agricultura se enmarca en el desarrollo programático de las comunidades y es la base del sustento de las familias, el apoyo y fortalecimiento de este sector es importante pues de los cultivos se sacan los principales productos gastronómicos que se ofertan en el mercado como es el casabe, la fariña, el almidón, la chicha, entre otros. Es por esto que su articulación con la economía naranja encaja de primera mano y más aún con el tema de turismo dentro del departamento.

MUNICIPIO CARURÚ

Con relación a lo anterior, se puede evidenciar lo siguiente: en el municipio de Carurú y con una muestra poblacional de 35 personas los lideres que asistieron al evento fueron 2 para un porcentaje del 5.7%, permitiendo dar un balance positivo de aceptación por parte de este tipo poblacional y teniendo en cuenta que las demás comunidades son demasiado distantes del casco urbano, por tal motivo no asistieron.

Por otro lado, el grupo de artesanos fue un total de 9 personas para un promedio del 25.7% aproximadamente, teniendo en cuenta que Carurú se caracteriza por la agricultura, pesca, caza. También contamos con la presencia de agricultura se cuentan con 2 personas con un porcentaje de 5.7%. Alguna de la muestra poblacional comprende los sectores de asistentes interesados en el tema y otros acompañantes de los lideres y que hacen parte significativa de la comunidad para un total de 16 en total, con un índice de 45.7%, siendo estos acompañantes una pieza fundamental, porque son ellos los que permiten que se repique la información de la mejor manera posible y apoyan a los lideres en el desarrollo de sus actividades. También asistieron 4 sabedores con un porcentaje de 11.4% se evidencia un porcentaje mínimo de asistencia, pero se genera un gran impacto, el tema de ellos es el querer que su conocimiento no se pierda, se hace

necesario fortalecer estos espacios de aprendizaje hacia las nuevas generaciones.

Teniendo en cuenta este último dato asistieron 2 personas representantes del sector danzadores, lo que nos permite obtener un índice del 5.7%.

La articulación de todos los sectores, permite distinguir las fortalezas del municipio, que para el caso es la agricultura, caza, pesca como se mencionó anteriormente, esta agricultura se enmarca en el desarrollo programático de las comunidades y es la base del sustento de las familias, el apoyo y fortalecimiento de este sector es importante pues de los cultivos se sacan los principales productos gastronómicos que se ofertan en el mercado como es el casabe, la fariña, el almidón, la chicha, entre otros. Es por esto que su articulación con la economía naranja encaja de primera mano y más aún con el tema de turismo dentro del departamento.

MUNICIPIO DE MITU

Continuamos con el inventario del Municipio de Mitú, con relación al listado de asistencia podemos evidenciar el número de lideres, sabedores, artesanos, operador turístico, agricultores, con actividades culturales y creativas.

Con relación a la información anterior podemos evidenciar lo siguiente: En el Municipio de Mitú con una población de asistentes al taller de 24 personas, los lideres que asistieron al evento fueron 13 para un porcentaje de 45%, donde se evidencia un impacto positivo de aceptación a estos encuentros.

Se establece que el grupo de sabedores fue un total de 3 personas que participaron en el evento para un porcentaje de 12.5%, se evidencia un porcentaje mínimo de asistencia, pero se genera un gran impacto, el tema de ellos es el querer que su conocimiento no se pierda, se hace necesario fortalecer estos espacios de aprendizaje hacia las nuevas generaciones.

Por otro lado, los asistentes de artesanos fueron 5, con un porcentaje de 21%, teniendo en cuenta que, en el municipio de Mitú, encontramos artesanos que unos trabajan madera, otros trabajan chaquiras que elaboran la bisutería como (aretes, manillas y collares), otros trabajan materia prima como (bejucos y tejidos) etc, no asistieron todos los artesanos si no fue un representante de cada colectivo. En el desarrollo de los talleres del proyecto AUNAR ESFUERZOS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL NODO REGIONAL DE ECONOMIA NARANJA DE VAUPES, PARA LA PROMOCION DE LA DIVERSIDADY EL DESARROLLO LOCL Y REGIONAL se vio una representación muy pequeña sin embargo en la feria de muestras culturales fue masiva con la parte artesanal.

También se hizo presente 1 operador turístico con un porcentaje de 4.1%, teniendo en cuenta que esta es una actividad que se quiere promover y fortalecer en el municipio de Mitú con estos eventos, donde se quiere dar a conocer los sitios turísticos de esta región. Es por esto que su articulación con la economía

naranja encaja de primera mano y más aún con el tema de turismo dentro del departamento.

Por último, tenemos la asistencia de los agricultores o dedicados a las chagras asistieron 3, con un porcentaje 12.5%, donde esta actividad pertenece a la economía naranja o creativas, teniendo en cuenta que este es un sector transversal a todo lo demás.

Al poder reunir todos los sectores, permite conocer las fortalezas del municipio, que para el caso es los lideres como se mencionó anteriormente, Los lideres marca un gran impacto porque ellos llevan a replicar el conocimiento adquirido en el desarrollo de los talleres a sus comunidades.

En la feria de muestras culturales se pudo evidenciar gran impacto de artesanos donde se pueden clasificar unos trabajan en madera, otros en bisutería que utilizan plumajes, otros en canastos donde utilizan material de la región, de acuerdo a las actividades desarrolladas en el municipio de Mitú, La feria sirvió para que los artesanos pudieran ofertar sus productos y mostrarlos al público en general permitiéndoles tener una ganancia con base a lo ofertado, en el marco del proyecto "AUNAR ESFUERZOS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL NODO REGIONAL DE ECONOMIA NARANJA DE VAUPES PARA LA PROMOCION DE LA DIVERSIDAD Y DEL DASARROLLO LOCAL Y REGIONAL".

Para el mapeo de cada uno de los municipios, se tomaron como referencia los grupos de valor que se integraron al desarrollo de los talleres y foros realizados en Mitú, Carurú y Taraira, por el grupo de profesionales que se desplazaron para tratar temas de economía naranja, nodos regionales, formalización de empresa, emprendimiento, entre otros de interés relacionados de manera directa con muchas de las actividades que se realizan dentro de las comunidades indígenas, dentro de los municipios y dentro de cada una de las familias que habita en el sector, teniendo en cuenta que una mujer que se dedica al hogar es una potencial emprendedora en la gastronomía o en la agricultura o cualquier otra rama que lo desee.

Es por esto que a continuación se presenta un listado de los gestores cultuales, los emprendedores o de todos aquellos que cuentan con una idea que puede ser consolidada como idea de negocio o emprendimiento naranja.

