



**AVANCE Y CUMPLIMIENTO
PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL
PRIMER TRIMESTRE 2020**

A continuación, se muestran el avance y cumplimiento del plan de acción 2020, por perspectiva estratégica, con corte 31 de marzo de 2020. El plan general por perspectiva cuenta con un cumplimiento del **89,1%**, destacándose el cumplimiento de las perspectivas de **comunidad y medio ambiente** y **sostenibilidad financiera**, con un cumplimiento del 100%.

Frente a la perspectiva de **comunidad y medio ambiente**, la cual operacionaliza en el nuevo plan estratégico de la entidad dos objetivos estratégicos, cuenta con un cumplimiento del 100% de lo planeado para el primer trimestre. Las actividades desarrolladas en el marco de esta perspectiva, están organizadas en dos frentes de trabajo, el Plan de gestión ambiental en lo misional y el Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA).

En el primer frente de trabajo, se cuenta con avances en la elaboración del documento “estrategia para la promoción del comercio legal y leal de la artesanía”, compuesto por el marco conceptual alineado en la planeación estratégica misional de Artesanías de Colombia y un componente normativo aplicable al registro, aprovechamiento y comercialización de materias primas de origen natural. Se llevó a cabo mesa de trabajo con el equipo del Instituto Humbolt encargado del proceso de elaboración de las guías dirigidas a Corporaciones Autónomas Regionales y Usuarios para la futura puesta en marcha del decreto normativo aplicable para a no maderables, con el fin de conocer las experiencias, dificultades y recomendaciones de Artesanías de Colombia en relación al tema de legalidad de materias primas. Se trabaja en la elaboración de los mapas de materias primas empleadas en el sector artesanal, clasificados según el hábito de la especie vegetal (maderables, palmas, cañas, herbáceas, semillas, frutos, etc.), y origen animal o minero y el estado de conservación desde el enfoque científico (en peligro, casi amenazada y preocupación menor) y de acceso al recurso, con el fin de conocer el estado de presión del recurso y proyectar acciones concretas orientadas a su sostenibilidad.

Así mismo se desarrolló la propuesta para la implementación de una estrategia de repoblamiento de



paja mawisa o paja mulüu en la Alta Guajira, con el objeto de disminuir la presión de aprovechamiento en ecosistemas estratégicos. La propuesta incluye un plan de establecimiento y manejo para la especie asociado con cultivo transitorio de plátano, enriquecimiento de los suelos a partir de aporte orgánico producido en composteras e instalación de prototipo de atrapa niebla con el fin de tener acceso al agua.

En cuanto al segundo frente de trabajo, durante el primer trimestre de 2020 se formula el plan de acción PIGA 2020 y se ejecutan actividades como el registro y verificación del ahorro trimestral en el consumo de papel, el cual permite evidenciar una disminución a M3 del 35% con respecto al 1er trimestre del año anterior debido a la estrategia de reducción de entrega de resmas de papel a las diferentes oficinas; se realizó venta de bodega de muebles y equipos de cómputo considerados como obsoletos para el que hacer de la entidad, con el fin de darle una seguridad vida útil.

De acuerdo a la ley 1811 de 2016 por la cual se otorgan incentivos para promover el uso de la bicicleta en el territorio nacional y se modifica el código nacional de tránsito, se promovió el uso de la bicicleta y el día sin carro, se entregó refrigerios a los biciusuarios.

La perspectiva de **sostenibilidad financiera**, presentó un cumplimiento del 100%. Frente a la iniciativa orientada a fortalecer la gestión para la consecución de recursos de inversión para el sector artesanal, se ha iniciado el proceso de búsqueda de cooperantes, aliados y patrocinios. Al corte de este informe se concretó y firmó CONVENIO DE COOPERACIÓN No. ADC-2020-151 CELEBRADO ENTRE ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. Y ENEL GREEN POWER COLOMBIA SAS ESP. El monto de cofinanciación es de \$502,4 millones.

Esta iniciativa incluye la gestión de cooperación internacional, resultado de la misma a Q1 se concretó alianza con 4 entidades: 1. Proyecto USAID - Riqueza Natural 2. Ministerio de Cultura de Perú 3. Fundación Artesanías de Chile 4. Cancillería - Dirección de Asuntos Culturales.

