



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

A continuación, se muestra el avance del plan de acción 2022, por perspectiva estratégica, con corte 30 de septiembre. El plan general por perspectiva cuenta con un cumplimiento del **94,62%** destacándose el cumplimiento de las perspectivas de **sostenibilidad financiera** y **comunidad y medio ambiente** con un cumplimiento del 100%, seguida de la perspectiva de **procesos internos** con un cumplimiento del 98,10% al corte del informe.

Frente a la perspectiva de **clientes y beneficiarios**, la cual alcanzó un **cumplimiento del 94,33%**, se destacan las acciones orientadas al cumplimiento del primer objetivo de contribuir a la generación de ingresos de los artesanos. Es así que a Q3 se generó ingresos a los artesanos por valor de \$10.433.531.663 a través de las siguientes iniciativas:

INGRESOS DE LOS ARTESANOS										
INICIATIVA	2018 (Línea Base)	2019	2020	2021	Meta Inicial 2022	Meta Ajustada 2022	AVANCES / CUMPLIMIENTO			
							Estimado M9	Avance	% Avance	% Cumplimiento A M9
FERIAS ORGANIZADAS POR ADC	\$ 17.332	\$ 18.854	\$ 645	\$14.022	\$ 14.302	\$ 14.302	\$ 2.313	\$ 4.502	31,5%	194,6%
INGRESOS PARTICIPACIÓN EN FERIAS REGIONALES E INTERNACIONALES	\$ 1.185	\$ 1.795	\$ 615	\$ 1.119	\$ 1.175	\$ 1.175	\$ 1.175	\$ 1.847	157,2%	157,2%
ARTICULACIÓN INDUSTRIAS CREATIVAS - ARTESANOS	\$ 1.784	\$ 2.904	\$ 3.370	\$ 6.735	\$ 6.236	\$ 6.803	\$ 3.001	\$ 3.002	44,1%	100%
INVERSIÓN EN PRODUCTO ARTESANAL	\$ 4.813**	\$ 2.921	\$ 2.315	\$ 1.692	\$ 1.700	\$ 1.700	\$ 1.200	\$ 1.082	63,6%	90,2%
TOTAL INGRESOS	\$ 26.975	\$ 28.831	\$ 6.945	\$ 23.568	\$ 23.413	\$ 23.981	\$ 7.689	\$ 10.434	43,5%	135,7%
RUEDAS DE NEGOCIO	\$ 1.861	\$ 2.357	\$ 6*	\$ 2.105	\$ 2.105	\$ 2.105	\$ 189	\$ 603	28,7	319%

Se evidencia un avance del 43,5% sobre la meta y un cumplimiento del 135,7% frente a lo esperado para septiembre, esto producto de la Feria Expo artesano, la cual se llevó a cabo en el mes de septiembre, la continua reactivación de diferentes espacios de promoción en los que se ha apoyado la participación de artesanos y la dinámica de los negocios facilitados a través de la estrategia de la articulación de oferta y demanda entre artesanos e industrias creativas y otros.



Al corte se ha logrado participar en 46 ferias y mercados regionales, uno de ellos de nivel internacional, así:

1. Feria Carnaval Artesano Pasto 2022, ventas por \$295MM.
2. Feria Artesanal de Manizales ventas por \$87MM.
3. Feria Artesanal Mall Plaza alcanzando ventas por \$21MM
4. Feria turística ANATO en la ciudad de Bogotá.
5. Feria internacional del Amazonas alcanzando ventas por 7,3 MM
6. Feria Sachamates, Sibundoy - Putumayo con ventas por \$ 40MM, realizada en el marco del Carnaval del Perdón
7. De Bolívar a tu casa con ventas por \$14 MM
8. Vitrina de la Fe - Pasto, ventas: \$4 MM.
9. Manos de Oro- Popayán, ventas \$54 MM
10. Feria Mercartesano Mujer en la ciudad de Pasto alcanzando ventas por valor de 6 MM.
11. Feria Antiplano Artesanal MallPlaza - Bogotá, ventas: \$8 MM
12. Mercado Artesanal del Ruedo en el Centro Comercial Serrezuela - Cartagena, ventas: \$36 MM.
13. Mercado Altiplano Artesanal, Bogotá, alcanzando ventas por \$8,6 MM
14. Mercado Altiplano Artesanal, alcanzando ventas por valor de \$11,6 MM
15. Mercado Artesanal de Bolívar a tu casa, alcanzando ventas por \$15,3 MM
16. Mercado Artesanal Chagrarte, alcanzando ventas por \$4,9 MM
17. Mercado Artesanal Memoria Hecha a Mano, alcanzando ventas por valor de \$18,8 MM
18. Mercado Caribe Artesanal, alcanzando ventas por \$10,5 MM
19. Mercado Eje Artesanal Manizales, alcanzando ventas por \$21,5 MM
20. Muestra Artesanal Pitalito, Valle de Artesanos ventas registradas por valor de \$5,675 MM
21. Mercado Artesanal San José de Cúcuta, alcanzando ventas por 25,3
22. Mercado Artesanal del Altiplano, alcanzando ventas por \$11,1 MM
23. Mercado Artesanal Arboleda, alcanzando ventas por \$7,2 MM
24. Placita de Tradición Artesanal, alcanzando ventas por \$13,4 MM
25. Día del sombrero tolimense, alcanzando ventas por \$15 MM
26. Muestra Eje Artesanal Mall Plaza, alcanzando ventas por \$11,7 MM



27. Feria de Arte, Artesanía y Diseño, alcanzando ventas por \$72,3 MM
28. Encuentro de Maestros Artesanos, alcanzando ventas por \$189,3 MM
29. Mercado Artesanal el Retiro, alcanzando ventas por \$36,5 MM
30. Mercado Artesanal Victoria, alcanzando ventas por \$5,5 MM
31. Mercado Caribe Artesanal, alcanzando ventas por valor de \$7,9 MM
32. International Folk Art Market, alcanzando ventas por valor de \$292 MM
33. Mercado Artesanal Oviedo Encanto Tropical, alcanzando ventas por valor de \$109 MM
34. Mercado Altiplano Artesanal, alcanzando ventas por 6 MM
35. Mercado Artesanal del Claustro de las Aguas, alcanzando ventas por 118 MM
36. Feria Sabor Barranquilla, alcanzando ventas por \$30 MM.
37. Feria del Hogar, alcanzando ventas por \$46 MM
38. Festival Nacional Autóctono de Gaitas, ventas de \$12 MM
39. Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, ventas por \$63 MM
40. Mercado Artesanal Bolívar Plaza, alcanzando ingresos por \$7,5 MM
41. Mercado Artesanal Ribereña, con ingresos de \$25MM
42. Mercado Artesanal Santander Siempre es Moda, con ingresos por valor de \$16MM
43. Mercartesano, con ingresos por valor de \$8 MM
44. Congreso Gastronómico de Popayán con ingresos alcanzados de \$29MM
45. Mercado Artesanal Tapiz Artesanal, con ingresos por valor de \$10 MM
46. Mercado Artesanal Calima, con ingresos por valor de \$11 MM

Lo anterior ha sumado a los 69 espacios de comercialización de la artesanía, que se ha logrado durante este primer semestre. Esto producto de participar en 11 eventos de promoción: VISITA Sra Ghada Waly UNODC, Cena Protocolaria Presidencia, Visita Pat Mitchell, Almuerzo Empresarios Españoles, Semana de Colombia en el Colegio Los Nogales, celebración 10 años del TLC Bicentenario relaciones diplomáticas entre Colombia y USA & exhibición en Kennedy Center; Colección Salvaje - Edición Especial, Almuerzo FAMTRIP BAM', ofrecida y bajo la organización de Pro Imagen junto a Artesanías de Colombia, Almuerzo del Cuerpo Diplomático, Transmisión de Mando 2022, VISITA OVOP - Edición Especial.

