



AVANCE Y CUMPLIMIENTO PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL PRIMER TRIMESTRE 2021

A continuación, se muestran el avance y cumplimiento del plan de acción 2020, por perspectiva estratégica, con corte 31 de marzo de 2021. El plan general por perspectiva cuenta con un cumplimiento del **84,6%**, destacándose el cumplimiento de las perspectivas de **comunidad y medio ambiente** y **sostenibilidad financiera**, con un cumplimiento del 100%.

Frente a la perspectiva de **clientes y beneficiarios**, la cual alcanzó un **cumplimiento del 60,39%**, destacan las acciones orientadas a incrementar el ingreso de los artesanos. Es así que a Q1, los artesanos han logrado ingresos por: \$162,7 millones, es un 2,23% de la meta de la vigencia. Esto como resultado de la participación por parte de 94 artesanos, quienes alcanzaron ingresos por \$91,1 millones, en espacios y estrategias de promoción, entre las que se encuentran: cinco (5) ferias regionales: Mercartesano - Pasto; Origen de mi Tolima, Ibagué; Heroica Open, Cartagena; Mercartesano mujer, Pasto; tienda en línea de Artesanías de Colombia; y un (1) evento de promoción: la Subasta Jhonnie Walker Blue Label “Aguas de Vida” realizada con el fin de promover la artesanía y recaudar fondos para los artesanos que elaboran las botellas Blue Label.

Así mismo la entidad ha realizado inversión de producto artesanal, impactando los ingresos de los artesanos, por un monto de: \$71,31 millones.

En cuanto a las ventas por canales Online, vale la pena mencionar que, al corte de este informe, estas han alcanzado un monto de \$72,7 millones, desde su respectiva apertura. Los canales han sido: Marketplace AdC, Rappi, Mercado Libre, Instagram y portal web.

En el marco de estas estrategias de promoción, se destaca en lo corrido de la vigencia la Alianza comercial entre Artesanías de Colombia y Yanbal, con el fin de promocionar por medio de sus revistas, diferentes productos artesanales. El proyecto “Marca País”, como ha sido denominado, se estableció con el fin de incentivar el desarrollo productivo del sector artesanal; por su parte, Yanbal busca impulsar la economía local y promover la compra responsable sostenible y con sentido social.

La primera negociación incluyó **2.000 Masajeadores faciales**. En el mes de diciembre se replica la



estrategia con **5 productos** artesanales, los cuales fueron lanzados en la revista de febrero 2021

- Productos comprados:
 - Monederos Wayuu: 2.500 U/d.
 - Masajeadores Faciales en Madera: 2.000 U/d.
 - Masajeadores Corporales : 2.000 U/d.
 - Contenedores en Caña Flecha: 1.000 U/d.
 - Contenedores en Iraca: 2.000 U/d.

El valor total de la Negociación fue de \$ 214 millones, beneficiando 50 familias aproximadamente de las comunidades Wayúu (La Guajira); Tuchín (Córdoba); Usiacurí (Atlántico) y Duitama (Boyacá)

En cuanto a inversión en producto, se ha comprado producto artesanal a 89 proveedores de artesanías ubicados en 21 departamentos del país y Bogotá. El monto de la inversión en producto artesanal es de \$288.604,984. Esto para un cumplimiento del 12% de la meta de beneficiarios.

Por otro lado, Los laboratorios de Innovación y Diseño, han iniciado el año con la convocatoria nacional. En total 2.207 unidades productivas aplicaron a la misma, representando a 10.540 artesanos(as) que residen en 31 departamentos y 369 municipios. De este total, 1.756 que representan a 9.039 artesanos(as), fueron seleccionados.

En el marco de los laboratorios ya se han adelantado actividades que hacen parte de iniciativas como: Programa Nacional de Asesorías Puntuales, Propiedad Intelectual, Programa de Moda, Sello de calidad y Unidad de formación, logrando la atención de 1.327 beneficiarios en lo corrido de 2021, de los cuales 654 son beneficiarios nuevos.

