



AVANCE Y CUMPLIMIENTO PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL TERCER TRIMESTRE 2020

A continuación, se muestran el avance y cumplimiento del plan de acción 2020, por perspectiva estratégica, con corte 30 de septiembre de 2020. El plan general por perspectiva cuenta con un cumplimiento del **85,10%**, destacándose el cumplimiento de las perspectivas de **comunidad y medio ambiente** y **procesos internos**, con un cumplimiento del **100% y 93,9%**, respectivamente.

Frente a la perspectiva de **comunidad y medio ambiente**, la cual operacionaliza dos objetivos estratégicos, cuenta con un cumplimiento del 100% de lo planeado para este 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 destaca:

Iniciativas para el manejo adecuado de las materias primas

Dentro de las acciones adelantadas para el conocimiento, preservación, promoción y uso sostenible de las especies vegetales utilizadas en la artesanía y de los oficios artesanales están:

Caracterización de especies

La caracterización se entiende como la identificación botánica o dendrológica de la especie utilizada por los artesanos en su actividad, junto con la información biológica y ecológica de la misma que se encuentre disponible en fuentes de información secundaria y la que se pueda recolectar en campo.

- ✓ En el 2020 se realizó la caracterización detallada de la especie *Philodendron longirrhizum* "Bejuco Tripeperro", materia prima empleada en el oficio de cestería en el municipio de Filandia, Quindío, que incluye la identificación de los requisitos de manejo legal para su aprovechamiento por parte de la Corporación Autónoma Regional del Quindío (CRQ), todo esto con el fin avanzar en trámites de legalidad.
- ✓ Asimismo, con el objeto de rescatar y promover su asociación potencial con cultivos de especies vegetales empleadas en la elaboración de productos artesanales, cultivos transitorios y de pan



coger y generar alternativas de auto- sustento, se realiza el levantamiento y consolidado de las especies de plantas reportadas para uso medicinal tradicional a nivel nacional.

Estrategia para el repoblamiento de especies vegetales empleadas en el sector artesanal.

- ✓ Diseño de estrategia de repoblamiento de paja mawisa o paja mulüu en la Alta Guajira, con el objeto de facilitar el acceso al recurso natural sin generar presión de aprovechamiento en ecosistemas estratégicos. Esta propuesta permitió diseñar las siguientes estrategias:
 - Asociación de la especie vegetal con cultivo transitorio de plátano.
 - Enriquecimiento los suelos a partir de aporte orgánico producido en composteras.
 - Modelo de prototipo de atrapa niebla con el fin de tener acceder al agua.

- ✓ Desarrollo de una estrategia de repoblamiento de iraca en el municipio de San Juan de Nepomuceno - Bolivar, y Coloso – Sucre, en el marco del Proyecto “Aprovechamiento sostenible de la Palma de Iraca y otros maderables utilizados para la elaboración de artesanías como alternativa económica para la conservación del Bosque Seco Tropical en los municipios de Coloso (Sucre) y San Juan Nepomuceno (Bolívar), en Convenio con Riqueza Natural:
 - Identificación de actores de la cadena productiva
 - Identificación de áreas productora
 - Levantamiento de datos de oferta y demanda de la especie
 - Propuesta de diseño de establecimiento de la especie

Desarrollo de material pedagógico y socialización de información de interés para promover el comercio legal de las materias primas empleadas en el sector artesanal.

- ✓ Actualización de los contenidos de la cartilla de trámites ambientales, necesarios para el comercio legal de productos provenientes de flora silvestre y cultivada., de acuerdo a lo establecido en el Decreto Único reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible (Decreto 1076 de 2015).
- ✓ Publicación en la página web de Artesanías de Colombia de capsula informativa sobre la compra y comercialización de madera legal que establece las exigencias y soportes que se deben tener en cuenta para comercializar y comprar madera legal.



- ✓ Consolidación de la información proporcionada por 19 Corporaciones Autónomas Regionales relacionada con el listado de los proveedores legales de madera (empresas forestales), ubicados en sus jurisdicciones, que cuentan con el registro del libro de operaciones y que cumplen con las obligaciones del mismo.
- ✓ Identificación de las especies vegetales vedadas y con restricción de aprovechamiento a nivel nacional y regional de acuerdo a los lineamientos establecidos por 19 Corporaciones Autónomas Regionales.