Adicionalmente se han realizado 9 talleres de oficio y 2 ruedas de negocios; aportando con esto a un



avance de 81% respecto a la meta del año correspondiente a 85 espacios, meta ajustada al cierre del primer semestre, teniendo en cuenta la dinámica actual de esta iniciativa de generación de oportunidades comerciales.

Así mismo la entidad ha realizado inversión de producto artesanal un total de 275 beneficiarios que equivale al 61% de avance sobre la meta. Esto en un total de 25 departamentos y Bogotá, con compras por valor de \$ 1.279.302.369,71

EXPOARTESANO - LA MEMORIA

La feria Expoartesano, es la feria regional artesanal más importante de Colombia y la segunda a nivel Latinoamérica, se lleva a cabo una vez al año en la capital antioqueña, a través de la alianza estratégica entre Artesanías de Colombia y Plaza Mayor, Medellín, cuyo fin sigue siendo beneficiar al sector artesanal del país.

Para esta vigencia La Feria se llevó a cabo del 9 al 18 de septiembre, contó con 25.177 visitantes, 368 artesanos expositores quienes percibieron ingresos por \$4.607 millones. Esta versión rompió récord en ventas y representó un 109% de crecimiento frente a 2021 y un 13% comparado con 2018, año inicial del cuatrienio y el cual representó el nivel más alto de ventas de estos últimos cuatro años.

En el marco de la misma se llevó a cabo la acostumbrada rueda de negocios con la participación de 38 empresas nacionales y 10 internacionales, logrando concretar negocios por \$ 603 millones.

Esta versión de la feria se realizó de forma híbrida, es decir que contó con un componente virtual, a través de un directorio artesanal conformado por 306 artesanos.

Durante la feria se llevó a cabo el espacio de conocimiento compartido “Voces”, en el que se destacan 24 conversatorios realizados, 3 demostraciones de oficio, 11 muestras artísticas, 2 experiencias silleteras y 11 experiencias gastronómicas



Por otro lado, y como parte de la perspectiva en análisis, se encuentran los programas de Desarrollo Productivo Inuyente, los cuales se desarrollan bajo la estrategia de los Laboratorios de Innovación y Diseño. Al mes de septiembre continúa la atención integral de artesanos seleccionados (4.496) de la convocatoria y otros a través del proyecto de fortalecimiento logrando al corte atención de 7.973 artesanos en 480 Municipios. De estos beneficiarios 4.538 son artesanos nuevos atendidos por Artesanías de Colombia. De otro lado, el 79,07% de los atendidos son mujeres artesanas, el 23,52% es población indígena. El 36,31% fueron atendidos por el módulo de comercialización, el 37,84% por el módulo de Desarrollo Humano, el 69,71% por el módulo de Diseño, el 22,56% atendidos en temas de emprendimiento, el 20,29% por el módulo de producción.

Los Laboratorios de Innovación y diseño lograron acumular \$541.337.606 ventas a través de negocios facilitados (Esto incluye reporte de ventas de: Programa Expedición Orinoco: \$ 8.405.765; Proyecto OCENSA: \$ 32.653.000; Programa Moda y Joyería: \$ 71.547.000; Laboratorios de Innovación y Diseño (Regiones): 541.337.606)

La entidad ha continuado la articulación con otras industrias creativas, fortaleciendo la relación con siete (7) aliadas: Arte, Arquitectura, Moda, Joyería, Diseño, Academia y Turismo, estas dos últimas como cumplimiento de la meta de la vigencia 2022. Los principales avances se muestran a continuación:



1. DISEÑO PARTICIPATIVO

Esta articulación se logra a través de un plan de trabajo que cuenta con las siguientes etapas:

MARZO	ABRIL - OCTUBRE	ABRIL - JULIO	AGOSTO - NOVIEMBRE	ABRIL - DICIEMBRE
PLANEACIÓN	CAPACITACIÓN Y ASESORIA	DISEÑO Y DESARROLLO	PRODUCCIÓN	APOYO COMERCIAL
INFORME CODISEÑO 2021 RESULTADOS 2021 ESTRATEGIA 2022 MATRIZ DE DISEÑO 2022	VIDEOCONFERENCIAS Y TALLERES <i>Metodología codiseño Cápsulas y cartillas Atención focalizada</i> ASESORIAS PUNTUALES <i>Atención en alternancia Estrategias regionales Ejercicios de co-diseño</i> VISIBILIZACIÓN <i>Estrategias regionales Laboratorios = Plataforma</i> CATÁLOGOS <i>Actualización y desarrollo</i>	PROCESO DE CODISEÑO <i>Experimentación, muestras a escala y prototipos</i> DISEÑO DE NUEVAS LINEAS DE PRODUCTO <i>Colección 2022 Mercados locales</i> COMITÉS DE DISEÑO <i>Regionales Nacionales</i> PLANEACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	PLAN DE PRODUCCIÓN <i>Forcv 11</i> SEGUIMIENTO A PRODUCCIÓN <i>Alternancia</i> PROCESO DE COMPRAS <i>Documentación Recepción y revisión de producto</i> REGISTRO FOTOGRÁFICO <i>Regional Nacional</i>	COMPRAS ADC <i>Compras institucionales Colección 2021</i> EVENTOS NACIONALES <i>Expoartesanías 2021</i> EVENTOS REGIONALES <i>Curaduría</i> COMERCIO ELECTRÓNICO <i>Marketplace Redes sociales</i>



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.

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.

Se realizó la postulación de artesanos para la feria FOLKART por parte de los Laboratorios de Innovación y Diseño, donde cada diseñador líder planteó a las comunidades que cuentan con perfil para el evento, bajo unas condiciones de piezas show, oficios emblemáticos y número de artesanos impactados, que respondan a una dinámica comercial fuera de Colombia. Se seleccionaron las unidades productivas con buen potencial de comercializar sus productos en el exterior bajo la figura de exportación. Se apoyó en la consolidación de la información de cada taller

Se realizó la Investigación y la presentación de Tendencias enfocada al sector de Hogar y Decoración 2022-2023 para impartirla en las diferentes regiones. Se participó de los comités de evaluación y curaduría de los artesanos inscritos a Expoartesano 2022

Como parte de la fase de diseño y desarrollo se han realizado las actividades de revisión del diagnóstico comercial de las ventas en Expoartesánías 2021 de la colección de los Laboratorios para aprobación de la nueva colección 2022. Elaboración del informe de gestión en diseño con el compilado de fotografías de los productos desarrollados por los Laboratorios de Innovación y Diseño 2015 al 2021, la participación en los diferentes comités de diseños, tanto regionales como Nacional, esto incluye la participación de los comités de evaluación de los postulados para la feria Expoartesánías 2022. También se participó en las jornadas de “update de diseño” para la revisión de planes de producción para 2022.



A la fecha se cuenta con el consolidado de la capacidad productiva de artesanos top del país enfocados en desarrollo de producto decorativo y el consolidado de la utilería necesaria dentro de la exhibición del stand Laboratorios de Innovación y Diseño para Expoartesanías 2022.

