



PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL INFORME DE GESTION 2021

A continuación, se muestra el cumplimiento del plan de acción 2021, por perspectiva estratégica, con corte 31 de diciembre de 2021. El plan general por perspectiva cuenta con un cumplimiento del **92,96%**, destacándose el cumplimiento de las perspectivas de **comunidad y medio ambiente** con un cumplimiento del 100% y **procesos internos** y **cliente y beneficiario** con un cumplimiento del 99,82% y 97,22% respectivamente

Frente a la perspectiva de **clientes y beneficiarios**, la cual alcanzó un **cumplimiento del 97,22%**, se destacan las acciones orientadas al cumplimiento del objetivo de contribuir a la generación de ingresos de los artesanos. Es así que a Q4 se generó ingresos a los artesanos por valor de \$23.568.623.811 a través de las siguientes iniciativas: Por organización de ferias:14.021.940.916, por participación en ferias regionales: \$1.119.420.847; Inversión en producto artesanal: \$1.691.805.051, negocios facilitados a los artesanos \$6.735.456.997. Lo anterior es un 310% de cumplimiento de la meta de la vigencia.

Lo anterior se logró como resultado de la participación 1.322 artesanos, 371 por participación en 56 ferias regionales / internacionales y el Marketplace Artesanal; 319 artesanos beneficiados con negocios facilitados, 595 artesanos por ferias organizadas por Artesanías de Colombia en asocio con terceros y 37 artesanos beneficiados por talleres de oficio. Se cumple la meta en un 146% en el año 2021.

En total se logró participar en 112 espacios de exhibición: Dos ferias organizadas: Expoartesano y Expoartesanías; 56 ferias regionales nacionales e internacionales; 12 eventos de promoción; 5 ruedas de negocios; 37 talleres de oficio realizadas en el transcurso del año de manera presencial y virtual. Esto llevó a un cumplimiento del 170% de la meta del año 2021 correspondiente a 66 espacios.

A continuación la relación de espacios de promoción:



| ESPACIOS DE PROMOCIÓN | META | AVANCE |
|-----------------------|-------------|------------|
| FERIAS NACIONALES | 2 | 2 |
| FERIAS REGIONALES | 26 | 56 |
| EVENTOS NACIONALES | 8 | 12 |
| RUEDAS DE NEGOCIOS | 4 | 5 |
| TALLERES DE OFICIO | 26 | 37 |
| TOTAL | 66 | 112 |
| AVANCE | 170% | |

| FERIAS REGIONALES | |
|--|--|
| 1. Mercartesano en Pasto | 17. II feria de moda y artesanías El Caraño Quibdó |
| 2. Orígenes de mi Tolima en Ibagué | 18. Ibagué Festival |
| 3. Heroica Open en Cartagena | 19. Feria Nativo, siempre Santander |
| 4. Mercartesano Mujer en Pasto | 20. Festival Nacional Autóctono de Gaitas de San Jacinto |
| 5. Feria Chagarte en Amazonas | 21. Feria Tapiz Artesanal Ipiales |
| 6. Marketplace Artesanal | 22. Feria Mall Plaza Manizales |
| 7. ANATO | 23. Feria Mall Plaza Bogotá |
| 8. Feria de La plata - Huila | 24. Feria Mall Plaza Barranquilla |
| 9. Feria Artesanal - Conmemoración cumpleaños de Córdoba | 25. Feria Mall Plaza Cartagena |
| 10. Día del sombrero Tolimense | 26. Feria Pereira Artesanal |
| 11. A Ibagué la reactivamos todos | 27. Mercado Artesanal Claustro de las Aguas |
| 12. Tapiz artesanal Cauca | 28. Feria Tapiz Artesanal Ipiales "2da versión" |
| 12. World Coffe Fair - Cajibío Cauca (Virtual) | 29. Feria del Hogar |
| 13. Tapiz artesanal Cauca | 30. Feria Memorias |
| 15. XXXIII Festival Confraternidad Amazónica | 31. Feria Ganadera |
| 16. Feria Plaza Emprende Mall Plaza Cartagena | 32. Feria Tapiz Artesanal Tuluá |

| FERIAS REGIONALES | |
|---|---|
| 33. Feria Ribereña Barrancabermeja | 45. Mercartesano Tapiz Artesanal Gastronómico Pasto |
| 34. Feria Tapiz Artesanal Gastrodiversa | 46. Feria Origen Bucaramanga |
| 35. Feria Empresarial y Artesanal San Francisco de Asís | 47. Feria Pereira reactiváte y Emprende |
| 36. Feria Chagarte - Amazonas | 48. Feria Semana Putumayo |
| 37. Feria Tapiz Artesanal Cafés Especiales | 49. Mercado Artesanal Serrezuela |
| 38. Feria Expo festival Valledupar | 50. ExpoDubái |
| 39. Feria hecho a mano Villavicencio | 51. Feria de Bolívar a tu casa |
| 40. Feria Amatura Mocoa | 52. Feria Alborada San José de Cúcuta |
| 41. Feria Artesanal y Cultural del Caribe Colombiano | 53. Feria Nacional de Pitalito |
| 42. Feria Artesanía y Folklor Armenia | 54. Feria Piracucú de oro Amazonas |
| 43. Feria Patrimonio Vivo Bucaramanga | 55. Feria Tapiz Artesanal Congreso Gastronómico Popayán |
| 44. Gran feria Hecho a mano Tolima | 56. Feria virtual Moviendo tradiciones del artesano a tu casa |



EVENTOS NACIONALES

1. Subasta aguas de vida
2. Visita del presidente electo de Ecuador a la Casa de Nariño
3. [Compliance](#), Anticorrupción y Cooperación Internacional
4. Exhibición Cancillería Bogotá
5. Exhibición Cancillería Cartagena
6. Bogotá Casa Abierta
7. Seminario de denominaciones de origen
8. Lanzamiento de la Candidatura de Colombia a la Secretaría General de la CAF
9. Inauguración Tienda Promocional - Calle de los Anticuarios
10. Presidencia de la República desayuno con Congresistas norteamericanos
11. Ixel Moda
12. Lanzamiento de redes en el marco de [Expoartesanías 2021](#)

RUEDAS DE NEGOCIOS

1. Macro rueda 85 Procolombia
2. Rueda de negocios Colombia [Travel Mart](#)
3. Rueda de negocios en ANATO
4. Rueda de negocios Expoartesano la Memoria
5. Rueda de negocios Expoartesanías 2021

Así mismo la entidad ha realizado inversión de producto artesanal a 393 proveedores de artesanías ubicados en 28 departamentos del país y Bogotá. Esto para un cumplimiento del 53,32% de la meta de beneficiarios. El monto de la inversión en producto artesanal es de \$2.059.974.703,54.