Así mismo se adelantaron gestiones para la consecución de alianzas y patrocinios, identificando aliados potenciales, y dando inicio a reuniones de presentación de la entidad y las diferentes alternativas de negociación.



En cuanto a la iniciativa dirigida a monitorear la situación financiera y presupuestal de la entidad, se cuenta con los informes del primer trimestre. Al cierre de marzo se cuenta con un presupuesto (descontando el bloqueo) de \$22.830,6MM. Las obligaciones de la entidad han sido \$3.248,99MM, equivalente al 14,23% (Cumplimiento del 108% de la meta). Los compromisos acumulados ascienden a \$9.755,97MM, equivalentes al 42,73%. Esto corresponde a lo reflejado en la ejecución presupuestal de los recursos PGN, de inversión y funcionamiento (Transferencias).

Adicionalmente fue definido el plan de trabajo para aprovechar el activo fijo de la entidad con el fin de generar nuevas fuentes de ingresos.

En el marco de la perspectiva de **procesos internos**, se evidencia un cumplimiento del 92,7%, durante el primer trimestre se realizó la formulación del plan de acción para la vigencia y la actualización de las metas estratégicas y del plan estratégico, con base en los resultados del año anterior. Así mismo se actualizaron los planes institucionales alineados al plan de acción en el marco de la implementación y mantenimiento del MIPG. Adicionalmente se presentó el FURAG II, el cual fue concertado con los líderes de política y consolidado a través de mesas de trabajo participativas y en las que se dieron a conocer los soportes de cumplimiento.

Entre las actividades que se destacan al corte son: la revisión por parte de la Junta directiva y la Asamblea, del código de buen gobierno. Y los avances en los diferentes planes, destacándose los que se enmarcan en las dimensiones de direccionamiento estratégico y planeación, Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano), evaluación por resultados e Información y Comunicación, todas con cumplimiento sobre lo esperado del 100% o por encima del 100%. A continuación se anexa cuadro resumen de los planes institucionales y sus registros de avance y cumplimiento.



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



Debido a la contingencia derivada de la Pandemia por COVID-19, en el marco de la dimensión que incluye acciones de la ventanilla hacia afuera, se tuvo la necesidad de implementar actividades que permitieran la continuidad en la prestación de los servicios y el mantenimiento adecuado de los canales de atención. Es así que durante el mes de marzo, la validación de canales se realizó de manera anticipada a lo planeado, realizando además ajustes, de manera prioritaria y otros urgentes, para poder continuar con la atención. En cuanto al canal presencial, es el único que no ha podido fortalecerse en la práctica, pero fue analizado, se entregó protocolo de atención a la nueva recepcionista de la entidad y se validaron acciones concretas de atención. No se ha podido evaluar teniendo en cuenta que la sede y las tiendas promocionales se encuentran cerradas. Canal telefónico: Se realizaron ajustes al libreto del PBX, teniendo en cuenta los cambios que se realizaron internamente, para garantizar la continua atención en medio de la contingencia. La línea se configuró para que la recepcionista de la entidad, pueda contestar todas las llamadas, incluidas las de la línea 01800, se ajustó técnicamente por parte de los proveedores (ETB y Movistar) y desde su casa, se está recibiendo y comunicando a los colaboradores respectivos, la información de llamadas. Canales virtuales: Son los que más se fortalecieron en el marco de la emergencia. Así mismo las redes sociales han sido en gran manera el mayor canal de comunicación con los artesanos y la ciudadanía en general. Se ha iniciado la implementación de la atención virtualizada. Logrando realizar a través de webinar y otros mecanismos, talleres, capacitaciones etc. Se ha fortalecido, la sensibilización y socialización en cuanto a estos canales (telefónico y virtual), en cuanto protocolos, lenguaje claro; ya que en este momento son los más usados.

Como parte de esta perspectiva se destaca el avance y resultado de los planes de comunicación interna, externa y digital, orientados a potenciar las actividades de promoción, comunicación y visibilización de la actividad artesanal y la gestión institucional. Resultado de esta intervención en medios, se logró al corte un monto de \$184 millones de free press. Esto a través de la publicación de 13 boletines de prensa, 72 apariciones en medios y la definición de estrategias de promoción de programas como Etnias, APV y Moda y Joyería.