El equipo regional de diseño al corte del informe ha desarrollado: 878 videoconferencias y/o talleres; 8.043 asesorías en diseño y seguimiento a artesanos, 471 desarrollos de material con contenido pedagógico; 229 catálogos para artesanos y 789 materiales de comunicaciones.

2. PROGRAMA ARQUITECTURA VIVA

En el programa ARQUITECTURA VIVA, desde que nació el proyecto en 2020, se ha dedicado a investigar nuevas formas de habitar los espacios a través de las manos de los artesanos.

Es con ellos que se ha podido desarrollar soluciones arquitectónicas para el beneficio de los colombianos. Dentro del portafolio se representan más de 60 técnicas y desarrollan más de 60 técnicas, generando más de 300 muestras para el uso de los arquitectos, diseñadores y consumidores.

Con este programa, se ha podido evidenciar que la demanda de proyectos en el gremio de la construcción aporta al desarrollo significativo para el sector artesanal por el volumen de trabajo referente a lo producido, que se traducen en empleo directo para las comunidades

Como principales resultados de la vigencia, al corte de este informe, se destacan: la participación en la feria ANATO, la exhibición de showroom en la tienda “Anticuarios”, se ha logrado gestionar 11 proyectos arquitectónicos, 11 alianzas, 25 muestras desarrolladas, 87 oficios y técnicas y un total de \$66,5MM en ventas entre febrero y septiembre.

3. PROGRAMA ARTE VIVO - Una cofradía entre artesanos y artistas

Este programa tiene como objetivo generar un acercamiento entre arte contemporáneo, artesanía y arte popular para legitimar en el contexto local la necesidad de desdibujar fronteras rígidas y jerarquías innecesarias.

Los procesos creativos son colaboraciones y diálogos que buscan realzar e impulsar técnicas artesanales en un marco artístico que permita, además, enaltecer y dignificar a sus creadores.



La colaboración entre artista y artesano se plantea como el nacimiento de un proceso creativo alterno, en el cual no prima la autoría unipersonal, sino el proceso colaborativo, respetuoso y generoso.

Durante el año 2022, se ha venido trabajando en las colaboraciones entre 9 Artistas y 32 Artesanos y Comunidades del país cocreando 15 obras.

- Daniela Tobar & Mónica Chiripua, Luz María González, Nancy Moña, Hercilia Dura, Listinia Hueso, Olga Quiro, Marcia Mejía, y Cleria Cuero
Etnia Eperara Siapidara-Comunidad Artesanas Calle Santa Rosa
- Juan Arreaza & Delcia Fuentes, Nury Fuentes, Gloria Sánchez, Eneida Fuentes, Lucia Suárez, Yelitza Bossio Ortiz-
Etnia Piaroa - Comunidad Urbana de Mataven
- Karen Paulina Biswell y María Amilbia Siagama Siagma – Etnia Embera Chamí
- Luisa Valderrama & Daina Guaipere
Etnia Cuiba Wamonae
- Luisa Valderrama/ Miriam Quiteve
Etnia Sáliba
- María García & Bibiana y Julio Yawakaliman
Etnia Curripaco
- María García & Lucia Chequemarca, Rodrigo López
Comunidad Cubeo Cubay
- Ramón Laserna & Rodrigo López
Comunidad Cubeo Cubay
- Siu Vásquez & Liliana Ardila - María Delia Poveda, Graciela Sanabria de Navarrete, Ana Mercedes Álvarez de Rodríguez, Inés Pita Amador, Diana Isabel Sanabria Gómez, Hilda María Sanabria Gómez, Mireya Holguín Salazar, Severa Castro Meza, Otilia Pinzón Meza, Mariela Monsalve Monsalve Artesanas de Charalá

Entre los principales resultados del Programa durante 2022 se destacan los siguientes:



DESCRIPCIÓN	2022
OFICIOS Y TÉCNICAS ARTESANALES	10
ARTISTAS VINCULADOS	9
ARTESANOS & COMUNIDADES VINCULADOS	32
OBRAS EN PROCESO	15
CATÁLOGO COLECCIÓN 2021	1
NÚMERO DE PIEZAS ELABORADAS	15
PROPUESTA GANADORA DE LA BECA <u>MIN</u> CULTURA	1
PARTICIPACIÓN ARTBO (2022)	2
PARTICIPACIÓN EN EXPOSICIONES	1
ALIANZA PROGRAMA OBRA VIVA BANCO DE LA REPÚBLICA	1
ARTISTAS SELECCIONADOS	28
ARTESANOS SELECCIONADOS	28

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.

En el marco del Convenio con la Universidad El Rosario, se realizó la visita a al maestro Gilberto Granja, con el fin de realizar el documental sobre el mopa mopa, así mismo se inició la planeación de escritura contenidos para la enciclopedia saberes artesanales. Se llevó a cabo, el 28 de junio, el lanzamiento del documental sobre palma de pindo, realizado por esta Universidad.

Se establece contacto con la responsable de Admisiones Internacionales de ESNE - Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología, ubicados en Madrid, España, interesados en trabajar pasantías con la Entidad.

Se dio inicio a la elaboración de la propuesta de trabajo para la Enciclopedia de saberes artesanales



con la Universidad El Rosario, se espera continuar con este proyecto en el marco del redireccionamiento estratégico de la entidad.

Al corte se cuenta con 5 convenios vigentes con las universidades del Rosario, El Bosque, Francisco de Paula Santander, Universidad Distrital Francisco José de Caldas y Universidad Nacional - Sede Palmira.

Así mismo se ha realizado relacionamientos con 16 universidades entre las que se encuentran:

Unidades Tecnológicas de Santander – UTS, Universidad Autónoma de Manizales, Universidad Católica, Universidad de Caldas, Universidad de Nariño, Universidad Francisco de Paula Santander, Universidad ICESI, Universidad Nacional de Amazonas, Universidad Simón Bolívar, Universidad Tecnológica de Pereira, Universidad Javeriana, Universidad de Los Andes, Colegiatura, Universidad de Ibagué, Universidad de Cartagena y Universidad La Gran Colombia – Sede Armenia

5. TURISMO (Mapa Turístico: Colombia Artesanal)

El mapa Turístico Colombia Artesanal se lanzó en el marco de Expoartesanías 2021, con 12 Rutas Turísticas en diferentes departamentos y municipios del país, con la intención de crear una plataforma web, que mostrara una forma nueva y diferente de viajar por nuestro país, poniendo en la escena turística a los maestros artesanos, sus talleres y experiencias. La plataforma busca reactivar el turismo cultural, traer visitantes internacionales y contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales, fortaleciendo así el sector artesanal como atractivo turístico cultural.