CARURÚ

NOMBRE	OCUPACIÓN	LINEA NARANJA
José María Leyter	Técnico Contable	Grupo de niños danzadores
Arsenio Hernández	Técnico en Enfermería	Danzado
Fredy Henao	Técnico Agropecuario	Grupo de Danzadores
Oscar Reyes	Chagrero	Grupo de Danzadores
Hilber Darío Henao	Chagrero	Grupo de Danzadores
Emilio González	Chagrero	Grupo de Danzadores
Cervantes Gómez A.	Presidente Zonal	
Leonilda Rodríguez	Lideresa	Grupo de Artesanas
Claudia Liliana Leyter	Lideresa	Grupo de Artesanas
Claudia Marcela Bermúdez	Artesana	Grupo de Artesanas
Guillermina Leyter	Artesana	Grupo de Artesanas
Caridad Romero Cruz	Lideresa	Grupo de Artesanas
Martha Neira Diaz	Lideresa	Grupo de Artesanas
Manuel Jairo Ramírez	Artesano	Grupo de Artesanos
Aura Mercedes Uribe	Hogar	Gastronomía
Guillermo Silva Méndez	Artesana	Grupo de Artesanas
Juan Carlos Lostoza	Sabedor	Sabiduría Ancestral
Adriana Paola Lostoza	Cocinera	Gastronomía
Jesús Adonay Fonseca	Sabedor	Sabiduría Ancestral
Milsiades Ballesteros	Artesano	Grupo de Artesanos
Yesid Ramírez	Danzador	Grupo de Danzadores
William Madrid Ballesteros	Danzador	Grupo de Danzadores
Estanislado Silva	Sabedor	Sabiduría Ancestral
María Barbosa	Danzador	Grupo de Danzadores
Aida Luz Castañeda	Hogar	Gastronomía
Víctor Guzmán	Resandero	Sabiduría Ancestral
Yuli Paola Gómez	Hogar	
Eduardo Sánchez Gómez	Tejedor	Sabiduría Ancestral

NOMBRE	OCUPACIÓN	LINEA NARANJA
María Isaza	Hogar	
Maximiliano Márquez	Artesano	Grupo de Artesanos
María Rodríguez	Hogar	
Martha Cecilia Patria	Artesana	Grupo de Artesanos

TARAIRA

NOMBRE	OCUPACIÓN	LINEA NARANJA
Bernardo Valencia	Chagrero	Grupo de Danzadores
Diego Armando Itana	Capitán	Grupo de Danzadores
John Fredy Sánchez	Chagrero	Grupo de Danzadores
Mauricio Valencia	Chagrero	Grupo de Danzadores
Liz Beatriz Yacuma	Estudiante	Grupo de Artesanas
Tiburcio Macuna	Implementador REDD+	
Jazmin Bautil Barazano	Participante	
Victori Letuama Tanimuca	Participante	
Carlos Rojas Macuna	Líder	Grupo de Danzadores
María Machado Trinidad	Artesana	Grupo de Artesanas
José Luis Cabrera	Estudiante	
Virgilio Macuna	Agricultor	Sabiduría Ancestral
Leonidas Ramos	Agricultor	Sabiduría Ancestral
Rejina	Chagra	Grupo de Artesanos
Ney Torres	Chagra	Grupo de Danzadores
Milton Moncayo	Chagrero	Grupo de Artesanos
Teresa Acosta	Chagra	Grupo de Artesanas
Juana María P.	Chagra	Grupo de Artesanas
Ligia Miranda	Chagra	Grupo de Artesanas
Dioselina Resende C.	Chagra	Gastronomía
Bartolome Gaitán	Chagra	Grupo de Danzadores
Vernarda Valencia	Participante	Grupo de Artesanas
Amalia Villegas	Chagra	

Mitú

NOMBRE	OCUPACIÓN	LINEA NARANJA
Carlos Alejandro Rodríguez	Productor Audio Visual	Productor Audio Visual
Luis Martínez	Sabedor	Sabiduría Ancestral
Moisés Restrepo Valencia	Sabedor	Sabiduría Ancestral
Juan Andrés Rodríguez	Líder	Grupo de Danzadores
Mider Alexis Jiménez	Líder	Grupo de Danzadores
Reinaldo Castaño	Líder AZATAP	Grupo de Danzadores, Artesanos y Turismo en la zonal
Rafael Madero	Líder	Grupo de Danzadores

NOMBRE	OCUPACIÓN	LINEA NARANJA
Jose Luis Builes	Representante	Grupo de Danzadores
Marleni Diaz	Representante	Grupo de Danzadores
Miguel Azael Barreto	Capitán	Grupo de Danzadores y artesanos
Elda Clarita Hernández	Chagra	Gastronomía
Ángel Edison Rodríguez	Líder	Turismo dentro de la comunidad
Jorge Martínez	Secretario Zonal	
Héctor Vargas López	Vice Capitán	Grupo de Danzadores y artesanos en la comunidad
Luis Martínez	Sabedor	Sabiduría Ancestrales
Víctor Hugo Muñoz Trinidad	Líder	
Francisco Montaña Hernández	Guía Turístico	Guía Turístico

Dentro del mapeo se puede observar que el punto importante de emprendimiento para las comunidades y familias se encuentra en las artesanías o manualidades, las cuales llevan realizando por años y como trabajo para la elaboración de utensilios del día a día utilizados en la casa, solo que ya llevados a competir en calidad y gustos del cliente.

Otro de los aspectos a resaltar es el interés por ingresar a la economía naranja, hoy llamada economía de empresas culturales y recreativas, por parte de las comunidades aplicando sus conocimientos ancestrales como lo es el rezo, el baile tradicional, el conocimiento ancestral indígena, lo que permite potencializar y fortalece los espacios culturales de las comunidades mientras estas ofertan servicios en estos mismos campos.

MANUAL OPERATIVO PARA LA DELIMITACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ÁREAS DE DESARROLLO NARANJA, GESTIÓN Y FORMULACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

La administración del presidente Iván Duque incluyó en la ley del Plan Nacional de Desarrollo "Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad" 2018-2022 el Pacto X: "Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la Economía Naranja", considerando que la "cultura y el estímulo de la creatividad pueden configurarse como base de la Economía Naranja contribuyendo al desarrollo sostenible y a la solución de los desafíos productivos y de empleo del país". Para cumplir con este propósito, dentro de los objetivos y estrategias se ha propuesto impulsar las agendas creativas para municipios, ciudades y regiones, y el desarrollo de Áreas de Desarrollo Naranja (ADN); espacios geográficos que operan como centros de actividades económicas y creativas, delimitadas y reconocidas a través de instrumentos de ordenamiento territorial o decisiones administrativas de la entidad territorial.

Mediante la implementación de las ADN, será posible contribuir en la transformación social y económica de Colombia, ubicando la cultura en el centro de la agenda de desarrollo, en una estrecha relación con las dinámicas, necesidades y realidades de las distintas regiones. Al momento de escribir estas líneas, Colombia cuenta con veintidós ADN, declaradas y delimitadas por doce alcaldías, desde ciudades capitales como Riohacha, Barranquilla, Cali, Montería o Medellín, hasta municipios más pequeños como Girardot y Villapinzón en Cundinamarca, El Banco y Ciénaga en Magdalena, Villa del Rosario en Norte de Santander y La Ceja en Antioquia. De igual forma, se está acompañando a más de veinte municipios en las gestiones para establecer ADN adicionales.