Como parte de la iniciativa de comunicación digital se destaca la publicación de 15 notas en el portal web, así mismo se realizó el envío de 38 campañas de mail marketing, incluidas el remarketing, las cuales tuvieron como objetivo visibilizar la gestión de la entidad, divulgar las diferentes convocatorias



y garantizar las inscripciones y participación en los eventos dirigidos a los artesanos, y apoyar la promoción comercial para generar venta y destacar fechas especiales, como el día de la mujer y el día del artesano. De estas campañas, se identifica que el mayor interés de los usuarios en cuanto a la información que brinda la entidad, corresponde a las diferentes convocatorias realizadas en el trimestre, como la de la feria Expoartesanías y la de los Laboratorios de Innovación y Diseño.

En lo corrido del trimestre se destaca que la entidad ganó un total de 864 nuevos seguidores. Entre otros resultados se encuentra: la atención de 1574 mensajes recibidos a través de las redes sociales y buzones de contáctenos. Así mismo, gestión de 1657 comentarios y 45.182 likes y 496 solicitudes de servicios en línea del portal (Directorio, clasificados, cotizaciones y asesorías).

En cuanto la perspectiva de **Aprendizaje y Desarrollo** la cual alcanzó un 91,4% de cumplimiento, está orientada a mejorar la calidad de vida laboral, propiciar el desarrollo y crecimiento profesional de los funcionarios de la entidad y a promover la transformación de la cultura organizacional de la entidad por esto ha formulado los planes institucionales en el marco de la ruta de la felicidad, el crecimiento, la calidad, el plan de cultura y el de seguridad y salud en el trabajo.

Estos planes se formularon usando como insumo los lineamientos establecidos en el MIPG, los resultados de la vigencia anterior, de la medición de ambiente laboral realizada en 2019, los resultados de los exámenes ocupacionales, las experiencias exitosas realizada en MinCIT y los diferentes beneficios que ofrece el DAFP para los servidores públicos a nivel nacional.

A Q1 se destacan actividades como: Plan de la Ruta de la felicidad, Dentro de las fechas especiales conmemoradas en el primer trimestre, se resaltan las siguientes: - Cumpleaños: Se hizo reconocimiento a los funcionarios que cumplían en este periodo mediante la Intranet y se entregó un pequeño detalle. - Día de la mujer: Mediante una publicación en la intranet se realizó un reconocimiento en este día. Adicionalmente, la Gerencia General, otorgó la tarde del viernes 6 de marzo, para que las funcionarias disfrutaran y celebraran esta fecha especial. - Día del hombre: Se realizó reconocimiento a los caballeros de la entidad.

Durante el mes de febrero se adelantaron las gestiones para convocar a diferentes empresas que



ofrecen productos de alimentación saludable. Como resultado de esta gestión se confirmó la participación de 17 empresas, de las 50 contactadas, para que acudiera a las instalaciones de la entidad el 20 de marzo y comercializaran sus artículos; debido a la emergencia sanitaria ocasionada por el COVID 19, esta actividad se aplazó y se retomará una vez se haya superado la etapa de confinamiento y aislamiento social.

A través de la Circular 87 del 9 de marzo de 2020, denominada "Seguimos construyendo un mejor lugar para trabajar", emitida por la Gerencia General, se les comunicó a los funcionarios de la entidad que, de acuerdo con lo establecido en la Ley 1857 de 2017, pueden disfrutar de un día libre, durante el primer semestre para ser compartido con sus familias. Durante el primer trimestre ningún funcionario lo solicitó.

En cuanto a Seguridad y Salud en el trabajo, Con el fin de verificar el cumplimiento de la implementación del SGSST, de acuerdo con los requisitos del Decreto 1072 de 2015, Resolución 1111 del 2019 y resolución 0312 de 2019, se realizó la evaluación inicial o la autoevaluación. la cual contempla 61 estándares. Como producto de esta evaluación, se obtuvo un porcentaje de cumplimiento del 98%. El día 11 de febrero de 2020 se adelantó reunión con la ARL Positiva; como producto de esta reunión se formuló el plan de reinversión, el cual incluye el acompañamiento en los simulacros que programe la entidad, entrenamiento en pista para los brigadista y celebración de día de la salud. Durante el mes de marzo se realizan inspecciones en áreas y puestos de trabajo, como producto de estas inspecciones se evidenciaron la falta de orden y aseo, ubicación de elementos inadecuadamente, falta de almacenamiento y anclaje de archivadores.