En cuanto la iniciativa de co diseño durante el mes de marzo el equipo nacional de diseño realizó un total de 29 video conferencias y/o talleres, 295 asesorías puntuales de seguimiento a actividades de diseño, 14 cápsulas, cartillas y presentaciones con contenido pedagógico de diseño, 14 catálogos de producto y 17 diseños de material para comunicaciones de las diferentes actividades en las regiones. El equipo nacional de diseñadores líderes trabajó en el diseño de una estrategia y propuesta de regalos para Bancoldex. Se actualizó la información y las referencias de los planes de producción de



la Colección Nacional correspondientes al año 2020. Reuniones para revisión y ajuste de Informe de Tendencias y Matriz de Diseño 2021.

Con el fin de alcanzar la estrategia orientada a elevar la productividad y competitividad del sector artesanal se han desarrollado acciones como el diseño de plan de mejoramiento productivo para el oficio de tejeduría en hilo acrílico Wayúu, para el departamento de la Guajira y se ha realizado la planeación final de las actividades de los 3 maestros artesanos en los oficios de trabajo en madera y cuero que harán parte del equipo de trabajo de la estrategia de mejoramiento productivo frente a los resultados de la Convocatoria Nacional.

Como parte de los programas especiales, el programa de Atención a Población Víctima y Vulnerable, teniendo en cuenta la contingencia como consecuencia de la pandemia por Covid-19 y la estrategia inicial planteada para la vigencia 2021, se implementa atención, contactos iniciales, seguimiento y asistencias técnicas a las comunidades artesanales vía telefónica y por medios electrónicos. Así, para el mes de marzo, se ha logrado la atención de 200 artesanos en los departamentos de Magdalena, Bolívar, Antioquia, Valle del Cauca, Cauca y Nariño de los cuales 165 son mujeres. Este último indicador aportando directamente a las metas del Plan Nacional de Desarrollo.

La entidad continúa su compromiso con la Política de Economía Naranja, a través de la meta orientada a articulación con otras industrias creativas, es así que marzo se continua fortaleciendo la relación con cinco (5) industrias así:

Programa Arquitectura-Viva: Se avanzó en la elaboración del catálogo para el programa actualizando el inventario de muestras existentes de fibras naturales de las diferentes regiones. Se realizó la presentación de fichas técnicas para la empresa Hunter Douglas, aliado del programa de arquitectura artesanal, para su proyecto de cielorasos.

Se avanzó con el convenio con la Universidad del Bosque, presentando los objetivos de investigación y diseño del Semillero de Arquitectura de la Universidad y del programa.

Se elaboró una propuesta de exhibición para los paneles de arquitectura existentes en fibras naturales para el nuevo almacén de Artesanías de Colombia, alineadas al diseño y necesidades del almacén.



Programa Arte Vivo: En reunión con la directora María Wills de la Unidad de Artes y Otras Colecciones del Banco de la República, invitó al programa Arte - Vivo dentro del marco de una gran exposición que se titula "Representaciones indígenas"

Se seleccionó y gestionó con la asesora de Gerencia María Antonieta Barrera, los posibles espacios para la exposición del programa Arte Vivo en El Museo Santa Clara, El Museo Colonial, El Museo Miguel Urrutia, El Claustro San Agustín, en alianza con Bancoldex para celebrar los 30 años de la entidad.

Programa Moda y Joyería: en el mes de marzo, selecciona con base en la convocatoria nacional 22 comunidades con enfoque hacia sistema moda de 17 departamentos, con quienes se proyecta cobertura en los Municipios de San Juan del Cesar, Riohacha – La Guajira; Usiacuri – Atlántico; San Agustín – Huila; Sutatausa – Cundinamarca; Valle del Sibundoy – Putumayo; La cruz , La Llanada, El Charco – Nariño; Aguadas, Marmato - Caldas; Santafé de Antioquia, Jericó – Antioquia; Leticia-Amazonas; Palmito-Sucre; Mompo – Bolívar; Quimbaya – Quindío; Ataco – Tolima; Vetas – Santander; Cali – Valle del Cauca; Quinchia-Risaralda y Bogotá.

Son adelantados los convenios con Almacenes Éxito y Gobernación de Nariño para el trabajo con comunidades en áreas de producción y formación

Entre los resultados estratégicos los cuales la alta dirección monitorea de manera permanente, se encuentra el número de beneficiarios atendidos. Es así que, entre enero y marzo, producto de las actividades ya mencionadas, la entidad ha logrado atender 1.776 beneficiarios (número de servicios), esto equivale a un avance del 14,6% de la meta. De este total el 77,9% son mujeres es decir 1.338 beneficiarias.