AMAZONAS
Leticia, Macedonia,
Nazareth y Puerto
Nariño
Ruta Amazonas
ancestral

ANTIOQUIA
Santa Fé de Antioquia,
Jericó y Jardín
Ruta de la Montaña

ALTÁNTICO
Usiacurí y Galapa
Ruta Carnavalera

BOGOTÁ
Ruta Bogotá hecha a
mano

BOLÍVAR
Santa Cruz de Mompo
x y San Jacinto
Ruta Río Magdalena

BOYACÁ
Ráquira
Ruta del Barro

CUNDINAMARA
Sutatausa, Cucunubá y
Fúquene
Ruta Valle de Ubaté

EJE CAFETERO
Quimbaya, Filandia, Santa
Rosa de Cabal
Ruta Risaralda-Quindío

LA GUAJIRA
Riohacha, Uribia, Nazaret
Ruta tejeduría Wayúu

NARIÑO
Pasto y Sandoná
Ruta Volcán Galeras

PUTUMAYO
Sibundoy, Santiago, Colon y
San Francisco
Ruta Valle de Sibundoy
ancestral

SANTANDER
Curití y Barichara
Ruta Camino de los Guanes

En el año 2022, se inician actividades en el mes de febrero donde se trabajó en la planeación y selección de las nuevas rutas que se incluirán en el mapa turístico Colombia Artesanal. Se decidió que se adicionarán 4 nuevas rutas (Tolima, Caldas, Cauca y Magdalena) y se ampliaría 1 ruta ya existente (Boyacá). A partir de esto, se llevaron a cabo reuniones con los equipos regionales para poder seleccionar los municipios y artesanos que irían en cada ruta.

En el mes de febrero participamos en la feria de turismo ANATO, presentando el mapa Colombia Artesanal. Allí tuvimos reuniones con operadores turísticos, alcaldías y gobernaciones de las rutas que hacen parte del mapa.

Gracias al apoyo de PROCOLOMBIA se ha hecho presencia en Expo DUBAI, Feria Top Resa en Francia y en FITUR en España con información del proyecto para ser navegada en una Tablet por los turistas, y con videos que constantemente estaban rotando en los televisores.

Adicionalmente, durante este año se han hechos grandes esfuerzos para presentar el proyecto a



diferentes operadores turísticos y así tener aliados turísticos dispuestos a ofrecer las rutas turísticas del proyecto. Actualmente se cuenta con varios aliados turísticos como son Falabella viajes, Sur destino, Awake travel, Calanoa entre otros.

Con la intención de hacer difusión de Colombia Artesanal se presentó un proyecto a FONTUR para que por medio de diferentes estrategias se pudiera divulgar el proyecto. Es así como durante los meses de febrero a abril se pautó con videos e imágenes en diferentes canales digitales. Así mismo se contrató a Christian Byfield gran comunicador e influenciador de turismo para que realizara la Ruta de Valle de Sibundoy Sagrado en Putumayo y mostrara la grandeza de nuestros artesanos y de las experiencias que se pueden vivir en los talleres artesanales de cada uno de ellos.

Así mismo se realizaron dos viajes de periodistas, el primero a Nariño a la Ruta Volcán Galeras con Gloria Saldarriaga y el segundo a la Guajira a la Ruta de la Tejeduría Wayuu con el periodista Juan Uribe, quien escribió un hermoso artículo en la sección Viajar de el periódico El Tiempo.

Dado el gran interés y necesidad que se tiene de dar a conocer el proyecto se firmó una alianza con Marca País, para hacer difusión de Colombia Artesanal, priorizando a los artesanos, sus manos y su experiencia, en las campañas de divulgación que desarrollemos en conjunto con ellos.

En el mes de mayo, Colombia Artesanal, fue portada de la revista Diners y elaboraron un artículo de más de 6 páginas hablando del proyecto y de la ruta el Camino de los Guanes del departamento de Santander. Así mismo, se tuvo aparición en la revista Axxis y en CM&.

Durante los meses de marzo a septiembre de 2022 se iniciaron las labores requeridas para las nuevas rutas turísticas artesanales. Se llevaron a cabo reuniones de trabajo con los equipos de Boyacá, Tolima, Caldas, Cauca y Magdalena, para cada una y en diferentes meses de acuerdo a los cronogramas, se realizaron entrevistas a los artesanos seleccionados, con la información de las entrevistas, se inició el trabajo de campo para tomar las fotografías y videos de contexto, del artesano, del taller, proceso, producto y materia prima. Así mismo, se escribieron los textos necesarios y se investigaron los demás atractivos turísticos de las rutas y sitios gastronómicos para poder describirlos y georeferenciarlos en Google maps junto con los talleres artesanales



recomendados. Una vez terminados los perfiles escritos de los artesanos, se grabaron para ser subidos a Spotify, para los podcasts del proyecto.

Actualmente se está a la espera de la aprobación de dos proyectos presentados a FONTUR con el apoyo del Viceministerio de Turismo para poder capacitar a los artesanos, y seguir haciendo difusión de esta nueva forma de viajar que se plantea en la que se pone de protagonista al artesano, su historia y su maestría en el oficio.

Se espera que, una vez traducidos los textos a inglés de las nuevas rutas, se suban a la plataforma web, y que en el marco de Expoartesanías 2022 se lancen las 4 nuevas rutas y se haga una gran divulgación del proyecto en general con las 16 rutas creadas.

6 y 7. PROGRAMA DE MODA Y JOYERÍA – Sistema Moda

En el programa de Moda y Joyería se busca visibilizar, incluir y fortalecer a las comunidades artesanas del país que poseen potencial y trayectoria en el desarrollo de productos del Sistema Moda.

Se promueven prácticas sostenibles bajo parámetros ambientales, sociales, económicos y culturales, buscando fortalecer la cadena de valor de las comunidades desde la sensibilización y el acompañamiento técnico, mitigando los impactos generados en la obtención de las materias primas, procesos de transformación, producción y comercialización.

Se propende por relaciones virtuosas entre artesanos, diseñadores y marcas de la industrial de la moda, incentivando el trabajo colaborativo y las alianzas estratégicas. También se fortalece la dinámica comercial de las comunidades bajo una oferta sustentable y perdurable en el tiempo.

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.

Para la consolidación del oficio artesanal como actividad sostenible y sustentable en las comunidades con vocación al sistema moda, son realizados 12 diagnósticos de oficio y 41 implementaciones en talleres relacionados con los componentes de diseño, producción y comercialización.

Se realizó la primera convocatoria nacional para colecciones capsula de la plataforma Moda Viva con la presencia de 14 diseñadores.

Se reporta al mes de septiembre un total de 1.717 beneficiarios en número de servicios ofertados así: 943 en la categoría de prendas, accesorios y bisutería, esto en 29 departamentos y 774 servicios en 24 departamentos con la categoría de joyería. La atención se ha generado en 203 municipios, apoyo en la participación de 3 eventos de moda a nivel nacional y 1 internacional, se ha reportado un total de \$71,5MM de ingresos a los artesanos a través del programa.

Así mismo en el marco del componente de diseño, producción y comercialización se han diseñado 200 referencias, entregado \$35MM de materias primas y herramientas, se han realizado 5 reconocimientos a maestros artesanos, ejecutado 302 actividades virtuales y presenciales, se han gestionado 3 alianzas y se ha logrado la participación de 15 marcas de diseño.

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 determinó el plan de acción nacional con las unidades productivas (UP) y grupos artesanales que iniciaron y continúan con la capacitación y asistencia para el mejoramiento de procesos productivos y técnicas, en los oficios de trabajo en madera, trabajo en totumo, coco y cacho, trabajo en cuero, y trabajo en tela, a septiembre se ha logrado fortalecer 277 UP de las 240 UP definidas para la vigencia, esto a través de las siguientes acciones:



Estrategia Mejoramiento Productivo

Oficio de trabajo en madera

Mejoramiento de procesos productivos

- ✓ Procesos productivos mejorados en la Región de Altiplano, Guainía, Arauca, Casanare, Meta, Cauca, Valle del Cauca, Nariño, Huila, Tolima y Caquetá.
 - Secado de madera
 - Acabados naturales e industriales con la implementación de insumos de bajo impacto ambiental
 - Mantenimiento de herramientas

Mejoramiento de técnicas

- ✓ Técnica de talla en madera mejorada en los departamentos Cundinamarca, Guainía y Casanare.
- ✓ Técnica en talla y carpintería básica en madera desarrolladas bajo el modelo metodológico de curso – taller de cualificación técnica, dirigidas a los artesanos de Bogotá y Cundinamarca, con intensidad de 36 y 48 horas respectivamente.