En el marco de la ruta del crecimiento, en el primer trimestre, se inició el programa de formación en segunda lengua, en coordinación con el SENA. Inicialmente, este proceso se realizaba de forma presencial, sin embargo, teniendo en cuenta la emergencia presentado por el COVID 19, se está desarrollando de forma virtual, a través de la herramienta de google: classroom. En el mes de febrero se realizó inducción a los contratistas que ingresaron en este periodo, la misma fue dirigida por la profesional de la Oficina Asesora de Planeación e Información. En marzo se envió la cartilla de inducción y el video de seguridad y salud en el trabajo y un cuestionario que permite evaluar los conocimientos adquiridos. Por otro lado, se llevó a cabo la convocatoria de las capacitaciones



técnicas específicas; para esta oportunidad se recibió un total de 3 inscritos, para acceder al beneficio del fondo del ICETEX y 1 para capacitación técnica en medios magnéticos.

Resultado del plan de la ruta de la calidad, a través de la Circular 87 de 2020, denominada "Seguimos construyendo un mejor lugar para trabajar" y la Resolución 84 de 2020, se realizó la convocatoria de Teletrabajo y se definió el formulario para la inscripción a esta modalidad. Con corte a 20 de marzo de 2020, fecha máxima establecida para realizar las inscripciones, se recibió la solicitud de 6 trabajadores.

Para concluir, se presentan los resultados de las iniciativas incluidas en la perspectiva de **Ciente y Beneficiario**, la cual alcanzó un cumplimiento del 81,1%. Se destaca de las actividades realizadas en Q1 aquellas relacionadas con el objetivo de contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales, como: Apoyo en la organización del Tercer Carnaval Artesano Pasto 2020, ubicada en la Casona Taminango en Pasto en el marco del Carnaval de Negros y Blancos 2020, se realizó del 3 al 7 de enero, contó con la participación de 60 expositores, alcanzado ventas por 303 millones de pesos. Se facilitó la participación de 17 artesanos en la Feria Artesanal de Manizales 2020 que se realiza del 3 al 13 de enero en Manizales Caldas, se estructuró un espacio definido Pabellón Caldas con la participación de 16 municipios con una muestra artesanal de artesanía, bocados agro-industriales y turismo del departamento, alcanzado ventas por \$128 millones de pesos. Por otro lado, del 3 al 12 enero en las instalaciones del Centro de Convenciones Julio Cesar Turbay Ayala de Cartagena, se realizó la feria artesanal Farex 2020, con la participación de 10 artesanos apoyados por Artesanías de Colombia, alcanzando ventas por valor de \$59 millones de pesos.

En el mes de febrero se participó en la Feria Expomalocas 2020 realizada del 30 de enero al 2 de febrero de 2020, feria multisectorial que reúne la agroindustria, el turismo y la artesanía de la Orinoquía Colombiana en un mismo espacio, contó con más de 170 expositores. Del 26 al 28 de febrero, Artesanías de Colombia participó en la feria ANATO con una exhibición comercial de piezas representativas del territorio nacional. Gracias a la cesión del espacio y otorgado por los organizadores de la feria, la artesanía hizo presencia en el stand 1512, ubicado en el gran salón "Óscar Pérez Gutiérrez" de Corferias. Durante el mes de marzo no se participó en ferias regionales,



nacionales o internacionales.

De igual manera, se participó en dos eventos: Visita Davos y Visita damas americanas. Esto para un total de 7 espacios de promoción y comercialización de la artesanía colombiana, con participación de artesanos acompañados por la entidad.

Resultado de esta gestión a 31 de marzo de 2020 se han beneficiado con la participación en ferias regionales a 81 artesanos de 19 Departamentos Amazonas, Antioquia, Atlántico, Bogotá, Bolívar, Caquetá, Cesar, Choco, Córdoba, Guainía, Guajira, Magdalena, Meta, Nariño, Putumayo, Risaralda, Sucre, Valle del Cauca y Vaupés.