Como parte del objetivo orientado a rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal, se resalta durante el trimestre los 10.729 usuarios que representaron 12.969 consultas en Biblioteca Digital. En cuanto las memorias de oficio, iniciativa institucional, en Q1 se adaptó el trabajo realizado hasta el momento con las memorias de oficio a través de la implementación de una metodología colaborativa de construcción de conocimiento en la que las comunidades harán parte activa. A esta adaptación se le llamará Relatos artesanales, y se trabajará



con 6 comunidades artesanales y resultarán 6 productos respectivos. Para el mes de marzo se construyó la propuesta de transferencia metodológica.

Como parte del programa de Propiedad Intelectual a marzo 31 se han realizado 8 radicaciones de trámites de registros de marcas adicionales y 4 jornadas de capacitación de derecho de autor y registro de marcas con énfasis en artesanos en Boyacá, Santander, Norte de Santander, Tolima, Huila y Región Pacífico: Valle, Cauca y Nariño. Se inscribieron 123 artesanos interesados adicionales en los servicios del programa.

La perspectiva de **procesos internos**, cuenta con un **cumplimiento del 95,40%** de lo estimado para el trimestre. Durante Q1 se dio inicio a la implementación del plan de mantenimiento del MIPG el cual cuenta con un avance del 54%. Entre las principales actividades se encuentran: Validación y cierre de los planes de acción de las políticas del MIPG 2020, presentación de resultados globales en el Comité Institucional, asesoría en la formulación de planes alineados para 2021 y cargue de FURAG 2020, de acuerdo a lineamientos DAFP y los propios establecidos en la entidad.

En términos generales los planes alineados al plan de acción institucional y en los que se encuentran definidas las actividades orientadas a implementar y mantener las políticas del modelo, cuentan con un cumplimiento como se muestra a continuación:

Como parte de esta perspectiva, se ha formulado la estrategia institucional, enfocada en potenciar las actividades de promoción, comunicación y visibilización de la actividad artesanal y la gestión institucional, es así que para observar su avance, se realiza de manera permanente rastreo a medios de comunicación, lo que ha permitido evidenciar en los corrido de 2021, un retorno por \$1.267 millones, es decir un 16% de la meta, como recursos free press. El medio con mayor valorización es prensa, seguido de internet y televisión. Se encuentran en ejecución los planes orientados a fortalecer la comunicación, interna, externa, digital y la comunidad social.



DIMENSIONES				PLANES		
AGRUPACIÓN ADC	ESTIMADO	REAL	Cumplimiento indicador a Q1	POLITICAS O PLANES	ESTIMADO	REAL
Fortalecer la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación	41,00%	46,00%	100%	Política de Planeación Institucional	82,0%	92,0%
				Plan anticorrupción y de atención al ciudadano	0,0%	0,0%
Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro).	20,43%	18,69%	91%	Política de Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	20%	5,0%
				Política de Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público (Plan de gasto público)	33%	24,0%
				Política de Defensa jurídica y del proceso de gestión legal	29%	29,3%
				Política de Mejora Normativa y del proceso de Gestión de adquisición de bienes y servicios	29%	29,3%
				Plan de Austeridad	11%	11,0%
				Plan de activos fijos	10%	10,0%
				Plan de acción de la Coordinación de Gestión Administrativa	12%	23,0%
				Plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles	19%	18,0%
Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano)	10,7%	17,0%	100%	Plan de acción (Estrategia) Participación ciudadana	6,0%	19%
				Política de racionalización de trámites	23,0%	18,0%
				Política de Servicio al ciudadano	3,0%	14,0%
Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital"	26,5%	17,8%	67%	Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - PETI	21,0%	16,0%
				Plan de tratamiento de Riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información	25,0%	17,0%
				Plan de Seguridad y privacidad de la Información	25,0%	18,0%
				Plan de Mantenimiento de Servicios Tecnológicos	35,0%	20,0%
Fortalecer la dimensión de evaluación por resultados	31,0%	33,0%	100%	Política seguimiento y evaluación del desempeño institucional	31,0%	33,0%
Fortalecer la dimensión de Información y Comunicación	8,2%	13,7%	100%	Política de Transparencia y acceso a la información pública y lucha contra la corrupción	23,0%	19,0%
				Política de Gestión Documental	11,0%	38,0%
				Plan Institucional de Archivos de la Entidad - PINAR	0%	0%
				Plan de Conservación Documental	7,0%	11,4%
				Plan de Preservación Digital	0,0%	0,0%
Fortalecer la dimensión de Control interno	27,3%	23,3%	85%	Política de Control Interno	27,3%	23,3%



