



**PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL
INFORME DE AVANCE
PRIMER TRIMESTRE 2022**

A continuación, se muestra el avance del plan de acción 2022, por perspectiva estratégica, con corte 31 de marzo de 2021. El plan general por perspectiva cuenta con un cumplimiento del **91,86%** destacándose el cumplimiento de las perspectivas de **comunidad y medio ambiente** y **sostenibilidad financiera** con un cumplimiento del 100%, seguidas de la perspectiva de **procesos internos** con un cumplimiento del 97,20% al corte del informe.

Frente a la perspectiva de **clientes y beneficiarios**, la cual alcanzó un **cumplimiento del 87,62%**, se destacan las acciones orientadas al cumplimiento del objetivo de contribuir a la generación de ingresos de los artesanos. Es así que a Q1 se generó ingresos a los artesanos por valor de \$927.402.592 a través de las siguientes iniciativas:

INGRESOS DE LOS ARTESANOS				
INICIATIVA	M3			
	Estimado	Real	% Avance	% Cumplimiento
FERIAS ORGANIZADAS POR ADC	\$ 0	\$ 0		
INGRESOS PARTICIPACIÓN EN FERIAS REGIONALES E INTERNACIONALES	\$ 100	\$ 410	34,9%	410%
ARTICULACIÓN INDUSTRIAS CREATIVAS - ARTESANOS	\$ 0	\$ 185	3%	***
INVERSIÓN EN PRODUCTO ARTESANAL	\$ 72	\$ 333	19,6%	462%
TOTAL INGRESOS	\$ 172	\$ 927	4%	539%
RUEDAS DE NEGOCIO	\$ 0	\$ 0		

Lo anterior es un 4% de avance frente a la meta del año y un cumplimiento del 539% frente al estimado de Q1.



Lo anterior se ha logrado como resultado de la participación 88 artesanos con la participación en cinco ferias regionales: Feria Carnaval Artesano 2022, Feria Artesanal Manizales, Feria Navideña Mall Plaza, Anato y I Feria Internacional del Amazonas. Esto corresponde al 6% de avance respecto a la meta 1.365 beneficiarios.

En total se ha logrado participar en 9 espacios de exhibición: 5 ferias regionales nacionales e internacionales y 4 eventos de promoción: VISITA Sra Ghada Waly UNODC, Cena Protocolaria Presidencia, Visita Pat Mitchell y Almuerzo Empresarios Españoles.

Esto permite evidenciar un avance del 13% respecto a la meta del año de 68 espacios de comercialización.

Así mismo la entidad ha realizado inversión de producto artesanal a 162 beneficiarios que equivale al 36% de avance sobre la meta. Esto en un total de 23 departamentos y Bogotá y con una inversión en producto artesanal de \$354.440.614

Durante este trimestre se destacan caso de éxito como parte de la gestión e ventas institucionales y Exportaciones, como:

- OCENSA – Bolsas de Fique: En marzo se logró la venta de 300 bateas de madera y 300 bolsas de compra en fique para el cliente 911 (operador logístico de Ocesa) por un valor de \$40.500.000. Con esta negociación se beneficiaron comunidades artesanales de Jenesano y Villa de Leyva. En la actualidad se tienen otras propuestas en curso por valor de \$13.500.000.



Valor total de las negociaciones \$ 54.000.000

- JC JHONSON - Jarrones en Werregue y Portavasos en Fique: Se inició una importante alianza con JC Johnson, por medio de su operador logístico RCN, con la compra de 3.300 portavasos en fique, elaborados por los artesanos de Guacamaya (Boyacá) y 25 Jarrones en palma de





Werregue, elaborados por los artesanos Wounaan.

Estos productos serán utilizados para una estrategia de reactivación realizada por la marca Glade y en cada aromatizante se entregará un (1) portavasos.

Los 25 jarrones serán rifados por Coljuegos a los clientes que se inscriban a la rifa de la marca.

Valor total de las negociaciones \$ 63.784.000

- Cueros Vélez - Sombreros en Iraca y en Fielto: Se inició una alianza con Cueros Vélez para la compra de aproximadamente 1.000 sombreros en iraca y fieltro, elaborados por los artesanos de Nariño y de Yopal, Casanare. Estos productos serán vendidos en los diferentes almacenes de la marca.