Oficio trabajo en totumo, coco y cacho

- ✓ Procesos productivos mejorados en Ciénaga y Pivijay (Magdalena), Yopal (Casanare), Armero (Tolima) y Neiva (Huila), Girardot (Cundinamarca) y Tubará (Bolívar)
 - Preparación y secado de materias primas
 - Acabados industriales base agua amigables con el medio ambiente y para productos en contacto con alimentos
 - Acabados industriales base agua, amigables con el medio ambiente en instrumentos musicales, en el municipio de San Jacinto (Bolívar).
 - Burilado

Herramientas implementadas

- ✓ Desarrollo de Kit de herramientas con especificaciones técnicas para el proceso de burilado en el oficio de trabajo en totumo para los departamentos de Magdalena, Tolima y Casanare.



Oficio trabajo en cuero

Mejoramiento de procesos productivos

- ✓ Mejoramiento de procesos productivos en Bogotá, Cundinamarca, Boyacá, Meta, Casanare, Arauca, Cauca, Valle del Cauca y Nariño.
 - Afilado y elaboración de la Cuchilla
 - Corte, pegue y costura
 - Acabados
- ✓ Mejoramiento en acabados y remates de productos en los oficios de cestería y tejeduría en los departamentos de La Guajira (Uribia), Bolívar (San Jacinto y Cascajal).
- ✓ Proceso de elaboración de moldes y perfeccionamiento de marroquinería manual, desarrollados bajo el modelo metodológico de curso – taller de cualificación técnica dirigidas a los artesanos de Bogotá y Cundinamarca, con intensidades de 32 horas y 72 horas

Oficio trabajo en tela

Mejoramiento procesos productivos

- ✓ *Mejoramiento del proceso de patronaje para la elaboración mantas en el departamento de la Guajira.*
 - Toma de medidas
 - Trazado de moldes
 - Tipos de escotes

Estrategia Negocios Verdes

El plan de Negocios Verdes tiene como objetivo principal definir los lineamientos y proporcionar herramientas para la planificación y toma de decisiones que permitan el desarrollo, fomento y promoción tanto de la oferta como de la demanda de los negocios verdes y sostenibles en el país, mediante el desarrollo de una plataforma adecuada de instrumentos, incentivos, coordinación y articulación institucional orientada al crecimiento económico, la generación de empleo y la conservación del capital natural de Colombia.



En el marco de estos lineamientos, Artesanías de Colombia dinamiza la estrategia fortaleciendo aquellos grupos y talleres que han consolidado su cadena de valor.

- ✓ 9 unidades productivas y/o grupos artesanales postuladas ante las ventanillas de negocios verdes de 5 Autoridades Ambientales del País: Establecimiento Público Ambiental, EPA Cartagena, Corporación Autónoma Regional del Atlántico CRA, CORPOBOYACÁ y Corporación Autónoma Regional del Sur de Bolívar CSB.
- ✓ Seguimiento a 19 unidades productivas y/o grupos artesanales postulados en el año 2021 ante 5 Corporaciones Autónomas Regionales del país: Cardique, CRA, Corpocaldas, Cortolima, CAM y CAR.
- ✓ Seguimiento a 10 unidades productivas y/o grupos artesanales en proceso de fortalecimiento de planes de mejora en el año 2021 ante 5 Corporaciones Autónomas Regionales del País: CVC, Corpocaldas, CAM, Carsucre y CAR.

Iniciativas Colectivas

En la *Perspectiva Clientes y Beneficiarios* se llevan a cabo iniciativas para el mejoramiento técnico - productivo de oficios tradicionales con dificultades o deficiencias productivas, a través de la implementación de actividades dirigidas a grupos artesanales, con el objeto de perfeccionar sus procesos productivos y la calidad del producto final. Entre las iniciativas colectivas priorizadas se destacan:

Mejoramiento técnico

- ✓ Se fortalece técnica y productivamente a 7 comunidades del Departamento de la Boyacá (Jenesano, Villa de Leyva, Samacá, Ramiriquí, Zetaquirá, Sachica y Otanche) en el marco del Proyecto Ocensa, a través de la asistencia técnicas en los módulos de diseño, producción y comercialización dedicadas principalmente a los oficios de cestería, tejeduría.
- ✓ Fortalecimiento de las comunidades Wayúu del departamento de la Guajira: Walerapo en Uribia, Kattolomana, en Manaure y Las Delicias en Riohacha, a través de la implementación de talleres de desarrollo humano (trabajo en equipo, liderazgo y emprendimiento), talleres de diseño (Identidad, color y línea colección) y asistencias técnicas individuales dirigidas a



mejorar la calidad del producto artesanal (mejoramiento de puntadas, disposición correcta de la iconografía, elaboración de cordón y acabados finales).

Como parte de los programas especiales, el **programa de Atención a Población Víctima y Vulnerable**, al mes de septiembre ha adelantado a grupos de mujeres artesanas de forma directa y a distancia en los departamentos de Cesar, Bolívar, Córdoba, Zona del Urabá Antioqueño, Choco, Valle del Cauca, Cauca, Nariño y en la ciudad de Bogotá. En esta cobertura se han acompañado a un total de 732 mujeres entre los meses de enero a septiembre de 2022. El total de beneficiarios del programa al corte del informe es de 895 artesanos, lo que corresponde a un avance del 99,44% de la meta de la vigencia, es decir 900 artesanos.

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 de 423 beneficiarios, de los cuales 316 se encuentran ubicados en los Departamentos focalizados para la actual vigencia: Bolívar, Córdoba, La Guajira, Guaviare, Magdalena, Putumayo, Risaralda, San Andrés, Sucre, Valle del Cauca, Vaupés, Vichada y Bogotá D.C, y 107 en Amazonas, Caquetá, Cauca, Choco, Guaina, Huila y Nariño, departamentos que no se encuentran priorizados desde el proyecto pero que fueron 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 10.811 beneficiarios (número de servicios), esto equivale a un avance del 78,3% de la meta correspondiente a 13.800 beneficiarios, meta ajustada durante el segundo trimestre, específicamente en el Programa de Atención a Grupos Étnicos, la cual pasó de 300 a 460 beneficiarios y en el Programa de Fortalecimiento de la actividad artesanal cuya



meta ascendió de 8.100 a 9.720 beneficiarios, esto derivado de las actividades que se llevan a cabo como producto de la Alianza con Colombia Productiva y el Ministerio de Comercio en el Programa de étnicos y los diferentes convenios y alianzas que apalancan proyectos en las regiones. De este total atendido el 77,9% son mujeres es decir 8.426 beneficiarias.

Como parte del objetivo orientado a rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal, se resalta durante el año las 48.982 visitas equivalente a 35.591 usuarios en la Biblioteca digital. Es de aclarar que en el mes de marzo se inició un diagnóstico para validar a que obedecía un incremento sin precedentes en el número de usuarios durante el primer trimestre, y que hacía ver muy por encima los avances sobre la meta de la vigencia

Producto del diagnóstico se reportaron las dificultades presentadas por el software en línea Google Analytics por la aparición de una variable de usuarios y visitas no reconocidas (identificadas como NOT SET por el mismo Software) que disparó las métricas a niveles inusuales.