INTRODUCCIÓN

El fenómeno internacional de los distritos culturales o creativos, definido en la legislación nacional de Colombia como Áreas de Desarrollo Naranja (ADN), ha sido abordado en ciertos casos desde una perspectiva eminentemente económica, pero es importante recordar que estos implican una multidimensionalidad que también debe ser reconocida, identificada y estudiada en términos de capital simbólico, redes, relaciones y dinámicas sociales, artísticas, culturales y patrimoniales. Como sugiere Uldemollins (2008), los distritos culturales son fenómenos que han figurado como catalizadores para el desarrollo urbano de muchas ciudades y cuyas dinámicas se ven afectadas por las políticas públicas (Montgomery, 1995), la influencia de instituciones determinadas (Newman y Smith, 2000), aunque también se han abordado temas asociados con las lógicas del clúster creativo (Crewe, 1996 y Bovone , 2005) y, por supuesto, también existen estudios como

los de Montgomery (2003) o Mommaas (2004), dirigidos a explicar este tipo de manifestaciones culturales y artísticas de una manera holística.

Antes de abordar estos elementos a profundidad, es primordial identificar las condiciones para afirmar que una zona geográfica particular es realmente un distrito cultural o creativo. En primera instancia, en el distrito cultural existe una relación entre el patrimonio arquitectónico y artístico del lugar y su capital simbólico. En segundo término, existe una reunión y afluencia de agentes, iniciativas, emprendimientos, organizaciones (públicas y privadas) y empresas culturales, así como un flujo o intercambio constante de bienes y servicios culturales. En tercer lugar, el distrito cultural evidencia la diversidad artística y cultural de la ciudad. En cuarto lugar, un distrito cultural implica que el espacio físico no solo es el lugar en que tienen lugar los procesos socioeconómicos y culturales, sino que también puede ser empleado como insumo del proceso creativo, constituyendo relaciones cuasi orgánicas con quienes lo habitan. Como quinto requisito, el capital simbólico desarrollado en el distrito creativo se torna en un elemento identitario del mismo. Finalmente, la política pública ejerce efectos importantes y significativos en la evolución del distrito en el tiempo. Lo anterior constituye una hoja de ruta y no es en sentido estricto una "camisa de fuerza". El distrito creativo puede carecer de una o algunas de las condiciones ya enunciadas; no obstante, su presencia contribuye a su identificación y sostenibilidad.

Para el departamento los distritos culturales se convierten en las comunidades, las cuales internamente realizan procesos netamente propios de las etnias que las habita. Lo que las convierte en un ejemplo potencial para poder explotar, en el mejor sentido de la palabra, de manera cultual y recreativa, teniendo en cuenta que no hay que olvidar los juegos autóctonos y las diferentes actividades propias que se realizan para la diversión y el sano esparcimiento de los Niños, Niñas, Adolescentes, Jóvenes (NNAJ) y sus familias.

INTERVENCIÓN DEL ESTADO Y DESARROLLO DE LAS ADN

Ahora bien, en cuanto a la intervención del Estado a través de programas y política pública, cuando son liderados desde el Gobierno, estos procesos de clusterización cultural pueden darse en dos grandes vías: (i) planes de acción para fortalecer concentraciones culturales históricamente existentes (procesos de abajo-arriba), o (ii) planes de acción para desarrollar o favorecer nuevas concentraciones culturales (procesos de arriba-abajo).

Para el caso de la estrategia de abajo-arriba, se describe sobre el cultivo de los distritos culturales "naturales" como un vehículo para traducir la cultura local o de base en procesos de revitalización urbana, cuyo principal desafío es fomentar estas redes sociales definidas geográficamente sin apagar la "chispa" que las hace distintivas.

En la segunda vía, referente a las estrategias de arriba-abajo, el Estado determina geográficamente el área sobre el cual aplica una serie de incentivos fiscales (en impuestos sobre la renta, predial, industria y comercio, delineación urbana, entre otros, según el

régimen tributario nacional y territorial vigente) a quienes desarrollen las actividades culturales y creativas que se pretende estimular. Los beneficios fiscales se pueden complementar con mecanismos financieros (p. ej. créditos con mayores facilidades de acceso y tasas preferenciales) o de otra índole para favorecer la creación, producción, distribución, circulación y consumo de bienes y servicios culturales.

CONFORMACIÓN DE IN ÁREA DE DESARROLLO NARANJA

Para identificar, delimitar e implementar las ADN no existen fórmulas o recetas; las lógicas o dinámicas con las que opera un distrito creativo varían dependiendo del territorio y de sus habitantes. En consecuencia, los pasos que se enuncian a continuación son únicamente una guía, ya que la conformación del ADN debe responder a las necesidades de la ciudad o el municipio. Sin embargo, los pasos que se describen son un importante inicio para reconocer las condiciones que debe cumplir un espacio georreferenciado que sostenga toda la infraestructura y talento que requiere un ADN, y garantizar su pleno funcionamiento y sostenibilidad en el largo plazo tanto para los creadores como para las audiencias y los ciudadanos.

Constituye una prioridad, sobre todo en las etapas más prístinas del proyecto, rastrear, reconocer y clasificar, tanto en el ámbito nacional como en el territorial, las normas actuales que facilitan la delimitación del ADN, que además permitirán fortalecer en términos tributarios, económicos, sociales y ambientales los emprendimientos que se consolidan al interior del distrito creativo y que propendan por el adecuado funcionamiento de un modelo de gestión sostenible. Mediante el reconocimiento de esta normativa será posible reconocer las oportunidades y debilidades potenciales de cada emprendimiento, de sus posibles alianzas y del aprovechamiento del espacio dispuesto en el (los) polígono(s) delimitado(s). El reconocimiento de la normativa también constituye un importante instrumento para la identificación de potenciales aliados estratégicos para el ADN, por ejemplo, posibles inversionistas que mediante instrumentos tributarios, proximidad o afinidad con su objeto social consideren la posibilidad de invertir en la consolidación de los emprendimientos que conforman el distrito creativo o instituciones de carácter público, que mediante el ejercicio de sus facultades faciliten acciones que permitan fortalecer marca, identidad e integración del flujo de bienes y servicios culturales ofertados en el territorio.

Caracterización del Área de Desarrollo Naranja

Como se mencionó al inicio de este documento, los distritos creativos pueden ser inducidos o espontáneos. En el primer caso, son ADN que surgen como resultado de la intervención del Estado, bien sea mediante instrumentos de política o a través de acciones concretas que pretenden reconfigurar espacios determinados que están siendo subutilizados o que experimentan problemas de deterioro en el tejido económico y social y que al mismo tiempo son susceptibles de potencial y aprovechamiento en términos artísticos, patrimoniales, culturales y creativos. Por otra parte, los distritos creativos

espontáneos surgen como 16consecuencia del desarrollo, a lo largo del tiempo, de prácticas asociadas con las Industrias Creativas y Culturales, (en adelante ICC) que se han manifestado en estos espacios y que en consecuencia han facilitado la concentración de infraestructura, insumos, talento humano, audiencias, clientes y bienes de capital de índole cultural que facilitan el movimiento artístico y económico en un territorio específico.