Valor total aproximado de la negociación \$ 70.00.000

- Portomarine - Paneles Arquitectónicos: Se encuentra en proceso una alianza con Marcela Villegas para hacer unos paneles en fibra de plátano con una estructura en madera para el proyecto de Portomarine, ubicado en la ciudad de Cartagena.



Valor total de la negociación \$ 14.000.000

Por otro lado, en el marco del programa de Laboratorios de Innovación y Diseño en el mes de febrero se lanzó la convocatoria nacional para la atención integral de artesanos a través de los Laboratorios de innovación y diseño. Se priorizaron 28 departamentos y 408 municipios. La convocatoria cerró el 13 de marzo de 2022. Finalizado el proceso se realizó la evaluación y selección de los artesanos que serán atendidos en el periodo 2022.

4906 artesanos fueron seleccionados para ser atendidos por los Laboratorios de innovación y diseño. Respecto a los beneficiarios atendidos al corte se ha logrado atender a 468 artesanos en el marco del Proyecto de Fortalecimiento de la Actividad Artesanal como alternativa de Reactivación Económica



de los municipios con vocación artesanal. En el marco del proyecto de fortalecimiento se atendieron 94 nuevos beneficiarios

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 y como meta para la vigencia se han incluido dos nuevas articulaciones: Academia y Turismo. Los principales avances se muestran a continuación:



1. DISEÑO

Se llevó a cabo el desarrollo y presentación del plan de acción para el año 2022 correspondiente al Componente de Diseño. Se desarrolló y presentó la Matriz Nacional de Diseño 2022.

Así mismo se gestionó la organización y revisión del listado de oficios y definiciones conceptuales de cada uno de los términos manejados en este documento, donde se determinaron los puntos clave en la conceptualización de varios oficios con sus respectivas técnicas, editando así la información solicitada para posteriormente desarrollar el mapa general de oficios y técnicas colombianas.



Se llevó a cabo la postulación a la feria FOLKART por parte de Los Laboratorios de Innovación y Diseño, donde cada diseñador líder propuso comunidades para dicho evento, según los requerimientos solicitados.

Fue emitido el informe anual de Codiseño 2021, donde se dio trazabilidad a las diferentes temáticas tratadas en cada uno de los capítulos de la estrategia de diseño y atención del año 2021; se evidenció la estrategia virtual de las capacitaciones en cada una de las temáticas propuestas.

Durante el mes de marzo el equipo regional de diseño desarrolló: 48 videoconferencias y/o talleres; 245 asesorías virtuales en diseño, 31 desarrollos de material con contenido pedagógico; 6 catálogos y 8 materiales de comunicaciones.

2. PROGRAMA ARQUITECTURA VIVA

Se realizó propuesta de diseño para stands de laboratorios en Expoartesánias 2022. Se concretó el negocio de Café Azahar CII 79. Se visitaron 7 talleres, donde se pudo revisar capacidad de producción, cantidad de empleados, y técnicas, para el proyecto Baldosas decorativas Carmen de Viboral. Se coordinaron proyectos de arquitectura como: Cabecero en Fique de la Clienta Pauline Poupard. Puertas tejidas Casa Eder, Cali. Valores m2, cliente Zona Verde Urbana. Proyecto Portomarine Cartagena, Arq Marcela Villegas. Casa Barú, Arq. Marcela Villegas. Hotel Compensar, Arq Marcela Villegas. Club Peñalisa, Arq Marcela Villegas.

3. PROGRAMA ARTE VIVO

Se realizó selección de Artistas para invitarlos a participar en el programa Arte Vivo 2022, concretando colaboraciones con Maria Garcia y Miguel Mesa Posada. Se realizó la presentación de los 28 artistas y los 28 artesanos y comunidades seleccionados para el programa Obra Viva del Banco de la República en alianza con Arte Vivo de Artesanías de Colombia.