En cuanto a las ventas por canales Online, vale la pena mencionar que ha continuado el uso de los mismos, entre los que se encuentran el Marketplace AdC, Rappi, Mercado Libre, Instagram y portal web, con los siguientes resultados acumulados:



| 2020 - 2021 | | |
|---------------|-----------------------|---------------------------|
| Marketplace | \$ 160.595.560 | 24 /12/ 2020 a 31/12/2021 |
| Rappi | \$ 7.938.000 | 28/10/2020 al 31/12/2021 |
| Mercado Libre | \$ 3.099.000 | 28/07/2020 al 31/12/2021 |
| Instagram | \$ 27.414.229 | 06/05/2020 al 13/01/2021 |
| Página Web | \$ 13.047.000 | 02/09/2020 al 28/12/2021 |
| Total | \$ 212.120.789 | |

En cuanto a los resultados de las dos ferias organizados por AdC en asocio con terceros, se presentan a continuación:

Expoartesano 2021 “La Memoria”:

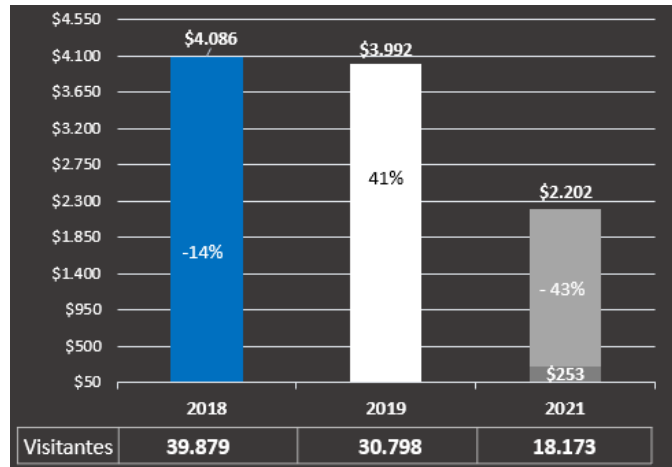
Expoartesano La Memoria, es la segunda vitrina comercial más importante para los artesanos del país, que se realizó gracias a la alianza entre Artesanías de Colombia S.A. y Plaza Mayor Medellín. La feria llegó a su XII edición del 24 de septiembre al 03 de octubre, en un formato híbrido que mezcló la oportunidad de venta directa por parte de los expositores y una experiencia digital en donde los usuarios alrededor del mundo pueden acceder a contactarse de manera directa con los artesanos desde el inicio de la feria y durante seis meses más, así como una nutrida agenda cultural presencial y digital.

Una vez más, y en una apuesta de reactivación de los mercados para los artesanos del país, Medellín acogió a los más de 200 expositores de la feria, quienes son testimonio del patrimonio inmaterial del país. Los artesanos expusieron y lograron comercializar sus creaciones elaboradas durante el tiempo de confinamiento, derivado de la pandemia mundial COVID-19.

En este espacio se lograron ventas totales por valor de \$2.302,7MM de los cuales \$2.202 MM fueron ingresos para los artesanos. Esta feria contó con un total de 18.173 visitantes y 228 expositores provenientes de 27 departamentos del país más Bogotá.



En el marco de la feria se llevó a cabo el Espacio de conocimiento compartido “Voces: Palabras y raíces que anclan el tiempo”, el cual contó con 9 conversatorios; 17 demostraciones de oficio y 19 transmisiones de series audiovisuales.



Comportamiento histórico

Expoartesanías 2021

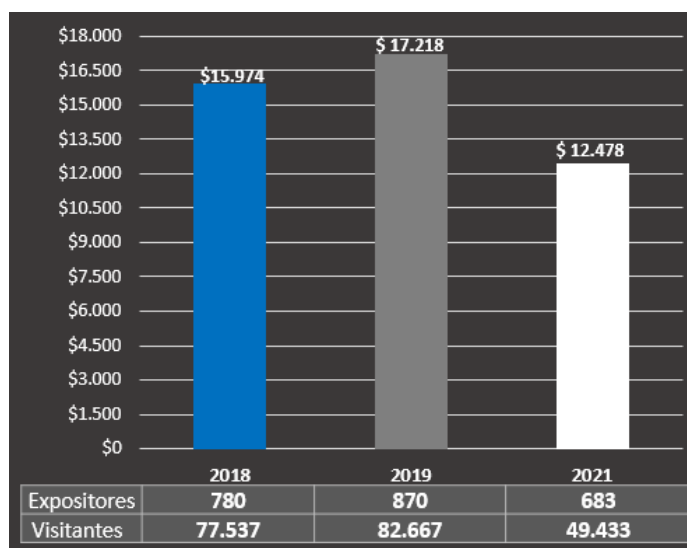
Expoartesanías 2021, fue la edición 31 de la feria artesanal especializada más destacada de la región latinoamericana en su categoría. La feria se realizó una vez más gracias a la suma de esfuerzos entre Artesanías de Colombia S.A. y Corferias, quien a través de un trabajo conjunto lograron brindar nuevamente la oportunidad a los artesanos del país de acceder al mercado nacional e internacional. Esta edición de la feria estuvo marcada por el retorno a la venta presencial, luego de un año 2020 marcado históricamente por la pandemia mundial COVID-19, en donde la feria se realizó de manera virtual.

El retorno a la feria presencial, implicó que los expositores estuvieran vacunados con su esquema mínimo completo, que contaran con los mínimos de distanciamiento en términos de atención de público en sus stands, uso permanente de tapabocas, lavado de manos continuo, lo anterior con el fin de estar alineados a la normativa del gobierno nacional y distrital para eventos masivos. Así mismo, esta nueva oportunidad para generar ventas presenciales tenía el reto de seducir al público formado y cautivo por los más de treinta años de trayectoria de la feria, capitalizar nuevos visitantes en nuevos segmentos del mercado en el público asistente y brindar la oportunidad a los compradores



profesionales a nivel nacional e internacional de encontrar en un solo espacio comercial la amplia oferta artesanal y cultural del país.

La exhibición ferial, se llevó a cabo en el recinto de Corferias en la ciudad de Bogotá, en los pabellones 3 nivel 1 y 2, 5, 6 nivel 1 y 2, 8 nivel 1 y en el área libre del pabellón 1, en los que 683 expositores de todas las áreas de artesanía y muestra complementaria lograron ventas por \$12.478.792.187 en 14 días de feria del 7 al 20 de diciembre.



Comportamiento histórico

Por otro lado, en el marco de los 33 laboratorios fortalecidos se atendieron 8.489 beneficiarios en 28 departamentos y en la ciudad de Bogotá. De los cuales, 5.635 son nuevos artesanos. El 78% de los artesanos atendidos a diciembre fueron mujeres y el 30,5% son indígenas y el 4,1% fueron NARP.