Dicho lo anterior, el primer paso en esta segunda etapa consistirá en reconocer las características propias y vocación cultural y creativa del ADN. Dichos criterios están directamente vinculados a la densidad empresarial, flujo de bienes y servicios culturales, presencia de bienes de capital de orden cultural, entre otros. Así entonces, será pertinente tener en cuenta lo siguiente:

- ✓ Realizar una tipificación de las actividades económicas de la Economía Naranja priorizadas en el territorio, teniendo en cuenta las 103 identificadas en la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja del Dane. Tener clara esta clasificación facilitará la identificación de las firmas que focalizan su objeto social a actividades reconocidas previamente como de Economía Naranja y que, por tanto, ejercen un rol determinado e indispensable en el ecosistema de valor en la generación y circulación de bienes y servicios culturales.

  Hay que aclarar que los códigos CIIU constituyen un mecanismo ampliamente aceptado y robusto de clasificación. No obstante, también puede recurrirse a la clasificación de organismos multilaterales y autoridades en materia cultural. En esta medida, también es muy importante revisar qué actividades se encuentran por fuera de esta clasificación y deberían incluirse. Solo por citar un ejemplo, el turismo cultural carece de CIIU, pero puede ser muy importante para el desarrollo del ADN.
- ✓ Finalmente, es primordial recurrir a inscripciones, matrículas y fuentes secundarias de orden cuantitativo que faciliten la geolocalización de unidades productivas, emprendimientos o empresas del sector. Un aliado natural y altamente efectivo son las cámaras de comercio y la institucionalidad cultural de ciudades y municipios que pueden facilitar datos e información pertinente para la consolidación de un mapeo o diagnóstico de las ICC de los territorios. No debe descartarse la academia como otra fuente de información, pues mediante investigaciones académicas también puede disponerse de información valiosa para esta etapa del proceso.

Registro de las actividades económicas culturales y creativas

Para delimitar e implementar un ADN, identificar las actividades económicas y situar a las unidades productivas, emprendimientos y empresas es una tarea necesaria, más no suficiente. También es indispensable crear un registro de todas las actividades culturales y creativas que se desarrollan en ciudades y municipios, además de identificar los vínculos con lugares específicos en donde se llevan a cabo. Esta información permitirá reconocer la vocación cultural del territorio, así como identificar qué tipo de prácticas y

reproducciones predominan en el tiempo, p. ej. festivales de artes audiovisuales, teatro, danza, música, ferias del libro, etc.

Capacidad de los bienes de capital de orden cultural

Es de amplia utilidad establecer un indicador que permita determinar una razón aritmética entre la concentración de los bienes de capital (exclusivamente culturales) y el espacio físico disponible. Otro indicador muy útil y complementario a este es la relación entre dicha concentración de bienes de capital y densidad poblacional. Entre mayor sea el cociente de estas razones, las probabilidades de optimización de estos bienes de capital culturales para los ciudadanos y la ciudad serán mayores. Para obtener resultados más confiables para la planeación a futuro es recomendable hacer estudios demográficos, un análisis de residentes y flujo de personas en el espacio geográfico en que será conformado el ADN. También será pertinente identificar prácticas y reproducciones en los diferentes ámbitos de la vida.

Así como la institucionalidad es una fuente confiable y efectiva para la identificación y georreferenciación de agentes, también lo es para alcanzar los mismos fines en lo que respecta a la infraestructura cultural disponible en la ciudad; las bases de datos de los organismos oficiales del Estado sumadas a fuentes obtenidas a través de redes (cuyas fuentes sean confiables) y medios especializados, pueden ofrecer un amplio espectro de la capacidad que tiene una ciudad para fortalecer procesos artísticos y culturales mediante la consolidación de un distrito creativo. En el caso de Colombia puede acudirse 18al Dane (entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia); a las Unidades Administrativas Especiales de Catastro que usualmente cuentan con bases oficiales de información de los predios ubicados en las ciudades del país y registran los cambios físicos de las ciudades; al Instituto Geográfico Agustín Codazzi que en su misión funge como la autoridad de regulación catastral en el país, produciendo y suministrando información oficial en estas materias. Las secretarías de planeación también hacen parte del grupo de fuentes fiables. Esto, solo por citar algunas de las instituciones que podrían ser objeto de consulta.

DELIMITACIÓN

Una vez estimada la densidad de agentes culturales e identificada su relación con la infraestructura cultural y los bienes de capital disponibles, es necesario determinar los atributos peculiares de cada zona delimitada en función de las actividades artísticas y culturales más robustas y con mayor potencial de desarrollo, así como su grado de asociatividad, de modo que el ADN se distinga claramente de otros polígonos o distritos creativos.

Lo anterior significa identificar los usos de los bienes de capital culturales en los polígonos y la naturaleza jurídica o formas de asociatividad y gestión cultural de los agentes que emplean tales activos: emprendimientos comunitarios, personas naturales, S.A.S., sociedades anónimas, sociedades limitadas, Esales, etc. Esto supone también crear un sistema que permita comparar la fortaleza del sector frente a los demás ámbitos de la economía. Reconocer todas estas características del territorio permitirá, posteriormente,

identificar aquellas variables que constituyan un Dofa para cada emprendimiento y para el proyecto en su conjunto, además de reconocer y suplir todo aquello que precisen los emprendimientos para alcanzar sus objetivos y propósitos corporativos, artísticos y culturales.

DEFINIR PROYECTOS PRIORITARIOS Y AGENDAS CREATIVAS

Uno de los desafíos para crear un entorno favorable para la economía creativa consiste en la generación de mecanismos, instancias, estrategias y herramientas de articulación entre los sectores público y privado y en el orden nacional y territorial. Partiendo de esto, el Ministerio de Cultura busca una adecuada sinergia del ecosistema creativo en los territorios para alcanzar mayor eficacia en la ejecución de los planes, programas y proyectos en el nivel nacional, regional y municipal, que redunde en el fortalecimiento de los sectores culturales y creativos. Para esto, el Viceministerio de la Creatividad y la Economía Naranja viene promoviendo la Estrategia Nodos y Mesas de Economía Naranja para descentralizar las líneas y acciones de la Política Integral, con la presencia de los ámbitos nacional y local en varios departamentos del país.

El ejercicio de construcción de las Agendas Creativas está enfocado principalmente en acompañar técnicamente la revisión y actualización de las iniciativas asociadas de los sectores naranja planteadas en diferentes instrumentos de regionalización como: planes y agendas de competitividad e innovación, proyectos de corredores turísticos, hojas de ruta para la competitividad, planes de trabajo de clústeres registrados, y las iniciativas de las nuevas autoridades locales y regionales en esta materia.