Así mismo producto de la iniciativa orientada a inversión en producto artesanal, con corte marzo se compró producto artesanal a 189 proveedores de artesanías ubicados en 24 departamentos del país; esto para un avance del 27% de la meta de beneficiarios. El monto de la inversión en producto artesanal fue de \$580.231.938. Así mismo se reportaron ventas a través de las vitrinas y el canal institucional por un monto de \$881,5 millones, es decir un 17% de avance sobre la meta correspondiente a \$5.288 millones.

Producto de la atención en el marco de los laboratorios de Innovación y Diseño, el Programa APV y etnias y las diferentes iniciativas de Promoción, al corte se ha logrado la atención de 588 beneficiarios (número de servicios), es decir un 4,8% de avance de la meta, la cual es de 9.715 beneficiarios (número de servicios).

Como enfoque importante para el cuatrienio, se encuentra la articulación con otras actividades pertenecientes a la economía naranja, para la vigencia se definió continuar la articulación con las 3 industrias creativas de la vigencia anterior: Diseño. Arte, arquitectura. Para esta vigencia se fortalecerá el trabajo de articulación: Moda y Joyería. A Q1 se evidencia: Diseño: Se culminó la contratación de los equipos locales de diseño para los laboratorios y el equipo de diseñadores líderes. Se estructuró el cronograma de actividades mes. Arte: Se realizó el proceso contractual del asesor quien presentó su plan de trabajo. Arquitectura: Organización y producción del sistema de exhibición (marcos y soportes), en los cuales se exhibirán las muestras desarrolladas. Se realiza análisis de la presentación y montaje para registro fotográfico, el cual se realizará con la asesora Mónica



Barreneche. Moda y Joyería: Se iniciarán los procesos de articulación durante el segundo trimestre

En cuanto a las acciones enmarcadas en Propiedad Intelectual al corte se realizaron 2 jornadas de fortalecimiento a la protección del sector artesanal y se radicaron 28 trámites de registro de marcas.

Es importante informar, que previo al cierre del trimestre se tuvo que realizar un ajuste prioritario a la estrategia institucional, debido a las consecuencias de la pandemia por covid-19. En el mes de marzo conforme a la Resolución 385 del 12 de marzo de 2020 del Ministerio de Salud y Protección Social, mediante la cual se declara la emergencia sanitaria por causa del Coronavirus y se adoptaron medidas para hacer frente al virus, y el compromiso de Artesanías de Colombia con los artesanos y el país, y con miras a reducir las posibilidades de contagio, se decidió suspender las actividades con la comunidad por un periodo prudencial, por lo cual se reprogramarán las mismas y se ajustarán indicadores y metas.

Se inició la planificación de acciones de contingencia en los territorios para enfrentar la problemática de la pandemia y la cuarentena nacional y las afectaciones a las comunidades artesanales. Se elaboró un sondeo de necesidades primarias a través de un formulario en línea para que artesanos y comunidades permitieran conocer la situación. De igual forma, los equipos regionales (articuladores y enlaces) iniciaron una matriz con las diferentes ofertas de ayuda en cada región y una consolidación de los programas de apoyo. De igual forma se está desarrollando la estrategia para establecer canales de comunicación a corto mediano y largo plazo con los artesanos y poder brindar las capacitaciones y talleres de manera virtual mientras pasa la emergencia.

Parte de las iniciativas del año es la creación de nuevos productos innovadores. Frente a esta, Se culminó la contratación de los equipos locales de diseño para los laboratorios y el equipo de diseñadores líderes. Se estructuró el cronograma de actividades mes. Sin embargo, frente a la situación de cuarentena, con la emergencia, se ajustó la matriz de diseño, en la cual se establecieron tres estrategias de corto, mediano y largo plazo, en la que la realización de un inventario nacional de productos en stock para dinamizar las ventas inmediatas de las comunidades, la generación de nuevos contenidos (entre ellos videos con mensajes de las comunidades) y la virtualización de actividades, han sido actividades definidas a desarrollar en el corto plazo



Ser iniciaran los trámites correspondientes para ajustar metas sectoriales e institucionales, a partir del mes de mayo.