El 55,1% de los beneficiarios fueron atendidos por el módulo de comercialización, mientras que el 19,1% fué atendido por el componente de Desarrollo Humano, el 68,1% por el módulo de diseño y el 25,3% por el módulo de producción. Al mes de diciembre se acumuló la atención impartiendo 1855 talleres y contenidos de la siguiente manera: Componente Desarrollo Humano: 45 talleres, Componente Diseño: 1727 talleres y asesorías y otros. Del componente Comercial: 83 talleres.



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 se continúa fortaleciendo la relación con cinco (5) industrias creativas aliadas: Arte, Arquitectura, Moda, Joyería y Diseño; sin embargo, se adelantan acciones con otras industrias como la academia, rutas turísticas, cinematografía, museografía, entre otras. Los principales resultados se muestran a continuación:



1. DISEÑO

La atención nacional del componente de diseño, requirió de la contratación de un equipo lider nacional integrado por 7 diseñadores y un equipo local de más de 40 diseñadores, perfeccionando y consolidando la metodología de atención virtual y logrando actividades presenciales de seguimiento a la producción a partir del mes de septiembre. El equipo de diseño durante el año 2021 se enfocó en cuatro líneas de trabajo encaminadas al desarrollo e innovación de nuevos productos artesanales así: Actividades Diseño: a. Fase de planeación y estrategia de diseño 2021; b. Capacitación y asistencia técnica a través de videoconferencias y asesorías virtuales. c. Diseño y desarrollo de nuevos productos. d. Desarrollo de muestras a escala, prototipado y producción Colección Nacional 2021. 2021 reportó más de 870 nuevos diseños, de los cuales se produjeron 797; 873 videoconferencias, 10.073 asesorías puntuales, 260 catálogos, 1270 piezas de comunica y 522 catálogos de producto en



más de 180 municipios

Como parte de estas articulaciones desde el Programa de Diseño Colombia, se cuenta con los siguientes resultados:

| DESCRIPCIÓN AVANCES NOVIEMBRE | AVANCE |
|---|--------|
| DISEÑADORES Y MARCAS PARTICIPANTES | 50 |
| COMUNIDADES ARTESANALES VINCULADAS | 46 |
| NUEVAS REFERENCIAS DE DISEÑADORES Y MARCAS - PROPUESTAS | 170 |
| NUEVAS REFERENCIAS EQUIPO DISEÑO COLOMBIA - PROPUESTAS | 96 |
| NEGOCIOS FACILITADOS (MM) | \$106 |

2. PROGRAMA ARQUITECTURA VIVA

Durante el año 2021 se realizó:

1. Definición de 6 enfoques de trabajo: Investigación (marco teórico), Desarrollo (producto), Promoción y Comercialización, Visibilidad (exhibición del programa), Proyectos (impulsar las técnicas artesanales en proyectos), Herencia (transmisión de saberes); se consolidó el inventario existente de acabados en fibras naturales y maderas.
2. Elaboración de un catálogo digital con la oferta de productos que incluye más de 60 técnicas diferentes, incluyendo a 18 comunidades artesanales.
3. Gestión de la alianza comercial con Hunter Douglas realizando varios pedidos para ellos y haciendo el lanzamiento oficial de la colección Cielos Nativos durante la feria Expoartesánías, con lo cual se recibe solicitud de cotización de 5.000 paneles tejidos en las 3 referencias para un proyecto que abarca un área de 2.000 m².
4. Se concluyeron proyectos para Crepes y Waffles, Hostales Masayá, y la clienta Charline Prioul.
5. Elaboración y envío de más de 15 cotizaciones para diferentes clientes con proyectos de varias escalas.
6. Lanzamiento oficial del programa "Arquitectura Viva" con un stand de más de 50m² en el marco de



Expoartesanías 221 en Bogotá.

3. PROGRAMA ARTE VIVO

Durante el año 2021 se realizó: vinculación de 7 artistas, 15 artesanos, 3 exposiciones nacionales, una subasta especializada en el circuito de arte, participación en el circuito de ARBO, elaboración del catálogo especializado y la primera exposición con los resultados totales del proyecto con la presentación de 104 obras cocreadas de 14 artistas y 17 artesanos y comunidades, desarrolladas durante el año 2020 y participación en EXPOARTESANIAS 2021.

4 y 5. PROGRAMA DE MODA Y JOYERÍA

Durante el año 2021 se atendieron 1.410 beneficiarios en 20 Departamentos y 22 comunidades, con 494 actividades en su mayoría virtuales, desarrollando 225 referencias. Se entregaron herramientas y materias primas a las comunidades y se hicieron 5 transmisiones de saberes. Se facilitaron negocios por la estrategia emarketing y campañas por el orden de \$ 100.500.000, y ventas en Expoartesano \$22.500.000 y Expoartesanias por \$ 138.218.209

En Convenios se trabajó: colección Arkitect by MAZ, comunidades de Duitama y valle del Cauca, así mismo la alianza con Save The Children para el Cauca, a la cual se le dio inicio y Alianza con Corpojova

Fueron vinculados 20 diseñadores a las colecciones capsula algunas de las cuales fueron expuestas en Expoartesanías.

Por otro lado, y con el fin de operacionalizar la estrategia orientada a elevar la productividad y competitividad del sector artesanal a través del fortalecimiento técnico y productivo de unidades productivas, se ha desarrollado acciones como:

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

Oficio trabajo en madera

- En el departamento de Magdalena, en el marco del proyecto con Air-E con maestro artesano en el municipio de Pueblo Nuevo, termina el ciclo de capacitación técnica vía remota con las temáticas de acabados naturales e industriales y ensambles y pegues.
- En el departamento de Bolívar termina el ciclo capacitación técnica vía remota con las temáticas de



ensambles y embalado y empaque de producto artesanal.

- En Bogotá, se realiza taller de mejoramiento productivo en la temática de acabados dirigida a artesanos participantes de la Feria Expoartesánías.