El diseño de las Agendas Creativas es asesorado mediante un trabajo conjunto entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), con las Comisiones Regionales de Competitividad y el Ministerio de Cultura, desde el Viceministerio de la Creatividad y Economía Naranja. Es importante señalar que estas agendas darán cuenta de los proyectos territoriales estratégicos a implementar en los territorios, que tendrán como reto consultar las dinámicas actuales provocadas ante la emergencia sanitaria y su impacto en los sectores naranja.

SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN

Las acciones de los actores que conformen el modelo de gobernanza deben estar dirigidas, entre otras cosas, a garantizar la sostenibilidad del ADN y sus proyectos, esta sostenibilidad puede asegurarse y evaluarse mediante la conformación de indicadores. Estos instrumentos de valoración permitirán seleccionar, en diferentes ámbitos, la mejor alternativa para el fortalecimiento del distrito creativo, también facilitarán la evaluación de desempeño del mismo.

"Los indicadores son la forma de medición de una determinada meta. Si bien, existen diferentes tipos de indicadores (de producto, de gestión, de resultado, de proceso, etc.), lo recomendable en el caso de una infraestructura que tiene como propósito brindar un servicio público es medir los efectos (impactos) que tiene sobre una población objetivo o una comunidad. En ese orden de ideas, se recomienda que los indicadores sean medidos anualmente" (Fonade-UNOPS, 2016).

Su medición también puede darse en lapsos de tiempo más cortos. En todo caso, es fundamental que el cálculo se lleve a cabo periódicamente.

Además de las fases y acciones que permiten identificar, delimitar y avanzar en la implementación de un Área de Desarrollo Naranja (ADN), también existen otros aspectos que deben tenerse en cuenta para que sea posible un modelo de sostenibilidad en el largo plazo, una agenda cultural permanente y la consolidación del distrito creativo. Algunos de los más importantes son la gentrificación y el fortalecimiento de marca –elementos relevantes para el posicionamiento del ADN–, el fortalecimiento de los bienes y servicios culturales en términos de calidad y flujo, así como de sus bienes conexos, la promoción de las ADN como centro de cultura ciudadana incluyente, la implementación de estrategias y la formulación de nuevos proyectos.

ECOSISTEMA DE ECONOMÍA NARANJA VAUPÉS

La Mesa Cultural y Creativa de Vaupés- Mitú, inició el proceso de consolidación en el segundo semestre del año 2021, periodo en el cual se ha ido fortaleciendo con la participación de las entidades departamentales y municipales relacionadas con el Ecosistema Cultural y Creativo; entre los temas prioritarios, se relacionan procesos patrimoniales, culturales y creativos con enfoque diferencial en relación a la fuerte presencia de comunidades étnicas en el departamento; actualmente se inicia el proceso del Modelo de Gobernanza que contempla la definición de la vocación cultural y creativa del departamento, gestión para la formalización de la Mesa por acto administrativo y vinculación en la Comisión Regional de Competitividad e Innovación-CRCI del Departamento.

(https://economianaranja.gov.co/estrategia-nodos/nodo-vaupes/)



GESTIÓN Y FORMULACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

Las etapas del proyecto conforman un conjunto de actividades y tareas necesarias para consolidar los resultados asociados al desarrollo de la misma, es decir, a una parte específica del proyecto. Las etapas permiten alcanzar resultados tangibles, que a su vez son insumos para el desarrollo de otra etapa, proceso que se repite en cada paso. Las etapas de un proyecto son interdependientes y nunca deben estar desconectadas; sin embargo, cada etapa puede organizarse de diferentes formas en el ejercicio mismo del proyecto.

Ruta 1: idear + implementar

Ruta 2: idear + implementar + comunicar

Ruta 3: inspirar + idear + formular + implementar + comunicar + sistematizar/documentar

DOCUMENTAR

La documentación del proceso se reconoce como una acción transversal a cada una de las etapas del proyecto. Se desarrolla desde la primera hasta la última etapa del proyecto y consiste en registrar de manera escrita, gráfica o audiovisual el proceso creativo y de ejecución del proyecto. La documentación es la memoria del proyecto, y depende de cómo sea catalogada y organizada, así como de los usos que pueda tener en los productos del proyecto o como insumo principal para un ejercicio de evaluación y sistematización.

Es importante centralizar toda la información posible en la bitácora del proyecto. Tenga en cuenta que los contenidos derivados de la documentación son audios, fotos o videos.

BITÁCORA DE PROYECTO

La bitácora es una herramienta para documentar el proceso creativo. Es un cuaderno en el que se puede relatar el desarrollo del proyecto. Este documento guarda un registro de la evolución de una idea y la forma en que se transforma en acciones hasta convertirse en un proyecto, pues lo comprende en su máxima expresión y complejidad, lo que permite consultar cuantas veces sea necesario todas las relaciones que se dan durante el proceso de investigación-creación.

INSPIRAR

En la ruta metodológica que plantea esta cartilla, la fase de inspiración se encuentra al principio de las etapas que conforman un proyecto. Consiste en reconocer y analizar un problema que afecta a un grupo específico de personas que comparten un mismo territorio. El resultado de esta fase debe ser el reconocimiento de una idea de proyecto. Además, se profundizará la relación de quienes promueven el proyecto con el contexto en el que se desarrollará.

Para iniciar, se propone una ruta de trabajo que comprende un conjunto de ejercicios de investigación y análisis que tienen los siguientes propósitos:

1. Identificar y reconocer quiénes y cómo son las personas involucradas en el proyecto.

2. Cómo es el lugar en el que se encuentran, qué características tiene.

3. Identificar y analizar los problemas comunes.

4. Qué material bibliográfico puede contribuir a entender, complejizar y solucionar o transformar los problemas identificados.

5. Qué proyectos artísticos y culturales se han realizado motivados por problemáticas similares.

ANÁLISIS DEL SER HUMANO

El primer bloque de información que se debe levantar y organizar tiene que ver con los seres humanos que pueden verse involucrados, beneficiados o afectados por el proyecto. En esta etapa es importante desmontar la idea de cultura como entretenimiento para el público general. Los proyectos artísticos con enfoque comunitario se piensan para grupos sociales o poblacionales específicos, que viven en condiciones y situaciones específicas. En la medida en que se logren incluir estas características, el proyecto tendrá mayor pertinencia, coherencia y apropiación social, tres características que siempre deben estar presentes.

Para ello es necesario aplicar un enfoque diferencial, pues si se parte de reconocer que todas las personas son iguales ante la ley, y que la "igualdad" entre "iguales" tiene sus matices, quienes gestionan el campo cultural deben crear e implementar acciones acordes a las necesidades, diferencias y desigualdades que tienen los grupos poblacionales o sociales en sus territorios. Entonces, pensar un proyecto con este enfoque es poner en el centro de la discusión a las personas que hacen parte de la comunidad que el proyecto busca fortalecer y empoderar en algún sentido. Al final, las acciones de un proyecto artístico con enfoque comunitario deben constituir un aporte a la creación de escenarios de igualdad real y efectiva.