4. ACADEMIA

Alianzas con Universidades: en el convenio con la Universidad El Rosario, se adelantan actividades con la facultad de Emprendimiento, realizando talleres con la Gerencia General y el equipo AdC, para



identificación de potencialidades en el modelo de operación. Se realiza la coordinación necesaria para el viaje de grabación del documental homenaje al Mopa Mopa. Con la Universidad El Bosque, se adelantan acciones con el programa Arquitectura Viva, para realización de pruebas de laboratorio a fibras naturales.

5. TURISMO (Mapa Turístico Colombia Artesanal)

Durante el mes de marzo se iniciaron las entrevistas con los artesanos de los departamentos de Boyacá y Tolima. Así mismo se empezaron a tomar las fotografías de cada artesano, su taller, producto y contexto de la ruta Boyacá. Se ha trabajado en la divulgación del mapa tanto en redes sociales como en medios de comunicación.

6 y 7. PROGRAMA DE MODA Y JOYERÍA

Se reportan los resultados de la convocatoria que finalizó el día 13 de marzo, con un total de 2656 artesanos que se inscribieron para las categorías de moda, accesorios, bisutería y joyería. De la misma se hace el análisis y son identificadas en colaboración con los equipos regionales de Laboratorios de Innovación los grupos de atención para la vigencia actual. Se realizan las investigaciones de tendencias y son entregadas al equipo de Artesanías de Colombia en ciclo de conferencias como herramienta para el entendimiento de Sistema Moda.

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, una vez revisados los resultados definitivos de la Convocatoria Nacional se determina el plan de acción nacional con las unidades productivas y grupos artesanales que iniciaran y continuarán con la capacitación y asistencia para el mejoramiento de procesos productivos y técnicas, en los oficios de trabajo en madera, trabajo en cuero, cestería y tejeduría.

Oficio trabajo en cuero:

- Elaboración de programa y requisitos para la realización de talleres de cualificación técnicas en marroquinería artesanal y modelismo.
- Desarrollo de Prototipo con acabados en cuero, en la técnica de pellón en el oficio de tejeduría en



hilo acrílico, como modelo de transferencia técnica a la comunidad Wayuu.

Oficio trabajo en madera: Elaboración de programa y requisitos para realización de talleres de cualificación técnicas en carpintería básica y técnica talla tridimensional.

Como parte de los programas especiales, el programa de Atención a Población Víctima y Vulnerable, al mes de marzo se han adelantado acompañamientos a 229 beneficiarios, de los cuales 180 son mujeres. La atención se ha realizado de forma directa en los departamentos de Cesar, Bolívar, Córdoba, Zona del Urabá Antioqueño Cauca y Valle del Cauca. También se han adelantado acciones a distancia con comunidades de Chocó.

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 de 92 beneficiarios, de los cuales 78 se encuentran ubicados en los Departamentos focalizados para la actual vigencia: La Guajira, Putumayo, Risaralda, Valle del Cauca, Vaupés, Vichada y Bogotá D.C, y 14 en Amazonas, Caquetá, Chocó, Guainía y Nariño, departamentos que no se encuentran priorizados desde el proyecto pero que están siendo atendidos en el marco del convenio de Cooperación celebrado entre Colombia Productiva y Artesanías De Colombia S. A.

Dichos beneficiarios han recibido acciones de asistencia técnica integral desde el programa interno y algunas actividades en el marco del convenio con Colombia Productiva, teniendo en cuenta las estrategias de acompañamiento y la planeación metodológica de los cuatro componentes de atención: Diseño, comercial, social y comunicaciones.

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 ha atendido 1.092 beneficiarios (número de servicios), esto equivale a un avance del 9,1% de la meta correspondiente a 12.020 beneficiarios. De este total atendido el 73,8% son mujeres es decir 806 beneficiarias.



Como parte del objetivo orientado a rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal, se resalta durante el año las 77.711 visitas equivalente a 74.786 usuarios en la Biblioteca digital. Se realizará diagnóstico para validar a que obedece el incremento sin precedentes que hizo volar la meta, con ese diagnóstico se ajustará la meta del año.

En cuanto las memorias de oficio, iniciativa institucional, los investigadores se encuentran en la fase prospectiva en las ciudades de Bogotá y Medellín. En la primera ciudad ya se tiene un trabajo preliminar con museo del vidrio, y con el oficio de la Forja. Se adelantan conversaciones el pueblo Rrom y con marroquinería del Restrepo para terminar la fase prospectiva.