Total UP fortalecidas a M12: 240 UP

- Asistencia técnica en acceso legal de materias primas: 13 unidades productivas atendidas: 6 iraca - Cardique, 1 paja blanca y esparto - Corpoboyacá, 1 paja blanca - Corpochivor, 1 Mullenbergia (sustituye paja blanca) ante ICA, 4 junco y enea – CAR Cundinamarca

- Asistencia técnica en la identificación e implementación de buenas prácticas ambientales y cumplimiento normativo (inscripción y fortalecimiento negocios verdes): 15 unidades productivas atendidas

- Asistencia técnica implementación buenas prácticas de aprovechamiento y repoblamiento (oficio trabajo en totumo): 2 unidades productivas atendidas (Pontezuela – Bolívar)

- Asistencia mejoramiento técnico (oficio cestería en iraca): 3 grupos artesanales atendidos: 2 grupos en San Juan de Nepomuceno (15 UP integrantes) y un grupo artesanal en Colosó (20 UP integrantes)

- Oficio trabajo en cuero

Capacitación técnica: 44 unidades productivas atendidas

Asistencia técnicas presenciales: 8 comunidades y 12 UP (8 comunidades Wayúu – waireña, Arauca: 12 UP)

Asistencias técnicas puntuales: 6 unidades productivas atendidas

- Oficio trabajo en madera y totumo

Capacitación técnica: 80 unidades productivas atendidas

Asistencias técnicas puntuales: 9 unidades productivas atendidas

- Curso cortos: 16 unidades productivas atendidas (técnica talla en madera 4 UP, modelismo oficio de trabajo en cuero 4 UP, técnica de cincelado 8 UP)

Como parte de los programas especiales, el programa de Atención a Población Víctima y Vulnerable, se realizó contacto, seguimiento y atención de las comunidades y personas artesanas por vía telefónica, medios virtuales a través de la implementación de la metodología de asistencia técnica a distancia APV y atención directa en zona. con algunas comunidades y grupos Se adelantaron acciones con 917 personas artesanas entre los meses de enero a diciembre de 2021 en los



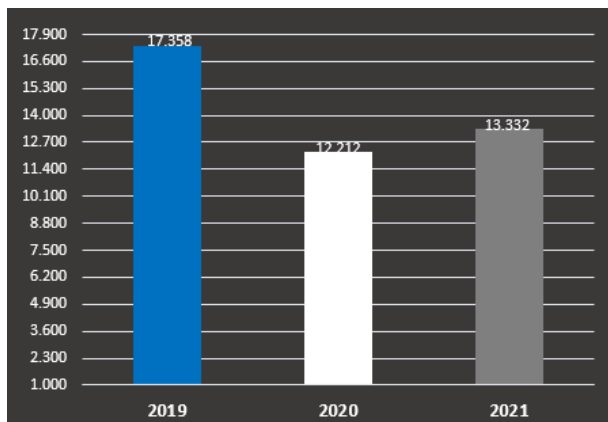
departamentos de Cesar, Magdalena, Bolívar, Córdoba, Antioquia, Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño.

En cuanto a mujeres atendidas en el programa de Atención a Población Vulnerable (APV): Se adelantaron acciones con 786 mujeres entre los meses de enero a diciembre de 2021 en los departamentos de Cesar, Magdalena, Bolívar, Córdoba, Antioquia, Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño.

En cuanto al programa para el apoyo y fomento a la actividad artesanal de las comunidades o grupos étnicos, como expresión de sus economías propias, Se reporta un total acumulado final de 452 beneficiarios, de los cuales 429 se encuentran ubicados en los Departamentos focalizados para la actual vigencia: Amazonas, Putumayo, Guaviare, Vaupés, Vichada, Risaralda, Valle Del Cauca, Bolívar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre, San Andrés y Bogotá D.C, y 23 en Caquetá, Cauca y Nariño, departamentos que no se encontraban priorizados en el presente año, pero se desarrollaron actividades puntuales con grupos que venían de vigencias pasadas y requerían un acompañamiento para participaciones comerciales y otras estrategias de seguimiento.

De los 452 beneficiarios acumulados, 280 artesanos recibieron acciones de asistencia técnica integral, en relación a las estrategias de acompañamiento virtual y la planeación metodológica de los cuatro componentes de atención: Diseño, comercial, social y comunicaciones y se desarrollaron actividades puntuales con 172 artesanos de 33 grupos, que recibieron acciones iniciales de caracterización, participaron en charlas y/o conversatorios y recibieron fortalecimiento comercial para participación en ferias.

Entre los resultados estratégicos los cuales la alta dirección monitorea de manera permanente, se encuentra el número de beneficiarios atendidos. Es así que, en lo corrido del año, producto de las actividades ya mencionadas, la entidad logró atender 13.332 beneficiarios (número de servicios), esto equivale a un cumplimiento del 106,1% de la meta. Esta meta fue ajustada en el mes julio, esperando un total de 12.560 beneficiarios. De este total atendido el 76,5% son mujeres es decir 10.196 beneficiarias.



Histórico beneficiarios

Como parte del objetivo orientado a rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal, se resalta durante el año las 61.357 visitas equivalente a 49.774 usuarios en la Biblioteca digital. En cuanto las memorias de oficio, iniciativa institucional, a la cual en 2021 tuvo una adaptación a la cual se le llama Relatos artesanales, en el mes de diciembre concluyó el proceso documental de los documentos correspondientes a las 6 comunidades y sus productos: tejido de Charalá, cestería de Sandoná, Luthieria de Tumaco, tejido de Mampuján, bisutería embera, y cestería Eperara Siapidara.

El documento final no solo incluyó estos 6 relatos, sino que además se agregaron capítulos de metodología y transferencia de conocimiento con base en el dialogo establecido con los artesanos.

Como parte del programa de Propiedad Intelectual en el trascurso del año 2021 se adelantaron 45 jornadas de capacitación y se acompañaron 143 trámites (132 marcas comerciales, 6 marcas colectivas y 5 registros de derecho de autor).

La perspectiva de **procesos internos**, cuenta con un **cumplimiento del 99,82%** de lo estimado para el trimestre. Durante Q4 concluyó la implementación del plan de mantenimiento del MIPG, de acuerdo a lo planeado logrando el 100% en sus actividades.



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:

| AGRUPACIÓN ADC | ESTIMADO | REAL | Cumplimiento indicador a Q1 | POLITICAS O PLANES | ESTIMADO | REAL | Cumplimiento |
|---|----------|---------|-----------------------------|---|----------|---------|--------------|
| Fortalecer la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación | 95,00% | 98,40% | 100% | Política de Planeación Institucional | 95,0% | 98,0% | 100,0% |
| | | | | Plan anticorrupción y de atención al ciudadano | 95% | 98,80% | 100,0% |
| Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro). | 95,00% | 93,71% | 98,64% | Política de Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos | 95,0% | 83,0% | 87,4% |
| | | | | Política de Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público (Plan de gasto público) | 95,0% | 93,0% | 97,9% |
| | | | | Política de Defensa jurídica y del proceso de gestión legal | 95,0% | 100,00% | 100,0% |
| | | | | Política de Gestión de adquisición de bienes y servicios | 95,0% | 100% | 100,0% |
| | | | | Plan de Austeridad | 95,0% | 94% | 98,9% |
| | | | | Plan de activos fijos | 95,0% | 91% | 95,8% |
| | | | | Ejecutar plan de seguimiento a consumos | 95,0% | 100% | 100,0% |
| | | | | Plan de acción de la Coordinación de Gestión Administrativa | 95,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | | | Ejecutar el plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles | 95,0% | 82,4% | 86,7% |
| Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano) | 95,00% | 94,67% | 99,65% | Plan de acción (Estrategia) Participación ciudadana | 95,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | | | Política de racionalización de trámites | 95,0% | 84,0% | 88,4% |
| | | | | Política de Servicio al ciudadano | 95,0% | 100,0% | 100,0% |
| Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital" | 95,00% | 94,70% | 99,68% | Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - PETI | 95,0% | 94,7% | 100% |
| | | | | Plan de tratamiento de Riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información | 95,0% | 85,0% | 89,5% |
| | | | | Plan de Seguridad y privacidad de la Información | 95,0% | 94,0% | 98,9% |
| | | | | Plan de Mantenimiento de Servicios Tecnológicos | 95,0% | 95,0% | 100,0% |
| Fortalecer la dimensión de evaluación por resultados | 95,00% | 100,00% | 100% | Política seguimiento y evaluación del desempeño institucional | 95,0% | 100,0% | 100,0% |
| Fortalecer la dimensión de Información y Comunicación | 95,00% | 98,20% | 100% | Política de Transparencia y acceso a la información pública y lucha contra la corrupción | 95,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | | | Liderar la documentación e implementación del plan de acción para la política de gestión de la información estadística. | 95,0% | 0,0% | 0,0% |
| | | | | Política de Gestión Documental | 95,0% | 100,0% | 100% |
| | | | | Plan Institucional de Archivos de la Entidad - PINAR | 95,0% | 100% | 100,0% |
| | | | | Plan de Conservación Documental | 95,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | | | Plan de Preservación Digital | 95,0% | 91,0% | 95,8% |
| Fortalecer la dimensión de Control interno | 95,00% | 97,61% | 100% | Política de Control Interno | 95,0% | 97,6% | 102,7% |
| Fortalecer la dimensión de Gestión Estratégica del Talento Humano | 95,00% | 88,20% | 93% | Plan de la Ruta de la Felicidad | 95,0% | 90% | 94,7% |
| | | | | Plan trabajo del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo | 95,0% | 90% | 94,7% |
| | | | | Plan de trabajo de la ruta del calidad | 95,0% | 84,20% | 88,6% |
| | | | | Plan de trabajo de la ruta del crecimiento | 95,0% | 67,0% | 70,5% |
| | | | | Plan de trabajo de Gestión del Conocimiento e innovación | 95,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | | | Plan de trabajo del Código de Integridad | 95,0% | 98,0% | 100,0% |



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 permitió evidenciar en lo corrido de 2021, un retorno por \$8.935MM, es decir un 111% de la meta, como recursos free press. Durante el año se logró un total de 1.281 apariciones en medios y se gestionaron 697 publicaciones.

En cuanto a resultados globales de la estrategia digital, a diciembre de 2021 el total de seguidores fue de 210.363. El alcance en redes sociales fue de 22.960.695 y la interacción total fue de 1.634.782 por parte de la comunidad.

Los planes orientados a fortalecer la comunicación interna, externa y digital lograron cumplimiento por encima del 100%.

La perspectiva de **aprendizaje y desarrollo**, que alcanzó un **cumplimiento del 82,61%**, 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 Q presentó un cumplimiento del 86%.

Frente a los avances cuantitativos se muestran a continuación:

Ruta de la felicidad: cumplimiento: 90%

Plan SGSST: Real: cumplimiento: 90%

Ruta de la calidad: cumplimiento: 84%

Ruta del crecimiento: Cumplimiento: 67%

Plan Código de integridad: cumplimiento: 98%

La perspectiva **de sostenibilidad financiera**, con un **85,16% 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 identificó y consolidó actores claves en las Redes de Apoyo Local en las regiones y con ellos poder gestionar proyectos, de igual manera conformó un equipo de "Cazadores" de proyectos de cooperación para gestionar recursos para proyectos nacionales con enfoques específicos.

En el marco de la iniciativa nacional, se concretaron 6 convenios y 12 alianzas logrando así un monto por \$1.331,2 MM.

Se concretaron convenios con:

- Almacenes Éxito
- Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca
- Gobernación del Tolima
- Alcaldía de Zipaquirá
- Municipio de Ibagué
- Fiducoldex – Colombia Productiva

Y alianzas con:

- Escuela del Amor
- Palo de Agua Ambientes
- Save The Children
- Fundación WWB
- Alcaldía Municipal de Usiacurí
- Alcaldía de San Antero Córdoba
- Secretaría de Cultura de la Gobernación de Córdoba
- Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar
- Universidad de Cartagena
- Escuela Taller Naranja
- FONTUR
- BLUECARIBU S.A.S.

En cuanto a la estrategia de cooperación internacional se logró apalancar recursos por \$133,4 MM, esto a través de 7 alianzas así:



- Proyecto de cooperación sur-sur “Intercambio de buenas prácticas para el fortalecimiento de la cadena de valor de la actividad artesanal y los esquemas de formación técnica para el trabajo - joyería (doble vía)” entre Colombia y el Reino de Marruecos; 5 videoconferencias, promedio 5 horas, valor traducción simultánea.
- Alianza con COLIRPI: Participación virtual en el curso sobre Denominaciones de Origen por parte del contratista de AdC Camilo Muñoz. Valor del curso: €1.000.
- International Folk Art Market 2021: Apoyo a artesanos Gary González y Leonidas Gutiérrez (primera vez) y Crucelina Chocho-
- Selvedge Fair – Londres: Presupuesto para cubrir gastos logísticos de los artesanos y el traductor
- COLIPRI II (SECO Suiza): Desarrollo del intercambio Col-Col “La Denominación de Origen como herramienta de marketing territorial” enfocado en las DO del Huila. Total: \$57.102.500 (COLIPRI II (\$40,000,000) y APC Colombia (\$17,102,500)).
- alianza con la "Secretaria de Desenvolvimento das Micro e Eequenas empresas, empreendedorismo e Artesanato" Brasil
- Intercambio de buenas prácticas para el fortalecimiento de la cadena de valor de la actividad artesanal y los esquemas de formación técnica para el trabajo - joyería (en doble vía)

En cuanto a patrocinios logró un total de \$1.065,4MM con 27 aliados de los cuales 3 hacen parte de industrias creativas. Se encuentran, entre otros:

- DIAGEO
- Servientrega
- OCENSA
- SENA
- Don Eloy
- AGSTUDIOS – Reina del Sur
- Claro
- Fundación Solidaridad por Colombia
- Smurfit Kappa
- Universidad de los Andes



- Mario Hernández
- Álbum JET

Todo lo anterior ha permitido apalancar recurso por un total de \$2.530,03MM equivalente al 129% de la meta de la vigencia la cual corresponde a \$1.962MM.