La perspectiva de **aprendizaje y desarrollo**, que alcanzó un **cumplimiento del 67,51%**, se operacionaliza a través de la ejecución de planes asociados al Pan Estratégico de Talento Humano. Este plan es el promedio de avance de los planes de acción que lo conforman y a Q1 presenta un avance del 17%. Se resaltan las acciones que a continuación se describen

- Plan de la ruta de la felicidad: Se realizó el focus group, con el fin de identificar las necesidades de bienestar, se realizó la celebración del cumpleaños del primer trimestre, la celebración del día de la mujer, de san José, se envió el reconocimiento a los funcionarios que cumplieron años de servicio en marzo, se diseñó y presentó para aprobación la estrategia de salario emocional por puntos en casa, se expidió la circular 348, relacionada con el salario emocional, el día de la familia y la entrega de salario emocional.
- Plan de la ruta del crecimiento: En el mes de marzo se realizó la inducción a los contratistas que ingresaron en este periodo.
- Plan de la ruta de la calidad: En el mes de marzo se realizó la evaluación de los acuerdos de gestión de la vigencia 2020, se realizó la campaña de actualización de datos en el SIGEP (a la fecha 14 funcionarios han realizado la actualización de su información), se avanzó en la digitalización de las historias laborales.
- Plan del código de integridad: Se realizó la evaluación del procedimiento para la identificación, declaración y gestión de conflictos de interés, por parte del proceso de gestión legal y de la subgerente administrativa y financiera. Se realizó la socialización de conflictos de interés en el marco de la inducción a contratistas. Se realizó la evaluación de la apropiación del código de integridad, contando con la participación de 72 funcionarios.
- Plan del SGSST: En el mes de marzo se formuló el plan de reinversión de la ARL y el presupuesto del SGSST para el 2021. Se realizó la actualización de la matriz legal y del plan de emergencias. Se realizó el simulacro de evacuación con las áreas que se encuentran en formato presencial. Se realizó la sensibilización en factores de riesgo biomecánico. Se realizaron las pausas activas. Se realizó el informe de morbilidad. Se realizó la sensibilización en el consumo de alcohol y tabaco. Se realizó la inducción al SGSST.

Frente a los avances cuantitativos se muestran a continuación: *Plan de la ruta de la felicidad: 18% avance. *Plan ruta del crecimiento: 3% de avance. *Plan de la ruta de la calidad: 19,5% de avance.



*Plan del código de integridad: 19,8% de avance. *Plan del SGSST: 23% de avance.

La perspectiva **de sostenibilidad financiera**, con un **100% de cumplimiento**, incluye la estrategia organizacional que cuenta con iniciativas encaminadas a gestionar y obtener recursos mediante cofinanciación de proyectos a nivel territorial, nacional e internacional, con entidades públicas y/o privadas. Así mismo se gestionan patrocinios que permitan apalancar actividades de promoción y visibilización de la actividad artesanal. Es así que, en lo corrido de 2021, se ha logrado recursos por un monto de \$30,4 millones producto de alianzas estratégicas.

En cuanto al monitoreo de la ejecución presupuestal, al corte la entidad ha comprometido 38,59% de una meta del 40% y obligado el 10,97% de una meta de 14% para M3, de su presupuesto apropiado.

Por último, la perspectiva de **comunidad y medio ambiente**, que alcanzó un **100% de cumplimiento**, Esto se logra a través de la implementación del Programa de Gestión ambiental, en sus dos frente de trabajo.

En cuanto a PIGA (Plan Institucional de Gestión ambiental), primer frente de trabajo, y sus seis (6) programas de Ecoeficiencia, ha realizado:

Programa Uso Eficiente del Agua

Campaña de sensibilización llevada a cabo en la semana del 20 al 23 de marzo con motivo de la celebración del día del agua, en donde se publicaron vía correo electrónico e intranet, 4 banner alusivos a la importancia del recurso natural y como propender por su cuidado y conservación.