Como parte del programa de Propiedad Intelectual en el transcurso del año 2022 se han adelantado seis (6) jornadas de atención a interesados en los servicios del programa de Propiedad Intelectual aplicado a las Artesanías así: Santander (Barichara-Curiti), Bogotá: Clúster de Joyería Cámara de Comercio; Consejo Regional Indígena del Cauca -CRIC, Cúcuta y Antioquia (Carmen de Viboral) y se han realizado 8 radicaciones de trámites de registros de marcas.

A continuación, resumen de los principales resultados estratégicos con corte a marzo:





La perspectiva de **procesos internos**, cuenta con un **cumplimiento del 97,20%** de lo estimado para el trimestre. Durante Q1 fueron formulados y alineados con la planeación los planes de acción de las políticas del MIPG aplicables a la entidad. Así mismo fue formulado el plan de acción del mantenimiento del MIPG para la vigencia.

Entre los meses de febrero y marzo, fue diligenciado el FURAG, cuyo diligenciamiento concluyó el 18 de marzo del año en curso. Se está a espera de los resultados.

Así mismo fueron realizadas las auditorías internas del Sistema de Gestión de Calidad, evidenciando como resultado 0 no conformidades.

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:



DIMENSIONES				PLANES			
AGRUPACIÓN ADC	ESTIMADO	REAL	Cumplimiento indicador a Q1	POLITICAS O PLANES	ESTIMADO	REAL	Cumplimiento
Fortalecer la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación	50,00%	49,00%	98%	Política de Planeación Institucional	50,0%	49,0%	98,0%
				Plan anticorrupción y de atención al ciudadano	NA	NA	NA
Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro).	19,54%	19,24%	98%	Política de Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	12,40%	23,00%	100,0%
				Política de Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público (Plan de gasto público)	31,90%	18,00%	56,4%
				Política de Defensa jurídica y del proceso de gestión legal	20,38%	20,38%	100,0%
				plan de trabajo para la implementación de la política de compras y contratación pública	25,00%	25,00%	100,0%
				Plan de Austeridad	20,00%	17,80%	89,0%
				Plan de activos fijos	6,33%	5,67%	90%
				Ejecutar el plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles	19,70%	18,86%	95,7%
				Plan de acción de la Coordinación de Gestión Administrativa	20,60%	25,20%	100%
Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano)	2,67%	10,67%	100%	Plan de acción (Estrategia) Participación ciudadana	0%	12%	100,0%
				Política de racionalización de trámites	0%	0%	100,0%
				Política de Servicio al ciudadano	8%	20%	100,0%
Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital"	14,83%	21,57%	100%	Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - PETI	12%	7%	61,0%
				Plan de tratamiento de Riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información	5%	13%	100,0%
				Plan de Seguridad y privacidad de la Información	8%	35%	100,0%
				Plan de Mantenimiento de Servicios Tecnológicos	35%	31%	89,3%
Fortalecer la dimensión de evaluación por resultados	23,30%	38,00%	100%	Política seguimiento y evaluación del desempeño institucional	23%	38%	100,0%
Fortalecer la dimensión de Información y Comunicación	9,01%	21,22%	100%	Política de Transparencia y acceso a la información pública y lucha contra la corrupción	3%	22%	100,0%
				Política de Gestión Documental	6%	24%	100,0%
				Plan Institucional de Archivos de la Entidad - PINAR	25%	30%	100,0%
				Plan de Conservación Documental	11%	21%	100,0%
				Plan de Preservación Digital	0%	9%	100,0%
Fortalecer la dimensión de Control interno	28,50%	26,00%	91%	Política de Control Interno	29%	26%	91,2%
Fortalecer la dimensión de Gestión Estratégica del Talento Humano	15,50%	14,62%	94%	Plan de la Ruta de la Felicidad	9%	7%	82,7%
				Cumplimiento del plan de incentivos (PA-2)	4%	1%	12,5%
				Plan trabajo del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo	24%	18%	77,2%
				Plan de trabajo de la ruta del calidad	53%	40%	75,2%
				Plan de trabajo de la ruta del crecimiento	10%	5%	49,5%
				Plan de trabajo de Gestión del Conocimiento e innovación	5%	15%	100,0%
				plan de la ruta de análisis de datos (PA-2)	15%	15%	98,5%
Plan de trabajo del Código de Integridad	5%	16%	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 ha permitido evidenciar en lo corrido de 2022, un retorno por \$ 886,4MM, es decir un 10% de la meta, como recursos free press. Durante el año se ha logrado un total de 194 apariciones en medios, lo que es un 14,9% de avance (de una meta de 1.300) y se gestionaron 118 publicaciones es decir el 17% de avance sobre la meta de 705.