Frente al monitoreo de la ejecución presupuestal, con corte a diciembre se comprometieron \$29.732.606.596,17MM que corresponden al 98,45% de la apropiación definitiva de la vigencia 2021 y se obligaron \$29.682.673.193,48 que corresponden al 98,28% del total de la apropiación de la vigencia. La meta de obligaciones para era de 100%.

Por último, la perspectiva de **comunidad y medio ambiente**, logró un **100% de cumplimiento** a través de la implementación del Programa de Gestión ambiental, en sus dos frentes de trabajo.

Se destaca en esta perspectiva que Artesanías de Colombia recibió el pasado 12 de agosto un reconocimiento de la Secretaria Distrital de Ambiente por su alto desempeño en la implementación del Plan Institucional de Gestión Ambiental PIGA y cumplimiento normativo, convirtiéndose en una de las 20 mejores entidades ubicadas en el Distrito Capital y la primera entidad voluntaria del orden nacional en recibir el reconocimiento.

De otro lado, se solicita a Secretaria Distrital de Ambiente, la nueva concertación de documento PIGA debido al cambio de sede la Vitrina Promocional de la Calle 86 a la Tienda Promocional Calle de los Anticuarios. Conforme a la comunicación de entrada 2281 del 17 de agosto de la SDA, se actualiza y remite el documento PIGA, Plan de Acción 2021, Matriz Normativa y Matriz de Impactos a la SDA para el proceso de concertación para continuar proceso de concertación.

PIGA (Plan Institucional de Gestión ambiental)

Este es el primer frente de trabajo del PGA. El mismo cuenta con seis programas de Ecoeficiencia; se destacan, entre otras acciones al cierre, las siguientes:



PROGRAMAS DE ECOEFICIENCIA

Programa Uso Eficiente del Agua

Á través de campañas de sensibilización, implementación de tecnologías de ahorro y el registro y verificación del consumo de manera trimestral.

Se realiza el registro y verificación trimestral del consumo de agua, el cual permite evidenciar una disminución del 47.4% con respecto al año anterior, debido a dos reclamaciones por costo y consumo excesivo recibidas en los periodos marzo-mayo y mayo-julio que no han sido contestadas por la Empresa de Acueducto.

Programa Uso Eficiente de la Energía

Á través de campañas de sensibilización, implementación de tecnologías de ahorro y el registro y verificación del consumo de manera trimestral.

Se realiza el registro y verificación del ahorro trimestral en el consumo de energía eléctrica, el cual permite evidenciar un aumento del 15.1% con respecto al anterior, debido al retorno de los empleados a la entidad y al incremento en el consumo de energía en la nueva sede Vitrina de los Anticuarios.

Programa Gestión Integral de Residuos

El cual se implementa a través de campañas de sensibilización en la temática de separación en la fuente dirigida a los empleados de Artesanías de Colombia, cumplimiento de los requisitos normativos, registros de generación de residuos ordinarios (aprovechables y no aprovechables) y peligrosos, manejo a través de la entrega a gestores autorizados de acuerdo al contexto reglamentario aplicable: aprovechables entregados a la Asociación de Recicladores Ecoaliza Estratégica y peligrosos entregados al gestor PROSARC y a través de la campaña de Reciclación organizada por la Secretaria Distrital de Ambiente (SDA).

Programa Uso Eficiente del Papel

Por medio del registro trimestral del consumo, los cuales se alinean y verifican en el plan de austeridad, mencionado en la perspectiva de procesos internos.

'Se realiza el registro y verificación del ahorro trimestral en el consumo de papel, el cual permite



evidenciar una disminución del 41,3% correspondiente a 19 resmas de menos de papel utilizadas, con respecto al año anterior.

Programa Consumo Sostenible

En este se priorizan los contratos a los cuales les aplican criterios sostenibles y criterios de cumplimiento normativo. En 2021, se incluyen cláusulas en 8 contratos: consumibles de papelería y tóner, mantenimiento eléctrico, arrendamiento de espacios comerciales, compra de cuero, material de plata, mueble en madera, entre otros.

Programa Implementación de Prácticas Sostenibles

Se promueven prácticas que propendan por la protección del medio ambiente, los funcionarios y la comunidad tales como la realización de la semana ambiental, la socialización de prácticas de eco-conducción, promoción del uso de la bicicleta, entre otras.

Resultado de lo anterior se resaltan los siguientes logros.

- ✓ Artesanías de Colombia cuenta con un 97% de implementación de sistemas de bajo consumo de agua en toda la entidad.
- ✓ La entidad cuenta con un 100% de implementación de fuentes lumínicas de la más alta eficacia.
- ✓ Implementación de requisitos normativos para la adecuada gestión de los residuos peligrosos (instalación de hojas de seguridad, registro de bitácoras, formatos de recepción y despacho de respel, embalado y etiquetado).
- ✓ Entrega de 4273 Kg de material aprovechable a la Asociación Ecoalianza Estratégica de Recicladores.
- ✓ 647 kg de residuos peligrosos entregados a gestores autorizados que incluyen equipos eléctricos y electrónicos, luminarias, toner y medicamentos: 147 kg a través del gestor Prosac y 500 Kg entregados a través de la Reciclato de Bogotá.
- ✓ Inclusión de cláusulas ambientales a contratos priorizados interventoría de obra de inmuebles, servicio de vigilancia, contrato de POP, compra de mineral de plata, muebles en madera, compra de cuero, mantenimiento eléctrico e hidráulico, papelería y arrendamiento de espacios comerciales.
- ✓ Jornadas de sensibilización permanente al interior de la entidad en temáticas de interés



ambiental, a través de comunicaciones internas:

- Campaña “se buena onda con el medio ambiente”, orientada al adecuado manejo de los recursos agua, electricidad y papel, con motivo del retorno a la oficina de los funcionarios de la entidad.
 - Tips de uso racional y eficiente del agua y la energía eléctrica.
 - Campaña “regresa a la oficina en bicicleta”
- ✓ Desarrollo de la semana ambiental virtual llevada a cabo del 31 de mayo al 4 de junio, que contó con el apoyo de la Secretaria Distrital de Ambiente para la realización de 5 charlas dirigidas a los colaboradores de la entidad y artesanos, en temáticas ambientales:
- Programas pos-consumo y estrategias voluntarias de entrega de residuos peligrosos.
 - Estrategias para el consumo sostenible del agua.
 - Fuentes no convencionales de energía renovable.
 - Aire, ruido y radiación electromagnética.
 - Biodiversidad del Distrito Capital.
- ✓ La entidad generó en 2021, 40.3 Ton CO2 en el desarrollo de sus actividades productivas. Este dato es superior al obtenido en el año 2020 (29.7 Ton CO2), a causa del aumento importante en el consumo de energía, combustible y generación de residuos ordinarios no aprovechables, debido a que se retomaron en alternancia las actividades laborales, en el segundo semestre del año.