Por su parte, el Idartes reconoce como sujetos de especial protección constitucional a las personas que se encuentran en alguna de las siguientes condiciones o situaciones: personas que trabajan en actividades sexuales remuneradas, habitantes de calle, población LGBTIQ+, personas en edad infantil, juvenil y adulta, migrantes, víctimas de desplazamiento interno, mujeres que vean vulnerados sus derechos de equidad de género, personas de la tercera edad, personas con discapacidad, personas reincorporadas, población privada de la libertad, víctimas de la trata de personas y víctimas del conflicto armado.

El enfoque diferencial puede entenderse como el conjunto de acciones que, al dar un trato diferenciado a algunos grupos poblacionales, contribuye a reducir la brecha existente entre los diferentes segmentos de la población y garantiza la superación de la exclusión social, la marginalidad política, la desigualdad económica, la condición especial de vulnerabilidad y el riesgo de estas poblaciones ante el conflicto armado, lo que genera igualdad en el acceso a las oportunidades sociales.

En un proyecto es importante identificar y analizar las relaciones que se dan a partir de la tríada ser humano - contexto - problema, pues en la intersección que se da entre esos elementos, el proyecto puede cargarse de sentido y adquirir pertinencia y coherencia, y generar apropiación social.

ANÁLISIS DEL CONTEXTO

Esta etapa corresponde al análisis del lugar donde se encuentran las personas que se han identificado como agentes del proyecto. Es importante reconocer este contexto teniendo en cuenta factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ambientales. Es una lectura amplia que permite identificar oportunidades o amenazas propias de ese lugar y que pueden significar un riesgo o un beneficio para la implementación del proyecto.

Cabe aclarar que la noción de territorio va más allá de la geografía política de un lugar (barrio, ciudad, país); en un sentido más amplio, se reconoce como territorio el lugar que mantiene una relación simbólica con quienes lo habitan. Se habla de territorio para referirse a lugares que están cargados de contenido social, que están dotados de significado, sobre los que se puede elaborar un discurso. Un territorio mantiene una tensión constante entre lo efímero y lo permanente; de ahí que el tiempo también constituya una variable.

Para desarrollar un análisis de contexto se puede utilizar la matriz PESTEL, una herramienta de análisis estratégico que permite un levantamiento de información en diferentes niveles.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

En la fase de inspiración, la identificación del problema se reconoce como un momento de conversación con quienes pueden verse involucrados en el proyecto. Aquí se debe concentrar la energía en crear un espacio de encuentro y diálogo en torno a las conclusiones que resultaron de la matriz DOFA.

Es valioso generar un espacio participativo que sea un punto de inicio para realizar una lectura colectiva de un contexto en el que se percibe una situación problemática que es posible transformar de manera positiva. Para ello hay que apelar a la objetividad y al consenso desde múltiples perspectivas.

Esta fase propone la agenda de un encuentro participativo compuesto por dos ejercicios: 1) Cartografía social; 2) Árbol de problema. El objetivo es identificar y analizar, junto con los agentes del proyecto, una situación problemática que pueda resultar en una idea de proyecto.

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA Y REFERENTES DE PROYECTO

Este ejercicio de revisión, más que ser una fase, es una actitud continua de exploración y reflexión que alimenta la discusión sobre los temas en torno a los cuales gravita el proyecto. Sin embargo, en esta etapa del proyecto, la búsqueda de información se desprende del problema identificado y posibilita plantearse preguntas que quizá otras personas se han hecho y que se han traducido en proyectos artísticos y culturales. Ahora

bien, las prácticas culturales y artísticas se desarrollan en un escenario transdisciplinar, lo que quiere decir que pueden alimentar la discusión desde múltiples lugares de pensamiento. Para mencionar algunos ejemplos, ahora es frecuente encontrar proyectos artísticos con alto contenido político y ambiental que concluyen en una muestra de carteles impresos en serigrafía; también hay proyectos de muralismo que aluden al urbanismo, la gentrificación y el espacio público, o los que vinculan elementos de las ciencias aplicadas, las artes y las nuevas tecnologías para hacer videoinstalaciones.

A partir del problema se identifican palabras clave. Estas se presentan a manera de nociones o conceptos, y por lo general están ocultas tras el problema identificado. Esas palabras van a marcar la ruta de investigación.

CONCEPTUALIZAR

El cierre de la fase de inspiración consiste en delimitar conceptualmente el proyecto. Esto significa reunir la información que se ha levantado en un mapa mental y visualizar las múltiples relaciones que allí se dan.

En el ejercicio de conceptualización se debe generar un diagnóstico en el que quede claro cuál es el problema que se ha identificado, al tiempo que debe haber lugar para la justificación, es decir, determinar por qué es importante resolverlo.

IDEA DE PROYECTO

Una idea de proyecto aparece como una respuesta intuitiva a un factor que se reconoce como problemático, y cuya solución se puede tramitar con la ayuda de esa idea. En este contexto, la idea parte de una motivación individual o colectiva que busca transformar una situación conflictiva mediante acciones culturales y artísticas que interrumpan la cotidianidad, y así contribuyan a mejorar la calidad de vida de las personas que puedan verse beneficiadas por su desarrollo. Una vez se tiene una idea de proyecto, se tiene un punto de partida.

LÍMITES Y ALCANCES DEL PROYECTO

Cuando se habla de los alcances de un proyecto es para fijar el horizonte máximo de las acciones que se quieren realizar. Acá vale la pena pensar que "el que mucho abarca, poco aprieta". Los límites los establecen quienes están a cargo del proyecto, y entre los factores más comunes de decisión está el tiempo y el presupuesto de ejecución del proyecto. Los límites consisten en reconocer qué aspectos de la problemática no se van a ver afectados por el proyecto, para así evitar fugas de energía.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Los objetivos de un proyecto son los resultados que se esperan alcanzar con el proyecto. Están estrechamente relacionados con la forma en que se espera transformar el problema, y para su formulación se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. La redacción de los objetivos debe iniciar con verbos en infinitivo, o sea, terminados en ar, er o ir.

2. Deben ser claros y concisos: su redacción no debe sobrepasar los cinco renglones.

3. Deben ser posibles, realizables y medibles.

4. Deben enfocarse en alcanzar metas, no en procesos o actividades.

5. Los proyectos deben tener un objetivo general, y de tres a cinco objetivos específicos.

ACCIONES/ACTIVIDADES

Cuando se habla de acciones y actividades del proyecto se está haciendo referencia al encadenamiento de tareas necesarias para la materialización del proyecto. Suceden en el aquí y el ahora, y su desarrollo transforma la realidad inmediata con el fin de dar cumplimiento a los objetivos específicos.

Las actividades se generan y organizan según las características del proyecto. Entre ellas pueden identificarse las tareas correspondientes a las etapas de creación, formulación, comunicación, gestión y producción. Es importante organizarlas en paquetes de trabajo, reconociendo sus prerrequisitos y su interdependencia con las demás tareas.