Los planes orientados a fortalecer la comunicación interna, externa y digital fueron formulados durante el mes de enero y a Q1 cuentan con avances del: 24%, 31% y 22% respectivamente, lo que equivale a un cumplimiento del 95% en promedio del estimado para el corte.

La perspectiva de **aprendizaje y desarrollo**, que alcanzó un **cumplimiento del 74,46%**, se operacionaliza a través de la ejecución de planes asociados al Plan Estratégico de Talento Humano. Este plan es el promedio de avance de los planes de acción que lo conforman y a Q1 presentó un avance del 4%.

Frente a los avances cuantitativos de cada plan, se muestran a continuación:

- Plan de incentivos: 10% avance
- Plan de la ruta de análisis de datos: 15% avance
- Plan de la ruta de la felicidad: 7,36% avance
- Plan del SGSST: 18,15% avance
- Plan de la ruta del crecimiento (PIC): 5,1% avance
- Plan de la ruta de la calidad: 39,5% avance
- Plan del código de integridad: 16,35% 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 2022 se han identificado y consolidado 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 han concretado 2 convenios y 3 alianzas nacionales logrando así un monto por \$1.663,01 MM.

Se concretaron convenios con:

- OCENSA
- La fiduciaria Colombia de Comercio Exterior s.a. Fiducoldex, actuando en su condición de vocera y administradora de Colombia Productiva

Y alianzas con:

- Save The Children
- Corporación para el Desarrollo de Caldas
- FONTUR

Así mismo se cuenta con un total de 25 alianzas sin recursos y convenios marco

En cuanto a la estrategia de cooperación internacional encuentra gestionando articulación con diferentes entidades entre las que se encuentran:

- Fundación Michelangelo - Homo Faber Guide
- Programa Iberoamericano para la Promoción de las Artesanías - Iberartesanías
- World Crafts Council WCC - Latinoamérica
- Memorando de Entendimiento Craft Council Netherland - CCNL
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI
- Convenio COLIPRI II: SECO Suiza
- Fundación Artesanías de Chile y Prochile
- Programa Brasileiro de Artesanías PAB del Ministerio Economía



En cuanto a patrocinios se ha logrado un total de \$6,3MM con Davivienda -Daviplata, para el Carnaval del Perdón realizado en Sibundoy

Todo lo anterior ha permitido apalancar recursos por un total de \$1.669,3MM equivalente al 39,8% de la meta de la vigencia la cual corresponde a \$4.196MM.

Frente al monitoreo de la ejecución presupuestal, con corte a marzo se comprometió el 41% de la apropiación definitiva de la vigencia 2022 y se obligó el 12,9% (Esto corresponde al total de la vigencia: Transferencias).

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.

Avance programas de ecoeficiencia: Se han obtenido porcentajes de avances en 14 de las 32 actividades formuladas. El avance obtenido a M3 es del 26,5%.

Avance programa misional: 5 actividades formuladas. El avance obtenido para M3 es del 17,2%.