PROGRAMA MISIONAL

Iniciativas para el manejo adecuado de las materias primas

Acompañamiento en la solicitud de tramites ambientales

- ✓ Se consolidan y radican 6 solicitudes de permiso de aprovechamiento de Iraca ante la Corporación Autónoma Regional CARDIQUE, 2 de ellas con pago de trámite de visita de evaluación. Todas las solicitudes están a la espera de trámite por parte de la Corporación.
- ✓ Asistencia técnica a artesano para solicitud de registro de cultivo de la especie Muhlenbergia capillaris, establecida en un predio de su propiedad, empleada en el oficio de cestería en



fique, en la Vereda La Palma, Finca La Alquería, municipio de Guacamayas, ante la Corporación Autónoma Regional de Boyacá.

- ✓ Asistencia técnica a artesano para aclaración de pago por concepto de servicios de evaluación del trámite ambiental para permiso de aprovechamiento de esparto y paja blanca ante la Corporación Autónoma Regional de Boyacá- CORPOBOYACÁ con el fin de avanzar en temas de legalidad y beneficiarse de las ventajas otorgadas por la Corporación por poseer el aval como negocio verde. Corpoboyacá anuncia el inicio del trámite ambiental.

Estrategia manejo sostenible de Iraca

En el marco del Proyecto “Aprovechamiento sostenible de la Palma de Iraca y otros maderables utilizados para la elaboración de artesanías como alternativa económica para la conservación del Bosque Seco Tropical en los municipios de Coloso (Sucre) y San Juan Nepomuceno (Bolívar), en Convenio con Riqueza Natural, se adelanta en:

- ✓ Establecimiento de aproximadamente de 2Ha de iraca, en 5 predios de dueños que hacen parte del proyecto.
- ✓ Entrega de materiales y herramientas para proceso de delimitación de predios con fines de conservación.

Divulgación de información para promoción de comercio legal y leal

- ✓ Divulgación en la página web de la entidad de los proveedores regionales de madera legal registrados ante 18 Corporaciones Autónomas Regionales y el listado de proveedores nacionales de madera legal, adscritos al Pacto Intersectorial por la Madera Legal en Colombia - PIMLC.
- ✓ https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/proveedores-de-madera-legal-en-colombia_14878
- ✓ Publicación de 2 notas dirigidos cuidado de producto artesanal en madera y cuero
- ✓ https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/cuidados-de-la-madera_14788
- ✓ https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/cuidados-de-las-artesanias-en-cuero_14834



Herramienta identificación de especies

Diseño de fichas de identificación en campo de las especies Choco (*Hymenolobium petraeum*) y Guamo cerindo (*Inga nobilis*) que incluyen: nombres comunes, descripción general (fuste, corteza, hojas, flores y fruto), estado de conservación, fenología y registros fotográficos de las especies.

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 | 98,37% |
| Subgerencia de Promoción y generación de oportunidades comerciales | 95,13% |
| Subgerencia Administrativa y Financiera | 86,06% |
| Oficina Asesora de Planeación e Información | 98,69% |
| Oficina de Control Interno | 100,00% |
| Gerencia | 90,00% |
| PROMEDIO PLAN POR ÁREAS | 94,71% |

PERSPECTIVA:

| | |
|--|---------------|
| CUMPLIMIENTO Q4 (CLIENTES BENEFICIARIOS) | 97,22% |
| CUMPLIMIENTO Q4 (PROCESOS INTERNOS) | 99,82% |
| CUMPLIMIENTO Q4 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO) | 82,61% |
| CUMPLIMIENTO Q4 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA) | 85,16% |
| CUMPLIMIENTO Q4 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE) | 100,00% |
| PROMEDIO PLAN POR PERSPECTIVAS | 92,96% |



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 y las tolerancias establecidas. 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 | Meta actualizada 2021 | Valor real Q4 | Cumplimiento Q4 |
| 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 | | 21 | 100,0% |
| | Beneficiar artesanos en el desarrollo de marca y catalogo. | Artesanos beneficiados en el desarrollo de marca y catalogo (PA-2) | Trimestral | 313 | | 338 | 100,0% |
| | Fortalecer las capacidades comerciales digitales de los artesanos, a través de capacitaciones relacionadas | Artesanos beneficiados en capacitaciones comerciales digitales | Trimestral | 120 | | 122 | 100,0% |
| | 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 | | 404 | 94,0% |
| | Desarrollo mapa turístico artesanal | Mapa turístico artesanal desarrollado (PA-2) | Anual | 100 | | 100 | 100,0% |
| 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 | | 56 | 100,0% |
| | | Monto de ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2) | Mensual | 646 | | 1119 | 100,0% |
| | Organizar ferias artesanales a nivel nacional en asocio con terceros | Ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2) | Semestral | 2 | | 2 | 100,0% |
| | | Ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2) | Anual | 677 | | 14022 | 100,0% |
| | Facilitar la participación en eventos y talleres de oficio | Eventos nacionales e internacionales (PA-2) | Trimestral | 8 | | 12 | 100,0% |
| | | Talleres de oficio (PA-2) | Trimestral | 26 | | 37 | 100,0% |
| | Facilitar negocios y oportunidades comerciales a los artesanos | Ingresos de los artesanos a través de oportunidades comerciales a los artesanos (PA-2) | Trimestral | 3789 | 4322 | 6735 | 100,0% |
| | Facilitar la participación en ruedas de negocios | Ruedas de negocios con participación de artesanos (PA-2) | Semestral | 4 | | 5 | 100,0% |
| Facilitar participación de artesanos en eventos, espacios de exhibición y ferias locales, regionales, nacionales e internacionales | 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 | | 724 | 100% |
| | Beneficiar artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales | Artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2) | Mensual | 142 | | 371 | 100% |
| | Facilitar la participación de unidades artesanales en oportunidades comerciales. | Artesanos beneficiados con oportunidades comerciales | Mensual | 236 | | 319 | 100% |
| | Beneficiar artesanos con la capacitación en mercadeo y ventas | Unidades artesanales participantes en la capacitación de mercadeo y ventas (PA-2) | Trimestral | 3896 | | 4576 | 100% |
| | Beneficiar artesanos con la participación en ruedas de negocios | Unidades artesanales participantes en ruedas de negocios (PA-2) | Semestral | 500 | | 855 | 100% |
| Fortalecer y ampliar canales de promoción y búsqueda de oportunidades comerciales de Artesanías de Colombia | Concretar ventas de artesanía a través de vitrinas y ventas institucionales | Ventas mensuales (PA-2) | Mensual | 3126 | 2986 | 4206 | 100% |
| | | Cientes Institucionales para ventas nacionales (PA-2) | Mensual | 87 | | 65 | 75% |
| | 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 | | 7 | 100% |
| | Fortalecer la venta de artesanía a nivel internacional | Cientes internacionales (PA-2) | Trimestral | 12 | | 11 | 92% |
| | 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 | 1947 | 1692 | 87% |
| | Beneficiar artesanos con la comercialización a través de Artesanías de Colombia | Artesanos beneficiados por comercialización a través de ADC (PA-2) | Trimestral | 737 | | 393 | 53% |
| | Diversificar la oferta de producto artesanal en los diferentes canales de promoción y búsqueda de oportunidades comerciales | Nuevos productos comprados (PA-2) | Trimestral | 1780 | | 1465 | 82% |