Desde abril se empezó un análisis de este comportamiento y se hizo una propuesta de cálculo de cifras las cuales se pidieron ajustar en mayo para los meses de marzo y abril. Sin embargo, solo hasta el final de mayo se logró definir la forma de depuración de esta variable, de manera tal que refleje el comportamiento normal que había tenido la biblioteca hasta el momento. Por lo anterior, se aprovecha este informe para dar alcance a la información reportada en marzo aclarando lo sucedido y ajustando el reporte.

En ese mes el número de usuarios fue de 10.236 con un total de 12.708 visitas.

En cuanto las memorias de oficio, iniciativa institucional, con corte a septiembre se entregaron las primeras tres memorias a diagramación de los 8 oficios: Vidrio, Forja, Madera de Bogotá. Se logró hacer una memoria adicional con el apoyo del Programa APV y el cual se entregará en octubre.

Como parte del programa de Propiedad Intelectual en el transcurso del año 2022 se han adelantado 37 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, Antioquia (Carmen de Viboral), Magdalena



(Santa Marta: Kogui), César (Valledupar: Arhuacos y Kankuamos), Bolívar (Mompox), Buenaventura (Valle) y Vélez (Santander); estas de manera presencial y se han llevado a cabo algunas de manera virtual en Tolima, Huila, Magdalena, César, La Guajira, Nariño, Boyacá, Antioquia, Eje Cafetero, Orinoquia, Centro Occidente Bogotá, Cundinamarca, Bolívar, Atlántico, Boyacá, Santander y Norte de Santander.

Durante el último trimestre se adelantaron jornadas en la Escuela de artes u oficios, Bogotá y Cundinamarca, Córdoba- Sucre - (virtuales), Risaralda (Quinchía y Guatica), Popayán, Cali, Cartago, Cartagena, Paipa, Palermo, Arauca, Medellín (Expoartesano) y Saravena.

Al corte se han adelantado 89 radicaciones, así: 59 trámites de registros de marcas, 29 derechos de autor y 1 diseño industrial.

En el marco de este programa se han atendido 634 beneficiarios al mes de septiembre.

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





La perspectiva de **procesos internos**, cuenta con un **cumplimiento del 98,10%** de lo estimado para el trimestre. Durante Q3 se han estado ejecutando las actividades formuladas en los planes de acción, alineados con la planeación, de las políticas del MIPG aplicables a la entidad.

En el mes de mayo fueron recibidos los resultados de FURAG 2021 evidenciando un IDI para la entidad de 91,2 puntos, es decir un 107,8% de cumplimiento sobre la meta, la cual correspondía a nivel sectorial a 84,6% y a nivel entidad a 87,3% (diferencia que se debe a que en el PES la meta obedece al compromiso alineado al PND de crecer 10 puntos en el cuatrienio y la misma no ha sido ajustada; en el caso de la entidad y teniendo en cuenta que esa meta fue superada en la vigencia anterior, se tomó la decisión de subir la meta, manteniendo el resultado del año anterior).

Por otro lado, se realizó los días 9,10,11 y 12 de mayo la auditoria de renovación del certificado ISO 9001:2021 con ICONTEC logrando para el sistema de gestión de la entidad, la renovación del mismo por un periodo de tres años más, sin que se detectasen no conformidades para el sistema. De otro lado se estabilizó el sistema Isolución en su nueva versión logrando una gran adherencia y apropiación por parte de los funcionarios de la entidad.

Es importante indicar que durante el mes de julio y producto de las revisiones realizadas a los planes institucionales a Q2 y derivado de las recomendaciones realizadas por el DAFP resultado del análisis del FURAG a las diferentes políticas del MIPG, se aprobaron ajustes de metas, inclusión de tareas y ajustes de cronogramas en algunos de ellos planes acá mencionados.

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	REAL	ESTIMADO	Cumplimiento indicador a Q3	POLITICAS O PLANES	REAL	ESTIMADO	Cumplimiento
Fortalecer la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación	71,00%	72,50%	97,93%	Política de Planeación Institucional	71,0%	72,5%	97,9%
				Plan anticorrupción y de atención al ciudadano	56,0%	50,6%	100,0%
Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro).	64,34%	72,85%	88,32%	Política de Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	66,00%	83,20%	79,3%
				Política de Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público (Plan de gasto público)	67,00%	74,70%	89,7%
				Política de Defensa jurídica y del proceso de gestión legal	75,00%	74,00%	100,0%
				plan de trabajo para la implementación de la política de compras y contratación pública	75,00%	75,00%	100,0%
				Plan de Austeridad	67,40%	70,40%	95,7%
				Plan de activos fijos	55,80%	60,50%	92,2%
				Ejecutar el plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles	33,93%	69,00%	49,2%
				Plan de acción de la Coordinación de Gestión Administrativa	74,60%	76,00%	98,2%
Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano)	44,00%	45,80%	96,07%	Plan de acción (Estrategia) Participación ciudadana	41%	27%	100,0%
				Política de racionalización de trámites	15%	42%	36,0%
				Política de Servicio al ciudadano	76%	69%	100,0%
Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital"	59,22%	55,73%	100,00%	Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - PETI	64%	34%	100,0%
				Plan de tratamiento de Riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información	45%	59%	75,9%
				Plan de Seguridad y privacidad de la Información	59%	52%	100,0%
				Plan de Mantenimiento de Servicios Tecnológicos	69%	78%	89%
Fortalecer la dimensión de evaluación por resultados	83,00%	83,00%	100,00%	Política seguimiento y evaluación del desempeño institucional	83%	83%	100,0%
Fortalecer la dimensión de Información y Comunicación	73,70%	58,52%	100,00%	Política de Transparencia y acceso a la información pública y lucha contra la corrupción	83%	78,3%	100,0%
				Política de Gestión Documental	92%	52%	100%
				Plan Institucional de Archivos de la Entidad - PINAR	82%	60%	100%
				Plan de Conservación Documental	60%	57%	100%
				Plan de Preservación Digital	52%	45%	100%
Fortalecer la dimensión de Control interno	87,50%	83,50%	100,0%	Política de Control Interno	88%	84%	100,0%
Fortalecer la dimensión de Gestión Estratégica del Talento Humano	54,23%	62,24%	87,14%	Plan de la Ruta de la Felicidad	64%	68%	94,6%
				Cumplimiento del plan de incentivos (PA-2)	10%	20%	50,0%
				Plan trabajo del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo	54%	71%	76,2%
				Plan de trabajo de la ruta del calidad	83%	92%	90,2%
				Plan de trabajo de la ruta del crecimiento	37%	53%	70,1%
				Plan de trabajo de Gestión del Conocimiento e innovación	65%	46%	100,0%
				plan de la ruta de análisis de datos (PA-2)	68%	86%	79,2%
				Plan de trabajo del Código de Integridad	53%	62%	84,8%



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 \$ 4.257 MM, es decir un 46% de la meta, como recursos free press. Durante el año se ha logrado un total de 951 apariciones en medios, lo que es un 73% de avance (de una meta de 1.300) y se gestionaron 655 publicaciones es decir el 91% de avance sobre la meta de 716 (meta ajustada en el mes de julio la cual inicialmente había sido proyectada en 706).