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 avance y cumplimiento del plan de acción, por cada dependencia de la entidad y por perspectiva:



DEPENDENCIA:

DEPENDENCIA	CUMPLIMIENTO	AVANCE
Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal	82,79%	12,44%
Subgerencia de Promoción y generación de oportunidades comerciales	91,65%	8,91%
Subgerencia Administrativa y Financiera	80,52%	13,48%
Oficina Asesora de Planeación e Información	98,39%	20,65%
Oficina de Control Interno	91,23%	27,37%
Gerencia	100,00%	13,66%
PROMEDIO PLAN POR DEPENDENCIAS	90,76%	16,08%




PERSPECTIVA:



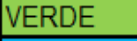

PERSPECTIVA	CUMPLIMIENTO	AVANCE
CLIENTES BENEFICIARIOS	87,62%	9,93%
PROCESOS INTERNOS	97,20%	24,75%
APRENDIZAJE Y DESARROLLO	74,46%	11,19%
SOSTENIBILIDAD FINANCIERA	100,00%	11,67%
COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE	100,00%	32,40%
PROMEDIO PLAN POR PERSPECTIVAS	91,86%	17,99%



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 a la generación de ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.											
Programas/proyectos (activativos)	Actividades	Nombre Indicador	Frecuencia de medición	Meta 2022	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real Q1	Estimado Q1	Avance Q1	Cumplimiento Q1	
Fortalecer y alinear la actividad artesanal con el turismo cultural	Asesorar en desarrollo de marca y catálogo	Asesorías en desarrollo de marca y catálogo realizadas. (PA-2)	Trimestral	22	25	18	0	0	0%	NA	
	Beneficiar artesanos en el desarrollo de marca y catálogo	Artesanos beneficiados en el desarrollo de marca y catálogo (PA-2)	Trimestral	355	365	345	0	0	0%	NA	
	Fortalecer las capacidades comerciales digitales de los artesanos a través de capacitaciones relacionadas	Artesanos beneficiados en capacitaciones comerciales digitales (PA-2)	Trimestral	126	136	116	0	0	0%	NA	
	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	424	434	414	51	70	12%	73%	
	Realizar la puesta en marcha del mapa turístico artesanal	Rutas turísticas incluidas en el mapa (PA-2)	Anual	5	6	3	NA	NA	0%	NA	
Facilitar espacios de comercialización de la artesanía colombiana (local, regional, nacional e internacional)	Facilitar la participación en ferias regionales, nacionales e internacionales	Ferias regionales, nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	31	35	27	5	5	16%	100%	
		Monto de ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	1175	1105	1155	410	100	35%	100%	
	Organizar ferias artesanales a nivel nacional en asocio con terceros	Ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Semestral	2	2	2	NA	NA	0%	NA	
		Ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Anual	14302	14480	14220	NA	NA	0%	NA	
	Facilitar la participación en eventos y talleres de oficio	Eventos nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	15	16	14	4	1	27%	100%	
		Talleres de oficio (PA-2)	Trimestral	15	16	14	0	0	0%	NA	
	Facilitar negocios y oportunidades comerciales a los artesanos	Ingresos de los artesanos a través de oportunidades comerciales a los artesanos (PA-2)	Trimestral	6235	6335	6135	185	0	3%	100%	
Facilitar la participación en ruedas de negocios	Ruedas de negocios con participación de artesanos (PA-2)	Semestral	5	6	4	NA	NA	0%	NA		
Facilitar la participación de artesanos en ferias, eventos, exposiciones, ferias sociales, 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	760	770	750	NA	NA	0%	NA	
	Beneficiar artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales	Artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	398	408	388	88	94	22%	94%	
	Facilitar la participación de artesanos en oportunidades comerciales	Artesanos beneficiados con oportunidades comerciales (PA-2)	Mensual	335	345	325	0	0	0%	NA	
	Beneficiar artesanos con la capacitación en mercadeo y ventas	Unidades artesanales participantes en la capacitación de mercadeo y ventas (PA-2)	Trimestral	4000	4100	3900	120	0	3%	100%	
	Beneficiar artesanos con la participación en ruedas de negocios	Unidades artesanales participantes en ruedas de negocios (PA-2)	Semestral	525	535	515	NA	NA	0%	NA	
Fortalecer y ampliar canales de promoción y búsqueda de oportunidades comerciales de Artesanías de Colombia	Concretar ventas de artesanía a través de tiendas y ventas institucionales	Ventas mensuales (PA-2)	Mensual	4400	4600	4200	920	562	21%	100%	
	Contratar embajadas para facilitar negocios de artesanía colombiana a través de embajadas de Colombia en el mundo	Ciudadanos institucionales para ventas nacionales (PA-2)	Mensual	91	97	86	13	2	14%	100%	
		Embajadas contactadas para generar negocios de artesanía (PA-2)	Semestral	8	9	7	0	0	0%	NA	
	Fortalecer la venta de artesanía a nivel internacional	Ciudadanos internacionales (PA-2)	Trimestral	15	16	14	1	3	7%	33%	
	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	1700	1800	1600	333	72	20%	100%	
Beneficiar artesanos con la comercialización a través de Artesanías de Colombia	Artesanos beneficiados por comercialización a través de ADC (PA-2)	Trimestral	450	460	440	162	74	36%	100%		
	Diversificar la oferta de producto artesanal en los diferentes canales de promoción y ventas comerciales	Nuevos productos comprados (PA-2)	Trimestral	1538	1638	1438	23	0	1%	100%	