Programa Gestión Integral de Residuos

- Realización de los reportes anuales de generación de residuos peligrosos en la herramienta RUA RESPEL del Ideam.
- Actualización del Plan de Gestión Integral de Residuos Peligrosos conforme a las observaciones realizadas por la SDA.
- Entrega de 295 Kgr de material reciclable en el primer trimestre de 2021 a la Asociación Ecoalianza Estratégica de Recicladores.
- Registro mensual de residuos convencionales no aprovechables en la sede principal de la entidad.



- Registro mensual de residuos convencionales no aprovechables en la sede principal de la entidad.
- Registro mensual de residuos peligrosos discriminados por tipo de residuo.

Programa Consumo Sostenible

- Actualización y remisión de cláusulas ambientales a incluir en el contrato de POP.
- Inclusión de obligación ambiental en la invitación abierta de interventoría de obra de inmuebles y en la invitación del servicio de vigilancia.

En cuanto al Programa misional, segundo frente de trabajo, se avanza en:

- Documentación y actualización de la cadena productiva de la especie *Oenocarpus bataua* conocida como "palma seje" donde se presenta: Identificación de las materias primas y cadena de proveeduría, caracterización de los actores de los primeros eslabones, proceso general de preparación de materias primas, identificación de insumos de origen industrial y la problemática percibida frente al aprovisionamiento de materia prima sostenibilidad de la actividad.
- Síntesis de caracterización y aprovechamiento de la palma seje (*Oenocarpus bataua*) con información clave para su manejo sostenible con el fin de ser divulgada con cortadores y/o artesanos dedicados a este oficio artesanal en el Municipio de Ayapel, Córdoba.
- Seguimiento al trámite ambiental y radicado ante la Corporación Autónoma de Boyacá-CORPOBOYACÁ para la ampliación de la vigencia del permiso de aprovechamiento otorgado para esparto (*Juncus ramboi*) en el municipio de Sativanorte, debido a las dificultades causadas por la pandemia en el 2020 lo cual impidió la colecta y comercialización del volúmen otorgado.

COMPORTAMIENTO PLAN DE ACCIÓN POR AREAS Y PERSPECTIVAS

Este resultado se ha logrado producto de la ejecución de actividades propias de cada una de las áreas de la entidad como parte de sus funciones, como se puede observar en lo relacionado en el presente informe.

A continuación, se evidencia el cumplimiento del plan de acción, por cada área de la entidad y por perspectiva



AREAS

AREA	CUMPLIMIENTO
Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal	89,61%
Subgerencia de Promoción y generación de oportunidades comerciales	43,43%
Subgerencia Administrativa y Financiera	76,07%
Oficina Asesora de Planeación e Información	87,82%
Oficina de Control Interno	91,79%
Gerencia	100,00%
PROMEDIO PLAN POR ÁREAS	81,45%

PERSPECTIVA:

CUMPLIMIENTO Q1 (CLIENTES BENEFICIARIOS)	60,39%
CUMPLIMIENTO Q1 (PROCESOS INTERNOS)	95,40%
CUMPLIMIENTO Q1 (APRENDIZAJE Y	67,51%
CUMPLIMIENTO Q1 (SOSTENIBILIDAD	100,00%
CUMPLIMIENTO Q1 (COMUNIDAD Y MEDIO	100,00%
PROMEDIO PLAN POR PERSPECTIVAS	84,66%

Para mayor información y teniendo en cuenta que la planeación se encuentra en software de la entidad, los invitamos a consultar, a través del portal, la aplicación ISOLUCION, donde se podrá visualizar el detalle del plan de acción y el avance del plan estratégico.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo entre la meta del año, el estimado trimestral, las



tolerancias establecidas y el resultado obtenido con cierre del año. La matriz resalta las metas que debido a la contingencia, fueron ajustadas. Tener cuenta las siguientes convenciones:

SEMAFORIZACIÓN AVANCE ISOLUCIÓN	
	Medición menor que la tolerancia inferior
	Medición entre la tolerancia superior e inferior
	Medición mayor o igual que la tolerancia superior

SEMAFORIZACIÓN CUMPLIMIENTO	
ROJO	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado menor al 79 %
AMARILLO	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado entre 80% y el 89%
VERDE	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado entre 90% y el 100%
AZUL	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado mayor a 100%