| OBJETIVO 2: Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías | | | | | | | |
|---|---|--|------------------------|-----------|-----------------------|---------------|------|
| Programas/proyectos (Iniciativas) | Actividades | Nombre indicador | Frecuencia de Medición | Meta 2021 | Meta actualizada 2021 | Valor real Q4 | |
| Concertar acuerdos con otras instituciones relacionadas con el sector | Elaborar agenda de trabajo interinstitucional que priorice territorios, asuntos críticos y soluciones a trabajar, con el impulso de ADC y el apoyo de MINCIT para generar | Documento con Agenda de trabajo que priorice territorios, asuntos críticos y soluciones a trabajar e implementación de dicha agenda (PA-2) | Anual | 2 | 1 | 1 | 100% |

| 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 | Meta actualizada 2021 | Valor real Q4 | |
| Eleva la productividad y competitividad del sector artesanal | Apoyar iniciativas colectivas para el mejoramiento productivo y técnico | Emprendimientos artesanales fortalecidos (PA-2) | Semestral | 38 | | 39 | 100% |
| | | Iniciativas colectivas apoyadas para el mejoramiento productivo y técnico; el fortalecimiento asociativo o la formalización. (PA-2) | Trimestral | 8 | | 8 | 100% |
| Fortalecer los Laboratorios de Innovación y Diseño y Proyectos Especiales | Fortalecer la innovación a través del diseño aplicado a la producción de artesanías | Nuevos productos innovadores producidos (PA-2) | Anual | 700 | | 797 | 100% |
| | Articular el sector artesanal con otras industrias creativas | Articulación iniciativas con otras actividades pertenecientes a la economía naranja (PA-2) | Anual | 5 | | 5 | 100% |
| | 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 | 4200 | 5635 | 100% |
| | | Beneficiarios Laboratorios de Innovación y Diseño | Mensual | 7800 | 8740 | 8489 | 97% |
| | Fortalecer la red de aliados de los laboratorios de innovación y diseño | Aliados regionales (PA-2) | Trimestral | 25 | 31 | 44 | 100% |
| | Impulsar los programas especiales | Beneficiarios atendidos grupos étnicos (PA-2) | Mensual | 360 | | 452 | 100% |
| | Beneficiarios atendidos programa APV (PA-2) | Mensual | 900 | | 917 | 100% | |
| Incentivar la cultura del emprendimiento y la formalización en el sector artesanal | Fortalecer las capacidades empresariales de los artesanos, mediante capacitación; fomentar el trabajo asociativo e impulsar la cultura de formalización | Artesanos capacitados en habilidades empresariales (PA-2) | Semestral | 700 | 1200 | 2337 | 100% |

CUMPLIMIENTO Q4 (CLIENTES BENEFICIARIOS) 97,22%



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 Q4 | Cumplimiento Q4 |
| 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 | 75 | 100,00% |
| Mantener actualizado el modelo integrado de 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% | 98,00% | 100,00% |
| | 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% | 93,71% | 98,64% |
| | 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% | 94,66% | 99,64% |
| | 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% | 94,70% | 99,68% |
| | Fortalecer la dimensión de evaluación por resultados | Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "evaluación por resultados" (PA-2) | Trimestral | 95% | 100% | 100,00% |
| | Fortalecer la dimensión de Información y Comunicación | Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión "Información y Comunicación" (PA-2) | Trimestral | 95% | 98% | 100,00% |
| | Fortalecer la dimensión de Control interno | Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión " Control interno" (PA-2) | Trimestral | 95% | 98% | 100,00% |
| 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 Q4 | Cumplimiento Q4 |
| 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% | 113% | 100% |
| | Fortalecer la comunicación al interior de la entidad | Cumplimiento del plan de comunicaciones internas (PA-2) | Trimestral | 95% | 102% | 100% |
| | Fortalecer la comunicación digital y la comunidad social | Cumplimiento del plan de acción de estrategia digital (PA-2) | Trimestral | 95% | 103% | 100% |

CUMPLIMIENTO Q4 (PROCESOS INTERNOS)

99,82%



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 Q4 | Cumplimiento Q4 |
| 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% | 90% | 95% |
| | 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% | 90% | 95% |
| | | Implementación del Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo (PA-2) | Anual | 95% | 99% | 100% |
| 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% | 84% | 89% |
| | | Participación de los funcionarios en procesos de capacitación (PA-2) | Anual | 95% | 90% | 95% |
| | | Participación de funcionarios involucrados en procesos de RE inducción (PA-2) | Anual | 90% | 0% | 0% |
| | | Cumplimiento de la ruta de crecimiento (PA-2) | Trimestral | 95% | 67% | 71% |
| 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% | 100% | 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% | 98% | 100% |

CUMPLIMIENTO Q4 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)

82,61%



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 Q4 | Cumplimiento Q4 |
| 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 | 12 | 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 Q4 | Cumplimiento Q4 |
| Fortalecer la gestión para la consecución de recursos de inversión para el sector artesanal | Mantener una relación de confianza con los aliados estratégicos a corto, mediano y largo plazo | Aliados estratégicos concretados (PA-2) | Semestral | 45 | 27 | 60% |
| | Generar alianzas con industrias creativas dentro del marco de la economía naranja | Alianzas con industrias creativas (PA-2) | Anual | 2 | 3 | 100% |
| | Gestionar la cooperación internacional | Aliados de cooperación internacional (PA-2) | Trimestral | 8 | 13 | 100% |
| | 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 | 18 | 72% |
| 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 Q4 | Cumplimiento Q4 |
| 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% | 75% | 79% |

CUMPLIMIENTO Q4 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)

85,16%



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 Q4 | Cumplimiento Q4 |
|--|--|---|------------------------|-----------|---------------|-----------------|
| 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% | 99% | 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% | 100% | 100% |

CUMPLIMIENTO Q4 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)

100%