OBJETIVO 2: Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías

Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	valor real Q1	Estimado Q1	Avance Q1	cumplimiento Q1
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 acuerdos	Documento con Agenda de trabajo que priorice territorios, asuntos críticos y soluciones a trabajar e implementación de dicha agenda (PA-2)	Anual	1	2	1	NA	NA	0%	NA

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 2022	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real Q1	Estimado Q1	Avance Q1	cumplimiento Q1
Elevar la productividad y competitividad del sector artesanal	Apoyar iniciativas colectivas para el mejoramiento productivo y técnico	Emprendimientos artesanales fortalecidos (PA-2)	Semestral	43	45	40		NA	0%	NA
		Iniciativas colectivas apoyadas para el mejoramiento productivo y técnico; el fortalecimiento asociativo o la formalización. (PA-2)	Trimestral	8	9	7	0	0	0%	NA
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	900	1000	800		NA	0%	NA
	Articular el sector artesanal con otras industrias creativas	Articulaciones con otras actividades pertenecientes a la economía naranja (PA-2)	Anual	7	8	6		NA	0%	NA
	Vincular a nuevos artesanos a los laboratorios de innovación y diseño y programas especiales.	Beneficiarios Laboratorios de Innovación y Diseño (PA-2)	Mensual	8100	8200	8000	468	2430	6%	19%
		Nuevos artesanos formados y fortalecidos en los eslabones de la cadena de valor (PA-2)	Mensual	3645	3745	3545	94	1094	3%	9%
	Fortalecer la red de aliados de los laboratorios de innovación y diseño	Aliados Regionales (PA-2)	Trimestral	33	39	27	30	26	91%	100%
	Impulsar los Programas especiales	Beneficiarios atendidos Programa APV (PA-2)	Mensual	900	1000	800	229	200	25%	100%
Beneficiarios atendidos grupos étnicos (PA-2)		Mensual	460	470	450	92	90	20%	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	2500	2600	2400			0%	NA



OBJETIVO 4: Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal

Programas/proyectos (iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real Q1	Estimado Q1	Avance Q1	Cumplimiento Q1
Rescatar los oficios y/o técnicas artesanales en riesgo de desaparecer	Realizar talleres de rescate de oficios y/o técnicas artesanales	Talleres de rescate (PA-2)	Anual	8	10	7	NA	NA	0%	NA
Promover la transmisión de conocimiento a nuevas generaciones	Diseñar e implementar acciones para vincular a nuevas generaciones a la actividad artesanal	Acciones para vincular nuevas generaciones (PA-2)	Anual	14	15	12	NA	NA	0%	NA
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	32	34	30	8	3	25%	100%
		Nuevos registro de documentos institucionales históricos recuperados (PA-2)	Trimestral	1200	1400	1000	300	300	25%	100%
	Fortalecer la investigación sobre la actividad artesanal para respaldar la preservación del patrimonio cultural	Memorias de oficios (PA-2)	Semestral	8	10	6	NA	NA	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	140	100	8	6	7%	100%
Visibilizar el valor del patrimonio cultural del trabajo artesanal, promoviendo en el público, el valor cultural, social y económico de la artesanía	Divulgar el conocimiento cultural, social y económico que se obtenga de los pueblos artesanales	Espacios de divulgación cultural (PA-2)	Semestral	3	4	2	NA	NA	0%	NA
		Tiempo de permanencia en consulta (PA-2)	Trimestral	1200	1300	1100	345	200	29%	100%