METAS, RESULTADOS Y PRODUCTOS

Las metas, los resultados o productos del proyecto son el punto de llegada de las actividades planteadas. Son la materialización de la idea en su forma más tangible, y representan el punto final de las actividades; incluso pueden determinar el final de un proyecto.

Es importante que los resultados sean productos artísticos: montajes escénicos, ensambles musicales, intervenciones en espacio público, performances, happenings, festivales, encuentros comunitarios, conversatorios, exposiciones, conferencias, etc. Aquí cobra sentido la pasada acción de determinar los límites y alcances del proyecto, y de haber tenido en cuenta la opinión de la comunidad para plantear un resultado.

FORMULAR

El diccionario define del término formulación como "la expresión oral o escrita de una cosa, generalmente con claridad y exactitud". En este sentido, la palabra expresión es sinónimo de comunicación. La formulación, como un ejercicio de comunicación, consiste en presentar de manera estructurada, organizada y metódica una idea de proyecto por medio del cual se pretende transformar de manera positiva un problema en un formato específico. Sin embargo, es común hablar de la formulación del proyecto como el punto de partida para la generación de la idea de proyecto, e incluso es común desarrollar la idea de proyecto respondiendo las preguntas que plantea el formato de presentación de propuesta de alguna convocatoria de interés.

En la ruta metodológica que propone esta cartilla, la etapa de formulación se entiende como el momento en el que se organizan los diferentes componentes de un proyecto en función de un formato. Desde esta perspectiva, la formulación no da lugar a la creación de ideas, sino que, por el contrario, se la reconoce como un momento para organizar y gestionar la información del proyecto a partir de un formato de convocatoria específico que cruza tres variables clave: actividades, tiempo y dinero.

CRONOGRAMAS

Un cronograma es una representación gráfica de una serie de tareas en función de un tiempo determinado. Esta cartilla propone dos tipos de cronogramas: uno que tiene que ver con los tiempos de la gestión de recursos económicos, y otro que responde a las actividades relacionadas con los objetivos del proyecto.

EVALUACIÓN DE RESULTADOS

Cuando llega la evaluación del proyecto es porque se ha desarrollado una parte considerable o la totalidad de las acciones previstas para dar cumplimiento al proyecto. En este momento de la implementación es necesario revisar si los objetivos se cumplieron, si las actividades desarrolladas fueron pertinentes y asertivas, qué funcionó, qué no funcionó, qué se debe ajustar, qué se puede transformar o abandonar.

Aunque es un momento dedicado a la reflexión crítica y se ubica hacia el final de las etapas del proyecto, debe tenerse en cuenta la evaluación del proyecto en el momento de su formulación, ya que en la formulación de objetivos y el diseño de las actividades se debe contemplar la forma de evaluación. En ese momento se deben definir indicadores adecuados, que deben ser fijados previamente a la intervención, y deben ser "apropiados, neutros, medibles de manera sencilla, fiables, sensibles a pequeñas variaciones, perdurables en el tiempo, comparables con los de otros proyectos, comprobables por terceros y accesibles con los recursos disponibles".

La evaluación del proyecto debe ser un instrumento de proyección que parta de la revisión crítica de lo hecho, para que en las siguientes ediciones o variaciones del proyecto se tenga un punto de partida y referencia para realizar los ajustes pertinentes. Es una herramienta para la proyección, ya que permite la sostenibilidad del proyecto desde la capacidad de autocrítica y la decisión de no alojarse de manera permanente en la zona de confort.

FOROS MUNICIPALES

El **foro** es una técnica de comunicación oral, en un lugar físico o virtual a través de Internet, que se emplea para reunirse, intercambiar ideas o discutir con alguien sobre diversos temas de interés común siendo el foro asíncrono.

Pueden clasificarse en foros públicos, foros privados y foros protegidos. Lo importante de participar en ellos es que se pueden escuchar las diferentes perspectivas sobre un tema a la vez.

Su función principal, es permitir a un grupo de personas comunicarse entre ellas, hablar sobre lo que les interesen o que quieran conocer. Ya que, de la misma forma, permite averiguar la evolución de las opiniones sobre una temática a lo largo del tiempo.

La gran mayoría de las conversaciones quedan guardadas, las pasadas y presentes.

Para los municipios de Mitú y Taraira, estos foros fueron desarrollados dentro de la misma temática. Es decir, que durante las exposiciones de los temas los asistentes podían realizar observaciones, hacer preguntas, organizar ideas e intervenir de manera moderada y cordial para hablar sobre los temas que se estaban exponiendo, donde el profesional contestaba y dialogaba con el o los asistentes o quien realizara la intervención, esto permitía dar dinamismo a la actividad y mantener especial atención en los temas propuestos.

Para el caso de Carurú el foro se realiza después de haber terminado los talleres, sin embargo, fue una experiencia enriquecedora para los espectadores, pues lograron articular los temas y observar la pertinencia de los mismos para el buen vivir de sus comunidades. La información recibida por los asistentes es recibida de la mejor manera y las apreciaciones realizadas por el público durante el foro fueron mínimas.

De la jornada de foros se puede destacar que los asistentes a las diversas actividades quedaron con un gran conocimiento, el cual fue manifestado por ellos mismos, como también, los diferentes líderes así como, los delegados de las instituciones gubernamentales manifiestan que estos espacios deben ser llevados a cabo más seguido y en las comunidades que es donde ellas definirán su futuro dentro del corredor turístico departamental y el impacto que tendrán sobre este, como también conoce los nuevos modelos económicos que permiten articular el conocimiento ancestral indígena con la economía naranja y de esta manera poder tener una un desarrollo programático y evolucionar de manera adecuada con el trascurrir del tiempo, sin olvidar sus usos y costumbres.

MINISTERIO DE CULTURA

FORO MUNICIPIO DE MITÚ





Panuré
Corporación Étnica Colombiana

SENA

FONDO emprender

UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO

IDDER VAUPES

FORO MUNICIPIO DE CARURÚ





FORO MUNICIPIO DE TARAIRA





MINISTERIO DE CULTURA	**ACTA DE REUNIONES Y/O CONTROL DE ASISTENCIA** ☐ Público ☐ Reservado ☐ Clasificado	Página 1 de 2 **Código**: F-OPL-014 **Versión**: 7 **Fecha**: 6/Oct/2022

Objetivo: Realizar un foro en el municipio de Cararé

Responsable: Juan Pablo Quecan **Dependencia:** Panure **Lugar y Fecha:** Cararé 29/11/2022