1. CLIENTE BENEFICIARIO

OBJETIVO 1: Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.							
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q1	Estimado Q1	Cumplimiento Q1
Fortalecer y alinear la actividad artesanal con el turismo cultural	Asesorar en desarrollo de marca y catalogo	Asesorías en desarrollo de marca y catalogo realizadas. (PA-2)	Trimestral	21	0	2	0%
	Beneficiar artesanos en el desarrollo de marca y catalogo.	Artesanos beneficiados en el desarrollo de marca y catalogo (PA-2)	Trimestral	313	0	20	0%
	Fortalecer las capacidades comerciales de los artesanos, a través de capacitaciones	Artesanos beneficiados en capacitaciones comerciales	Trimestral	120	0	0	N/A
	Sensibilizar a los artesanos sobre la importancia de transmitir al turista el valor de la artesanía a partir de la técnica y el oficio.	Unidades artesanales asesoradas ubicadas en las rutas turísticas (PA-2)	Trimestral	430	70	0	100%
	Desarrollar mapa turístico artesanal	Mapa turístico artesanal desarrollado (PA-2)	Anual	100	N/A	N/A	N/A
Facilitar y ampliar espacios de comercialización de la artesanía colombiana (local, regional, nacional, internacional)	Facilitar la participación en ferias regionales, nacionales e internacionales	Ferias regionales, nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	26	5	1	100%
		Monto de Ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	646	91	10	100%
	Organizar ferias artesanales a nivel nacional en asocio con terceros	Ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Semestral	2	N/A	N/A	N/A
		Ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Anual	677	N/A	N/A	N/A
	Facilitar la participación en eventos y talleres de oficio	Eventos nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	8	1	3	33%
		Talleres de oficio (PA-2)	Trimestral	26	0	2	0%
	Facilitar negocios y oportunidades comerciales a los artesanos	Ingresos de los artesanos a través de oportunidades comerciales a los artesanos (PA-2)	Trimestral	3789	0	0	N/A
Facilitar la participación de artesanos en eventos, espacios de exhibición y ferias locales, regionales, nacionales e internacionales	Facilitar la participación en ruedas de negocios	Ruedas de negocios con participación de artesanos (PA-2)	Semestral	4		1	
		Ingresos por la participación en ruedas de negocios (PA-2)	Semestral	10	N/A	N/A	N/A
	Facilitar la participación de unidades productivas en ferias organizadas por Artesanías de Colombia	Unidades artesanales participantes en ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Anual	500	N/A	N/A	N/A
	Beneficiar artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales	Artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	142	94	10	100%
	Facilitar la participación de unidades artesanales en oportunidades comerciales.	Artesanos beneficiados con oportunidades comerciales	Mensual	236	0	0	NA
Fortalecer y ampliar canales de promoción y búsqueda de oportunidades comerciales de Artesanías de Colombia	Beneficiar artesanos con la capacitación en mercadeo y ventas	Unidades artesanales participantes en la capacitación de mercadeo y ventas (PA-2)	Trimestral	3896	147	311	47%
	Beneficiar artesanos con la participación en ruedas de negocios	Unidades artesanales participantes en ruedas de negocios (PA-2)	Semestral	500	N/A	N/A	N/A
	Concretar ventas de artesanía a través de vitrinas y ventas institucionales	Ventas mensuales (PA-2)	Mensual	3126		685	0%
		Cientes Institucionales para ventas nacionales (PA-2)	Mensual	87	2	28	7%
	Contactar embajadas para facilitar negocios de artesanía colombiana a través de embajadas de Colombia en el mundo.	Embajadas conectadas para generar negocios de artesanía	Semestral	6	N/A	N/A	N/A
	Fortalecer la venta de artesanía a nivel internacional	Cientes internacionales (PA-2)	Trimestral	12	3	5	60%
	Generar ingresos a los artesanos por comercialización a través de Artesanías de Colombia para mejorar los ingresos de los artesanos	Ingresos de los artesanos por comercialización a través de ADC (PA-2)	Mensual	2180	71.6	534	13%
	Beneficiar artesanos con la comercialización a través de Artesanías de Colombia	Artesanos beneficiados por comercialización a través de ADC (PA-2)	Trimestral	737	74	146	51%
Diversificar la oferta de producto artesanal en los diferentes canales de promoción y búsqueda de oportunidades comerciales	Nuevos productos comprados (PA-2)	Trimestral	1780	0	0	NA	