Los planes orientados a fortalecer la comunicación interna, externa y digital fueron formulados durante el mes de enero y a Q3 cuentan con avances del: 71%, 97% y 78% respectivamente, lo que equivale a un cumplimiento por encima del 100% en promedio de lo estimado para el corte.

La perspectiva de **aprendizaje y desarrollo**, que alcanzó un **cumplimiento del 80,66%**, se operacionaliza a través de la ejecución de planes que dan alcance a las diferentes estrategias formuladas en el Pan Estratégico de Talento Humano, el cual cuenta con un avance del 53% a septiembre. Durante el mes de julio y producto de las revisiones realizadas a los planes institucionales, se aprobaron ajustes de metas, inclusión de tareas y ajustes de cronogramas en algunos de los planes acá mencionados.

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: 68% avance
- Plan de la ruta de la felicidad: 64% avance
- Plan del SGSST: 54% avance
- Plan de la ruta del crecimiento (PIC): 37% avance
- Plan de la ruta de la calidad: 83% avance
- Plan del código de integridad: 53% 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 7 convenios y 4 alianzas nacionales logrando así un monto por \$ 2.988,97 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
- La Alcaldía Municipal De Piedecuesta
- El Instituto Departamental de Cultura y Turismo IDECUT
- El Fondo Rotatorio del Ministerio de Relaciones Exteriores y El Departamento de Nariño

Y alianzas con:

Save The Children

Corporación para el Desarrollo de Caldas

FONTUR

Secretaria de Turismo, Cultura y Deporte de la Alcaldía De Uribe - La Guajira

Así mismo se cuenta con un total de 2 alianzas sin recursos y 23 convenios marco

En cuanto a la estrategia de cooperación internacional se ha logrado cofinanciación de recursos por un monto de: \$291,88MM producto de las alianzas con:



- Programa Colipri (Colombo Suizo) para asistir a la segunda parte de Cooperación COL COL en Barbosa y Vélez-Santander
- Alianza con Amy Koslow Gallery en Washington DC, para la compra de 18 productos de werregue a Crucelina Chocho
- Alianza con Iberartesanías: Acta 14 del Comité Virtual de marzo 2022, por USD35.750 del Fondo de Vulnerabilidad para la Reactivación Económica del Sector Artesanal y USD11.172 para Tiendas Virtuales
- COLIPRI: Suiza Invitación a AdC para una visita de las denominaciones de origen en Suiza
- Apoyos artesanos en transporte productos International Folk Art Market 2022
- Apoyo en tiquetes y alojamiento Oscar Granja – Barniz Pasto por 1era vez International Folk Art Market 2022
- Apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo - BID a mujeres étnicas para la participación en Expoartesano

En cuanto a patrocinios durante el primer semestre se han concretado 14 entidades para un total de 21 patrocinios, alcanzando un monto de \$775,6MM. Entre los aliados se destacan DAVIPLATA, Cámara de Comercio de Bogotá, Crepes & Waffles, Don Eloy, Ecopetrol, IDARTES, Juan Valdez, UniAndes, entre otros

Todo lo anterior ha permitido apalancar recursos por un total de \$4.056,4MM equivalente al 124,6% de la meta de la vigencia la cual corresponde a \$3.255,5 MM.

Frente al monitoreo de la ejecución presupuestal, con corte a junio se comprometió el 75,9% de la apropiación definitiva de la vigencia 2022 y se obligó el 58,2% (Esto corresponde al total de la vigencia: Transferencias). La meta en cuanto a transferencias para septiembre era del 56,86%

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.

6 Programas de eco-eficiencia y 32 actividades formuladas.



Avance programas de ecoeficiencia: Se han obtenido porcentajes de avances en 30 de las 32 actividades formuladas. El avance obtenido a M9 es del 84,3%.

Avance programa misional: 5 actividades formuladas. El avance obtenido para M9 es del 98%, con 100% de avance en la implementación de la acción orientada a la asesoría, acompañamiento y seguimiento a los trámites de legalidad.

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	100,00%	62,50%
Subgerencia de Promoción y generación de oportunidades comerciales	91,08%	51,03%
Subgerencia Administrativa y Financiera	84,96%	48,35%
Oficina Asesora de Planeación e Información	96,88%	56,60%
Oficina de Control Interno	100,00%	92,00%
Gerencia	100,00%	61,89%
PROMEDIO PLAN POR DEPENDENCIAS	95,49%	62,06%

PERSPECTIVA:



PERSPECTIVA	CUMPLIMIENTO	
	CUMPLIMIENTO	AVANCE
CLIENTES BENEFICIARIOS	94,33%	53,50%
PROCESOS INTERNOS	98,10%	68,51%
APRENDIZAJE Y DESARROLLO	80,66%	41,53%
SOSTENIBILIDAD FINANCIERA	100,00%	51,89%
COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE	100,00%	93,40%
PROMEDIO PLAN POR PERSPECTIVAS	94,62%	61,77%

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

SEMAFORIZACION CUMPLIMIENTO	
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado menor al 100%
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado igual al 100%
	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.									
Programa/proyecto o subproyecto	Actividades	Nombre Indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Meta actualizada 2022	Valor real Q3	Estimado Q3	Avance Q3	Cumplimiento Q3
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		11	11	50%	100%
	Beneficiar artesanos en el desarrollo de marca y catálogo	Artesanos beneficiados en el desarrollo de marca y catálogo (PA-2)	Trimestral	355		195	168	55%	100%
	Fortalecer las capacidades comerciales digitales de los artesanos, a través de capacitaciones	Artesanos beneficiados en capacitaciones comerciales digitales (PA-2)	Trimestral	126		0	20	0%	0,0%
	Presentar a los artesanos sobre la importancia de tener un sitio de la artesanía a partir de la feria y el oficio	Unidades artesanales asesoradas ubicadas en las rutas turísticas (PA-2)	Trimestral	424		276	276	65%	100,0%
	Realizar la puesta en marcha del mapa turístico artesanal	Rutas turísticas incluidas en el mapa (PA-2)	Anual	5			NA	0%	NA
Facilitar la participación en ferias regionales, nacionales e internacionales	Facilitar la participación en ferias regionales, nacionales e internacionales	Ferias regionales, nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	31	48	46	36	96%	100,0%
		Monto de ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	1175	1176	1847	1175	100,00%	100,00%
		Ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Semestral	2			NA	0%	NA
	Organizar ferias artesanales a nivel nacional en asocio con terceros	Ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Trimestral	14302		4502	2313	31%	100,0%
	Facilitar la participación en eventos y talleres de oficio	Eventos nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	15		11	10	73%	100,0%
		Talleres de oficio (PA-2)	Trimestral	15		9	12	60%	75,0%
	Facilitar negocios y oportunidades comerciales a los artesanos	Ingresos de los artesanos a través de oportunidades comerciales a los artesanos (PA-2)	Trimestral	6235	6802,8	3002	3001	44%	100,0%
Facilitar la participación en ruedas de negocios	Facilitar la participación en ruedas de negocios	Ruedas de negocios con participación de artesanos (PA-2)	Semestral	5			NA	20%	NA
		Ingresos por la participación en ruedas de negocios (PA-2)	Semestral	2105			NA	0%	NA
	Facilitar la participación de unidades productoras en ferias organizadas en asocio con terceros	Unidades artesanales participantes en ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Anual	760			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	500	577	400	100%	100,0%
	Facilitar la participación de unidades artesanales en oportunidades comerciales	Artesanos beneficiados con oportunidades comerciales (PA-2)	Mensual	335		207	250	62%	82,8%
	Beneficiar artesanos con la participación en mercados y ventas	Unidades artesanales participantes en la participación de mercados y ventas (PA-2)	Trimestral	4000		4237	3000	100%	100,0%
	Beneficiar artesanos con la participación en ruedas de negocios	Unidades artesanales participantes en ruedas de negocios (PA-2)	Semestral	525			NA	0%	NA
	Conectar ventas de artesanía a través de ferias y ventas institucionales	Ventas mensuales (PA-2)	Mensual	4400	2710	2560	2256	94%	100,0%
		Cientes institucionales para ventas nacionales (PA-2)	Mensual	91	72	52	47	72%	100,0%
	Facilitar negocios de artesanía colombiana a través de embajadas de Colombia en el mundo	Embajadas contactadas para generar negocios de artesanía (PA-2)	Anual	8		8	8	100%	100,0%
Fortalecer y ampliar canales comerciales de Artesanías de Colombia	Fortalecer la venta de artesanía a nivel internacional	Cientes internacionales (PA-2)	Trimestral	15	12	7	9	58%	77,8%
	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	1790		1140	1200	67%	95,0%
	Beneficiar artesanos con la comercialización a través de Artesanías de Colombia	Artesanos beneficiados por comercialización a través de ADC (PA-2)	Trimestral	450		275	220	61%	100,0%
	Diversificar la oferta de producto artesanal en los diferentes canales de comercialización y búsqueda de oportunidades comerciales	Nuevos productos comercializados (PA-2)	Trimestral	1538		229	100	15%	100,0%