No	Nombre y Apellidos	Cargo	Entidad/Dependencia	Celular Teléfono Fijo	Correo electrónico	Firma
1	Claudia Liliana L.			3123486087		Claudia L.
2	Claudia Marcela Bermudez			3214259900		Claudia B.
3	Guillermina leyder					Guillermina L.
4	caridad Romero cruz					caridad R.
5	Fredy Hanao			3107277360		
6	[illegible] Reyes			6048813		
7	Hilarfonao Acuña.			1193.246.870		
8	Sueño Gozalez R.			78.201202		
9	Albajunith Obando C	APOYO	Panure	3122311455		
10	Leonilda E. Rodriguez Z.			3137549957		Leonilda R.
11	Francy Tirado G	Tesorera	ASATAV.	3213844487		Francy T.
12	Arcenio Hernandez Cortes	Aux. Enf.		3137867351		
13	Jose Maria Lara M			3108863428		
14	Manuel Jairo Ramirez	Artesano	independiente			
15	aura Mercedes Uribe.	hogar	independiente			Aura Uribe.
16	Guillermo Silvamendez	Artesano	independiente			
17	Juan Carlos Lastoza.	Sabedor	independiente			Juan Lastoza
18	Adriana paola lastoza	cosinera	independiente			Adriana Lastoza.
19	Jesus Adonay Fonseca	Sabedor	independiente			Jesus.
20	Milsiades Ballesteros.	Artesano	independiente.			

Autorizo al Ministerio de Cultura para dar tratamiento de mis datos personales aquí registrados, conforme a la Ley 1581 de 2012 y a la Política de Tratamiento de Datos Personales, con la finalidad de efectuar las funciones propias y procedentes de la Entidad. Consulte nuestra política de tratamiento en la página www.mincultura.gov.co

No.	ACTIVIDADES DESARROLLADAS / TEMAS TRATADOS
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	

No.	Compromisos	Responsable del compromiso	Fecha de Cumplimiento
1			
2			
3			
4			

Autorizo al Ministerio de Cultura para dar tratamiento de mis datos personales aquí registrados, conforme a la Ley 1581 de 2012 y a la Política de Tratamiento de Datos Personales, con la finalidad de efectuar las funciones propias y procedentes de la Entidad. Consulte nuestra política de tratamiento en la página www.mincultura.gov.co

MESAS DE EVALUACIÓN

La *Mesa de Trabajo*, consiste en un espacio de reunión entre voluntarios y habitantes o participantes para la reflexión y resolución "sobre los temas tratados en cada una de las intervenciones de los profesionales y definir la pertinencia y domino de temas".

La evaluación puede concebirse como un proceso dinámico, que tiene por objeto analizar conductas, actitudes, rendimientos y logros relacionados con una serie de objetivos planteados a priori. La palabra evaluación se aplica en muchísimos ámbitos y órdenes de la vida.

Teniendo en cuenta lo anterior y de acuerdo a lo planteado dentro del desarrollo de las actividades, que propone realizar dos mesas de trabajo evaluativas, sobre los temas tratados dentro del evento, así como de la pertinencia y objetividad para aplicarlas en las comunidades impactadas, también definir la capacidad de los profesionales para el desarrollo de talleres, entre otros aspectos que fueron de interés por parte de los grupos de interés.

Para el municipio de Taraira, se estimó conveniente dialogar con los asistentes al taller y algunos lideres de manera individual, donde cada uno de ellos manifiesta que los talleres desarrollados cumplen con los temas apropiados para un municipio que contiene muchas características, tanto físicas como sociológicas, teniendo en cuenta que algunas de las personas que habitan este territorio trabajan en la minería, ya que el municipio se caracteriza por contener betas de oro. No obstante, otro grupo poblacional se dedica a las artesanías, caza, pesca, agricultura, entre otras; lo que permite que observen otras fuentes de ingresos, para lo que puede aplicar la economía naranja, el turismo y por ende la formalización de empresas.

Por otro lado, en el municipio de Carurú se tuvo una pequeña reunión con los líderes de la asociación zonal ASATAV, quien es la encargada representar a las comunidades y sus pobladores. En este caso se manifiesta la importancia de la aplicación de los nodos regionales y las mesas culturales, las que pueden fortalecer los procesos en la aplicación de la economía naranja, más cuando muchas de las comunidades desean establecerse como puntos estratégicos dentro del corredor turístico departamental.

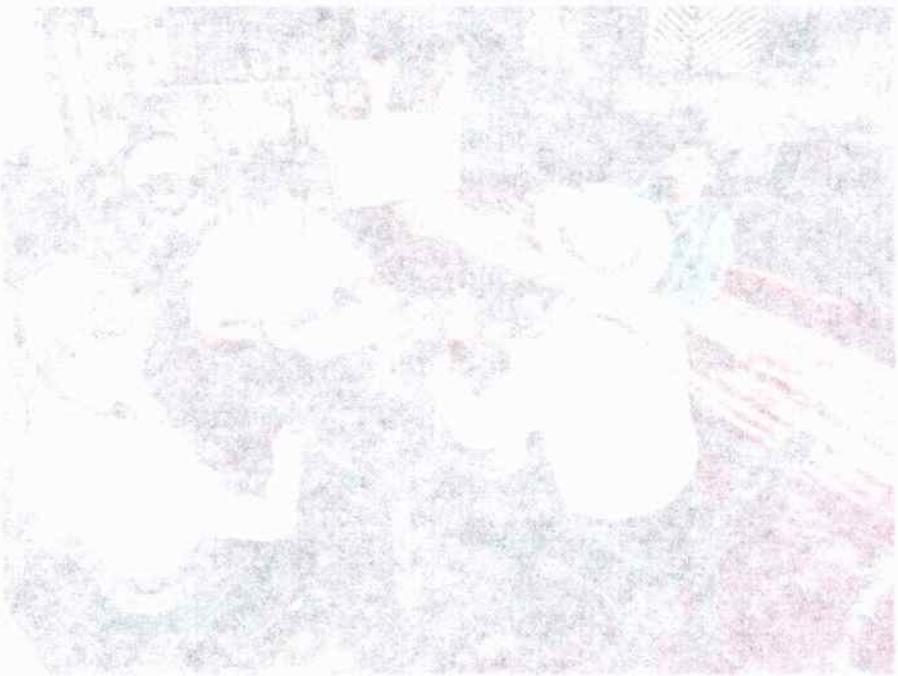
Como punto de relevancia se tiene que los dos municipios desean que este tipo de talleres se den de manera mas seguida y en cada una de las comunidades, pues si bien, los lideres o asistentes llevan y repican esta información en cada una de sus zonas, no es igual si va un profesional especializado en el campo para que explique las implicaciones que se tiene a incursionar en otras campos económicos y accesibles a las comunidades, sin perder sus usos y costumbres.

A continuación, se presenta el registro que permite evidenciar las reuniones realizadas en los diferentes municipios.





Municipio de Taraira, encuentro y evaluación en mesa de trabajo sobre los talleres realizados en el municipio. Punto de vista de los artesanos.









Municipio de Carurú, reunión con los lideres y lideresas de la asociación zonal ASATAV, donde se evalúa las temáticas realizadas y los profesionales que desarrollaron los talleres. De igual manera, se realizaron las observaciones y sugerencias para las próximas mesas de trabajo.