COMPORTAMIENTO PLAN DE ACCIÓN POR AREAS Y PERSPECTIVAS

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

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

ÁREA

AREA	CUMPLIMIENTO
Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal	69,3%
Subgerencia de Promoción y generación de oportunidades comerciales	57,4%
Subgerencia Administrativa y Financiera	94,5%
Oficina Asesora de Planeación e Información	88,2%
Oficina de Control Interno	85,2%
Gerencia	92,0%
PROMEDIO PLAN POR ÁREAS	81,1%




PERSPECTIVA:





CUMPLIMIENTO Q1 (CLIENTES BENEFICIARIOS)	61,4%
CUMPLIMIENTO Q1 (PROCESOS INTERNOS)	92,7%
CUMPLIMIENTO Q1 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)	91,4%
CUMPLIMIENTO Q1 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)	100,0%
CUMPLIMIENTO Q1 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)	100,0%
PROMEDIO PLAN POR PERSPECTIVAS	89,1%



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

A continuación, se presenta un cuadro comparativo entre la meta del año, el estimado trimestral, las tolerancias establecidas y el resultado obtenido con cierre a Q1. 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	
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado menor al 79 %
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado entre 80% y el 99%
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado igual a 100%
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado mayor a 100%



1. CLIENTE BENEFICIARIO

OBJETIVO 1: Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.								
Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2020	Tolerancia superior	Tolerancia Inferior	Valor real Q1	Estimado Q1	Cumplimiento Q1
Fortalecer vitrinas artesanales con la exhibición de producto artesanal	Vitrinas de artesanos asesoradas en exhibición de producto (PA-2)	Trimestral	39	40	38	0	6	0%
Beneficiar artesanos con la intervención en las vitrinas artesanales	Artesanos beneficiados de establecimientos intervenidos en la mejora de sus espacios de venta directa (PA-2)	Trimestral	298	308	288	0	27	0%
Sensibilizar a los artesanos sobre la importancia de transmitir al turista el valor de la artesanía a partir de la técnica y el oficio	Unidades artesanales asesoradas ubicadas en las rutas turísticas (PA-2)	Trimestral	410	420	400	0	40	0%
Aumentar la participación en ferias regionales, nacionales e internacionales	Ferias regionales, nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	33	38	29	5	4	100%
	Monto de ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	1884	1910	1840	496	490	100%
Aumentar la realización de eventos y talleres de oficio	Eventos nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	39	40	38	2	4	50%
	Talleres de oficio (PA-2)	Trimestral	19	20	18	0	1	0%
Facilitar negocios y oportunidades comerciales a los artesanos	Ingresos de los artesanos a través de oportunidades comerciales a los artesanos (PA-2)	Trimestral	3050	3150	2950	0	37	0%
Beneficiar artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales	Artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	308	318	300	81	79	100%
Concretar ventas de artesanía a través de vitrinas y ventas institucionales	Ventas mensuales (PA-2)	Mensual	5288	5388	5188	881	1040	85%
	Nuevos Clientes Institucionales para ventas nacionales e internacionales (PA-2)	Mensual	93	95	90	28	28	100%
Incrementar la venta de artesanía a nivel internacional	Clientes internacionales (PA-2)	Trimestral	24	25	23	5	6	83%
Incrementar los ingresos de los artesanos por comercialización a través de Artesanías de Colombia	Ingresos de los artesanos por comercialización a través de ADC (PA-2)	Mensual	3067	3183	2995	446	306	100%
Incrementar los artesanos beneficiarios por comercialización a través de Artesanías de Colombia	Artesanos beneficiados por comercialización a través de ADC (PA-2)	Trimestral	702	715	694	189	221	86%



OBJETIVO 3: Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional

Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2020	Tolerancia superior	Tolerancia Inferior	Valor real	Estimado	Cumplimiento
Vincular a nuevos artesanos a los laboratorios de innovación y diseño y programas especiales	Nuevos Artesanos formados y fortalecidos en los eslabones de la cadena de valor (PA-2)	Mensual	2100	2150	2050	74	114	65%
Impulsar los programas especiales	Beneficiarios atendidos grupos etnicos (PA-2)	Mensual	360	370	350	0	90	0%
	Beneficiarios atendidos programa APV (PA-2)	Mensual	900	1000	800	29	144	20%