El progreso es de todos

Mincomercio

OBJETIVO 2: Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías									
Programas/proyectos (Iniciativa)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Meta actualizada 2022	Valor real Q3	Estimado Q3	Avance Q3	Cumplimiento Q3
Concentrar 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		1	1	100%	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 2022	Meta actualizada 2022	Valor real Q3	Estimado Q3	Avance Q3	Cumplimiento Q3
Eleva la productividad y competitividad del sector artesanal	Apoyar iniciativas colectivas para el mejoramiento productivo y técnico	Emprendimientos artesanales fortalecidos (PA-2)	Semestral	43			NA	0%	NA
		Iniciativas colectivas apoyadas para el mejoramiento productivo y técnico, el fortalecimiento asociativo o la formalización, (PA-2)	Trimestral	8		9	7	100%	100,0%
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			NA	0%	NA
		Articulaciones con otras actividades pertenecientes a la economía naranja (PA-2)	Anual	7			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	9720	7973	6960	82%	100,0%
		Nuevos artesanos formados y fortalecidos en los eslabones de la cadena de valor (PA-2)	Mensual	3645	4374	4538	4110	100%	100,0%
		Aliados Regionales (PA-2)	Trimestral	33	35	39	32	100%	100,0%
Impulsar los Programas especiales	Beneficiarios atendidos Programa APV (PA-2)	Mensual	900		895	800	90%	100,0%	
	Beneficiarios atendidos grupos étnicos (PA-2)	Mensual	300	460	423	400	92%	100,0%	
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	Artisanos capacitados en habilidades empresariales (PA-2)	Semestral	2500	6954		NA	48%	NA
OBJETIVO 4: Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal									
Programas/proyectos (Iniciativa)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Meta actualizada 2022	Valor real Q3	Estimado Q3	Avance Q3	Cumplimiento Q3
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	5		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			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	12	32	24	24	75%	100,0%
		Nuevos registro de documentos institucionales históricos recuperados (PA-2)	Trimestral	1200		900	900	75%	100,0%
	Fortalecer la investigación sobre la actividad artesanal para respaldar la preservación del patrimonio cultural	Memorias de oficios (PA-2)	Semestral	8			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		89	80	74%	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			NA	0%	NA
		Tiempo de permanencia en consulta (PA-2)	Trimestral	1200			NA	NA	NA
	Número de Consultas de páginas de la Biblioteca Digital (PA-2)	Trimestral	130			89	95	68%	94%
CUMPLIMIENTO Q3 (CLIENTES BENEFICIARIOS)						94,33%			
AVANCE Q3 (CLIENTES BENEFICIARIOS)						53,50%			



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	Valor real Q3	Estimado Q3	Avance Q3	Cumplimiento Q3
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		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%	71,00%	72,50%	75%	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%	64,34%	72,85%	68%	88,32%
	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%	44,00%	45,80%	46%	96%
	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%	59,22%	55,73%	62%	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%	83%	83,00%	87%	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%	73,70%	58,52%	78%	100%
	Fortalecer la dimensión de Control interno	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "Control Interno" (PA-2)	Trimestral	95%	87,50%	83,50%	92%	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 2022	Valor real Q3	Estimado Q3	Avance Q3	Cumplimiento Q3
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%	92%	67,6%	97%	100%
	Fortalecer la comunicación al interior de la entidad	Cumplimiento del plan de comunicaciones internas (PA-2)	Trimestral	95%	67%	58,4%	71%	100%
	Fortalecer la comunicación digital y la comunidad social	Cumplimiento del plan de acción de estrategia digital (PA-2)	Trimestral	95%	74%	75%	78%	99%
CUMPLIMIENTO Q3 (PROCESOS INTERNOS)					98,10%			
AVANCE Q3 (PROCESOS INTERNOS)					68,51%			



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	Valor real Q3	Estimado Q3	Avance Q3	Cumplimiento Q3
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%	64%	68%	67%	95%
	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 reconociendo por logros sobresalientes	Cumplimiento del plan de incentivos (PA-2)	Trimestral	95%	10%	20%	11%	50%
	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%	54%	71%	57%	76%
		Implementación del Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo (PA-2)	Anual	98%			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%	83%	92%	87%	90%
		Participación de los funcionarios en procesos de capacitación (PA-2)	Anual	100%			0%	NA
		Participación de funcionarios involucrados en procesos de re inducción (PA-2)	Anual	90%			0%	NA
		Cumplimiento de la ruta de crecimiento (PA-2)	Trimestral	95%	37%	53%	39%	70%
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%	65%	46%	68%	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%	68%	86%	72%	79%
	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%	53%	62%	55%	85%
CUMPLIMIENTO Q3 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)				80,66%				
AVANCE Q3 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)				41,53%				



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	Meta ajustada	Valor real Q3	Estimado Q3	Avance Q3	Cumplimiento Q3
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		9	9	75%	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	Meta ajustada	Valor real Q3	Estimado Q3	Avance Q3	Cumplimiento Q3
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)	Trimestral	30		24	25	80%	100%
	Generar alianzas con industrias creativas dentro del marco de la economía naranja	Alianzas con industrias creativas (PA-2)	Anual	3			NA	0%	NA
	Gestionar la cooperación internacional	Aliados de cooperación internacional (PA-2)	Trimestral	8	10	7	7	70%	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	20	11	10	55%	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	Meta ajustada	Valor real Q3	Estimado Q3	Avance Q3	Cumplimiento Q3
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%			NA	30%	NA
CUMPLIMIENTO Q3 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)				100,00%					
AVANCE Q3 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)				51,74%					



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	Valor real Q3	Estimado Q3	Avance Q3	Cumplimiento Q3
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%	84%	74%	89%	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%	98%	80%	98%	100%
CUMPLIMIENTO Q3 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)				100%				
AVANCE Q3 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)				93,4%				