El progreso es de todos

Mincomercio

OBJETIVO 3: Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional							
Programas/proyectos (Iniciativa)	Actividades	Nombre Indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q1	Estimado Q1	Cumplimiento Q1
Elevar la productividad y competitividad del sector artesanal	Apoyar iniciativas colectivas para el mejoramiento productivo y técnico	Iniciativas colectivas apoyadas para el mejoramiento productivo y técnico; el fortalecimiento asociativo o la formalización. (PA-2)	Trimestral	8	0	0	NA
Fortalecer los Laboratorios de Innovación y Diseño y Proyectos Especiales	Vincular a nuevos artesanos a los laboratorios de innovación y diseño y programas especiales	Nuevos Artesanos formados y fortalecidos en los eslabones de la cadena de valor (PA-2)	Mensual	2100	573	0	100%
		Beneficiarios Laboratorios de Innovación y Diseño	Mensual	7800	1250	624	100%
	Impulsar los programas especiales	Beneficiarios atendidos grupos étnicos (PA-2)	Mensual	360	0	0	NA
		Beneficiarios atendidos programa APV (PA-2)	Mensual	900	200	50	100%
OBJETIVO 4: Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal							
Programas/proyectos (iniciativas)	Actividades	Nombre Indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q1	Estimado Q1	Cumplimiento Q1
Preservar el patrimonio cultural inmaterial del sector artesanal	Recopilar el conocimiento que se obtenga de los pueblos artesanales	Nuevos registros de informes proyectos misionales (PA-2)	Trimestral	12	5	4	100%
		Nuevos registro de documentos institucionales históricos recuperados (PA-2)	Trimestral	1000	300	200	100%
	Fortalecer la investigación sobre la actividad artesanal para respaldar la preservación del patrimonio cultural	Relatos artesanales (PA-2)	Trimestral	6	0	0	NA
Proteger los oficios artesanales por medio de las normas de propiedad intelectual	Fortalecer la protección del sector artesanal a través de las Denominaciones de origen y registros de marcas individuales y colectivas	Signos distintivos tramitados (PA-2)	Trimestral	120	8	10	80%
Visibilizar el valor del patrimonio cultural del trabajo artesanal, promoviendo en el público, el valor cultural, social y económico de la	Divulgar el conocimiento cultural, social y económico que se obtenga de los pueblos artesanales	Espacios de divulgación cultural (PA-2)	Semestral	3	0	0	NA
		Tiempo de permanencia en consulta (PA-2)	Trimestral	1200	229	300	76%

CUMPLIMIENTO Q1 (CLIENTES BENEFICIARIOS)

60,39%





2. PROCESOS INTERNOS

OBJETIVO 5: Actualizar y alinear las prácticas del buen gobierno corporativo al modelo de gestión de la entidad							
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia	Meta 2021	Valor real Q1	Estimado Q1	Cumplimiento Q1
Incorporar y aplicar buenas prácticas de gobierno corporativo	Actualizar, socializar e implementar el código de buen gobierno corporativo de la entidad	Cumplimiento implementación código de buen gobierno (PA-2)	Anual	50	N/A	N/A	NA
Mantener actualizado el modelo integrado planeación y gestión (MIPG)	Fortalecer la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación (PA-2)	Trimestral	95%	45%	46%	97%
	Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro).	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro) (PA-2)	Trimestral	95%	15,43%	19,30%	80%
	Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano)	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión "Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano)" (PA-2)	Trimestral	95%	6,52%	5,83%	100%
	Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital"	Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital" (PA-2)	Trimestral	95%	18%	14%	100%
	Fortalecer la dimensión de evaluación por resultados	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "evaluación por resultados" (PA-2)	Trimestral	95%	33,00%	23,00%	100%
	Fortalecer la dimensión de Información y Comunicación	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión "Información y Comunicación" (PA-2)	Trimestral	95%	12,06%	11,96%	100%
	Fortalecer la dimensión de Control interno	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "Control interno" (PA-2)	Trimestral	95%	27,84%	30,33%	92%
OBJETIVO 6: Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés							
Actividad	Iniciativas	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q1	Estimado Q1	Cumplimiento Q1
Potenciar las actividades de promoción, comunicación y visibilización de la actividad artesanal y la gestión institucional	Realizar mayor divulgación de información de la entidad a través de medios locales, regionales y	Cumplimiento del plan de comunicaciones externas (PA-2)	Trimestral	95%	25%	16%	100%
	Fortalecer la comunicación al interior de la entidad	Cumplimiento del plan de comunicaciones internas (PA-2)	Trimestral	95%	21%	18%	100%
	Fortalecer la comunicación digital y la comunidad social	Cumplimiento del plan de acción de estrategia digital (PA-2)	Trimestral	95%	20%	24%	85%