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

Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2020	Tolerancia superior	Tolerancia Inferior	Valor real	Estimado	Cumplimiento
Recopilar el conocimiento que se obtenga de los pueblos artesanales	Nuevos registros de informes proyectos misionales (PA-2)	Trimestral	12	15	10	4	2	100%
	Nuevos registro de documentos institucionales históricos recuperados (PA-2)	Trimestral	1000	1200	800	300	200	100%
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	320	340	300	28	20	100%
Divulgar el conocimiento cultural, social y económico que se obtenga de los pueblos artesanales	Tiempo de permanencia en consulta (PA-2)	Trimestral	1000	1100	900	218	200	100%

CUMPLIMIENTO Q1 (CLIENTES BENEFICIARIOS)

61,4%



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 2020	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real Q1	Estimado Q1	Cumplimiento Q1
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	Trimestral	95	100	90	46	41	100%
	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	90	19	20	91%
	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	90	17	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	90	18	27	67%
	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	90	33	31	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	90	14	8	100%
	Fortalecer la dimensión de Control interno	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "Control interno" (PA-2)	Trimestral	95	100	90	23	27	85%
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 2020	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real Q1	Estimado Q1	Cumplimiento Q1
Potenciar las actividades de promoción, comunicación y visibilización de la actividad artesanal y la gestión institucional	Realizar mayor divulgación de información de la entidad a través de medios locales, regionales y nacionales	Cumplimiento del plan de comunicaciones externas (PA-2)	Trimestral	95	100	90	26	17	100%
	Fortalecer la comunicación al interior de la entidad	Cumplimiento del plan de comunicaciones internas (PA-2)	Trimestral	95	100	90	21	25	84%
	Fortalecer la comunicación digital y la comunidad social	Cumplimiento del plan de acción de estrategia digital (PA-2)	Trimestral	95	100	90	19	18	100%

CUMPLIMIENTO Q1 (PROCESOS INTERNOS)

92,7%



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 2020	Tolerancia superior	Tolerancia Inferior	Valor real	Estimado	Cumplimiento	
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	12	14	86%	
	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	12	12	100%	
Propiciar el desarrollo y crecimiento profesional de los funcionarios de la entidad	Fortalecer la implementación de la estrategia integral de la ruta del crecimiento	Cumplimiento del plan de trabajo de la Ruta de la Calidad (PA-2)	Trimestral	95	100	90	15,7	27	58%	
		Cumplimiento de la ruta de crecimiento (PA-2)	Trimestral	95	100	90	5,95	3	100%	
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	23	24	96%	
		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	1	0	100%
			Cumplimiento del plan de cultura organizacional (PA-2)	Trimestral	95	100	90	1	1	100%

CUMPLIMIENTO Q1 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)

91,4%



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 2020	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real	Estimado	Cumplimiento
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	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 2020	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real	Estimado	Cumplimiento
Fortalecer la gestión para la consecución de recursos de inversión para el sector artesanal	Gestionar la cooperación internacional	Aliados de cooperación internacional (PA-2)	Trimestral	16	18	14	4	3	100%
	Gestionar recursos a través de la cofinanciación de iniciativas, con organizaciones del orden nacional y/o	Convenios y/o alianzas con organizaciones y/o entes territoriales (PA-2)	Trimestral	20	22	18	1	0	100%
OBJETIVO 10: Implementar estrategias para generar ingresos que contribuyan a la sostenibilidad de la operación de Artesanías de Colombia									
programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2020	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real	Estimado	Cumplimiento
Identificar nuevas alternativas de generación de ingresos	Aprovechar el activo fijo de la entidad para generar nuevas fuentes de ingresos	Plan de aprovechamiento para generación de nuevas fuentes de ingresos presentado (PA-2)	Anual	95	100	90	22	22	100%

CUMPLIMIENTO Q3 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)

100%



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 2020	Tolerancia superior	Tolerancia Inferior	Valor real Q1	Estimado Q1	Cumplimiento Q1
Gestionar los impactos ambientales de la operación de ADC	Fortalecer el programa de plan institucional de gestión ambiental PIGA	Nivel de cumplimiento del Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA) (PA-2)	Trimestral	95	100	90	6	6	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	30	20	100%

CUMPLIMIENTO Q3 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)

100%