CUMPLIMIENTO Q1 (CLIENTES BENEFICIARIOS)

87,62%

AVANCE Q1 (CLIENTES BENEFICIARIOS)

9,93%



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 2022	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real Q1	Estimado Q1	Avance 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	100	100	95		NA	0%	NA
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%	100	85	49%	50%	52%	98%
	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%	100	85	19,24%	19,54%	20%	98%
	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%	100	85	10,67%	2,67%	11%	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%	100	85	22%	15%	23%	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%	100	85	38,00%	23,30%	40%	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%	100	85	21,22%	9,01%	22%	100%
	Fortalecer la dimensión de Control interno	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "Control interno" (PA-2)	Trimestral	95%	100	85	26,00%	28,50%	27%	91,23%
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 2022	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real Q1	Estimado Q1	Avance 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 nacionales	Cumplimiento del plan de comunicaciones externas (PA-2)	Trimestral	95%	100	90	29%	14%	31%	100%
	Fortalecer la comunicación al interior de la entidad	Cumplimiento del plan de comunicaciones internas (PA-2)	Trimestral	95%	100	90	22,9%	19,2%	24%	100%
	Fortalecer la comunicación digital y la comunidad social	Cumplimiento del plan de acción de estrategia digital (PA-2)	Trimestral	95%	100	90	21%	25%	22%	84%

CUMPLIMIENTO Q1 (PROCESOS INTERNOS)

97,20%

AVANCE Q1 (PROCESOS INTERNOS)

24,75%



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 2022	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real	Estimado	Avance Q1	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%	100	90	7%	9%	8%	82,7%
	Crear un ambiente laboral con énfasis en trabajo en equipo, actitud de servicio al ciudadano e innovación a través de la gestión que permita brindar reconocimiento por logros sobresalientes	Cumplimiento del plan de incentivos (PA-2)	Trimestral	95%	100	90	0,5%	4%	1%	13%
	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%	100	90	18%	24%	19%	77%
		Implementación del Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo (PA-2)	Anual	98%	100	92			0%	NA
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%	100	90	39,5%	52,5%	42%	75%
		Participación de los funcionarios en procesos de capacitación (PA-2)	Anual	100%	100	95			0%	NA
		Participación de funcionarios involucrados en procesos de re inducción (PA-2)	Anual	90%	95	87			0%	NA
		Cumplimiento de la ruta de crecimiento (PA-2)	Trimestral	95%	100	90	5%	10%	5%	49,5%
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	90	15%	5%	16%	100%
	Fortalecer la toma de decisiones en cuanto a la optimización de TH a partir del análisis de datos de información	Cumplimiento del plan de la ruta de análisis de datos (PA-2)	Trimestral	95%	100	90	15%	15%	16%	98%
	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%	100	90	16%	5%	17%	100%

CUMPLIMIENTO Q1 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)

74,46%

AVANCE Q1 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)

11,19%



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 2022	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real	Estimado	Avance Q1	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	12	10	3	3	25%	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 2022	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real	Estimado	Avance Q1	Cumplimiento Q1
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)	Anual	30	35	25			0%	NA
	Generar alianzas con industrias creativas dentro del marco de la economía naranja	Alianzas con industrias creativas (PA-2)	Semestral	3	4	2			0%	NA
	Gestionar la cooperación internacional	Aliados de cooperación internacional (PA-2)	Trimestral	8	10	6	2	1	25%	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	27	23	5	5	20%	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 2022	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real	Estimado	Avance Q1	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%	100	90	NA	NA	0%	NA

CUMPLIMIENTO Q1 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)

100,00%

AVANCE Q1 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)

11,67%



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 2022	Tolerancia superior	Tolerancia Inferior	Valor real Q1	Estimado Q1	Avance 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%	100%	90%	26,5%	12,5%	28%	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	90	37,0%	10,0%	37%	100%

CUMPLIMIENTO Q1 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)

100%

CUMPLIMIENTO Q1 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)

32,4%