CUMPLIMIENTO Q1 (PROCESOS INTERNOS) 95,40%



3. APRENDIZAJE Y DESARROLLO

OBJETIVO 7: Gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad							
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real	Estimado	Cumplimiento Q1
Mejorar la calidad de vida laboral	Fortalecer la implementación de la estrategia integral de la ruta de la felicidad	Cumplimiento del plan de la ruta de la felicidad (PA-2)	Trimestral	95%	18%	34,9%	52%
	Fortalecer el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo	Cumplimiento del plan de trabajo del Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo (PA-2)	Trimestral	95%	23%	28,40%	81%
Propiciar el desarrollo y crecimiento profesional de los funcionarios de la entidad	Fortalecer la implementación de la estrategia integral de la ruta del crecimiento	Cumplimiento del plan de trabajo de la Ruta de la Calidad (PA-2)	Trimestral	95%	20%	24%	83%
		Cumplimiento de la ruta de crecimiento (PA-2)	Trimestral	95%	4%	15%	27%
Promover la transformación de la cultura organizacional de la entidad	Generar un plan de actividades enfocado a la mejora de gestión del conocimiento	Cumplimiento del plan de actividades enfocado a la mejora del gestión del conocimiento (PA-2)	Trimestral	95%	18%	15%	100%
	Generar un plan enfocado a la apropiación de la misión y visión institucional y la política de integridad	Cumplimiento del plan del Código de Integridad (PA-2)	Trimestral	95%	20%	32%	63%

CUMPLIMIENTO Q1 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO) 67,51%



4. SOSTENIBILIDAD FINANCIERA

OBJETIVO 8: Administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación de la entidad							
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real	Estimado	Cumplimiento Q1
Monitorear la situación financiera y presupuestal de la entidad	Analizar y evaluar periódicamente la situación financiera y presupuestal	Número de seguimientos presupuestales realizados en la vigencia (PA-2)	Mensual	12	3	3	100%
OBJETIVO 9: Apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas							
programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real	Estimado	Cumplimiento Q1
Fortalecer la gestión para la consecución de recursos de inversión para el sector artesanal	Gestionar la cooperación internacional	Aliados de cooperación internacional (PA-2)	Trimestral	8	0	0	NA
	Gestionar recursos a través de la cofinanciación de iniciativas, con organizaciones del orden nacional y/o territorial.	Convenios y/o alianzas con organizaciones y/o entes territoriales (PA-2)	Trimestral	25	1	0	100%
OBJETIVO 10: Implementar estrategias para aprovechar los activos fijos de la entidad que contribuyan a la generación de ingresos de los artesanos y/o a la sostenibilidad de la operación de Artesanías de Colombia							
programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real	Estimado	Cumplimiento Q1
Gestionar oportunidades de aprovechamiento de los activos fijos de la entidad	Aprovechar el activo fijo de la entidad para generar beneficios al sector artesanal y/o nuevas fuentes de ingresos	Cumplimiento al plan de aprovechamiento de los inmuebles de la entidad para la generación de nuevas fuentes de ingresos (PA-2)	Semestral	95%	19%	12,80%	100%

CUMPLIMIENTO Q1 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)

100,00%



5. COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE

OBJETIVO 11: Promover el manejo adecuado de los recursos naturales y materias primas, para contribuir a la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas.							
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q1	Estimado Q1	Cumplimiento Q1
Gestionar los impactos ambientales de la operación de ADC	Fortalecer el programa de plan institucional de gestión ambiental PIGA	Nivel de cumplimiento del Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA) (PA-2)	Trimestral	95%	25%	16%	100%
Articular el trabajo interinstitucional para promover el comercio legal y leal	Elaborar e implementar la estrategia para la obtención de permisos de aprovechamiento de materias primas que faciliten la comercialización de las artesanías priorizadas	Documento con estrategia para la obtención de permisos de aprovechamiento e implementación de dicha estrategia (PA-2)	Trimestral	100%	34%	25%	100%

CUMPLIMIENTO Q1 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE) 100,00%