En cuanto al segundo frente de trabajo a M9 Se han obtenido porcentajes de avances en 28 de las 32 actividades formuladas, en los seis (6) programas de ecoeficiencia: Uso eficiente del agua, uso eficiente de la energía, uso eficiente del papel, gestión integral de residuos, consumo sostenible e implementación de prácticas sostenibles, entre los cuales se destacan los siguientes resultados para el año 2020:

- ✓ Artesanías de Colombia cuenta con un 97% de implementación de sistemas de bajo consumo de agua en toda la entidad.
- ✓ La entidad cuenta con un 100% de implementación de fuentes lumínicas de la más alta eficacia.
- ✓ Adecuación de locales de almacenamiento de residuos no aprovechables, aprovechables y peligrosos de acuerdo a la normatividad, en las sedes de la entidad.
- ✓ Gestión adecuada de los residuos generados en la entidad:
Entrega de 1800Kg de material aprovechable a la Asociación Ecoalianza Estratégica de Recicladores con quienes se renovó el acuerdo de corresponsabilidad hasta el año 2022.
- ✓ Artesanías de Colombia verifica el cumplimiento normativo ambiental por parte de los terceros contratados por la entidad a través de la inclusión de cláusulas ambientales. Es así como en 2020, a través del programa Consumo Sostenible se incluyen cláusulas ambientales a contratos priorizados y a las guías de invitación: invitación abierta para la compra de herramienta y elementos de ferretería y los contratos de compra de metales y contrato de suministro de consumibles de impresión y elementos de papelería.
- ✓ Jornadas de sensibilización permanente al interior de la entidad en temáticas de interés ambiental, a través de comunicaciones internas:



- Campaña “cuidemos juntos el planeta desde casa”, orientada a la correcta separación de residuos generados en el hogar.
 - Uso racional y eficiente del agua y la energía eléctrica.
- ✓ Desarrollo de la semana ambiental virtual llevada a cabo del 21 al 27 de septiembre, con el propósito de concientizar al equipo interno de la entidad, de las problemáticas ambientales existente y promover acciones pedagógicas que incidan en el mejoramiento de las relaciones entre los seres humanos y su entorno:
- Socialización de directorio de gestores de residuos generados en el hogar
 - Realización de charla para la adecuada separación en la fuente llevada a cabo por la asociación de recicladores.
 - Difusión de contenidos para el uso responsable de elemento desechables, conducción sostenible y cambio climático.
 - Socialización de recorridos ecológicos a realizar en Bogotá
 - Promoción de la 1era feria virtual de negocios verdes de la CAR realizada el 26 y 27 de septiembre.

Actualmente, Artesanías de Colombia adelanta el proceso de concertación con la Secretaria Distrital de Ambiente para el periodo comprendido entre 2020 y 2024, conforme a la estructura establecida en la resolución 242 de 2014, por la cual se establecen los lineamientos para la Formulación, Concertación, Implementación, Evaluación, Control y Seguimiento Ambiental de los Planes Institucionales de Gestión Ambiental PIGA.

En el marco de la perspectiva de **procesos internos**, se evidencia un cumplimiento del 93,9%.

Se destacan como grandes acciones en este objetivo, las actividades orientadas a continuar la implementación de la versión 2 del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), cuyas metas se han planteado conforme la calificación obtenida en el FURAG. La entidad se encuentra ejecutando los planes de trabajo de cada política y los demás planes alineados a la planeación conforme lo estableció el decreto 612 de 2018.



AGRUPACIÓN ADC INDICADORES PLAN DE ACCIÓN	ESTIMADO	REAL	Cumplimient o	POLITICAS O PLANES	ESTIMAD O Q3	REAL Q3
Fortalecer la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación	65,25%	63,70%	97,62%	Política de Planeación Institucional	94,0%	93,0%
				Plan anticorrupción y de atención al ciudadano	36,5%	34,40%
Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro).	65,50%	62,93%	96,07%	Política de Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	83%	30,0%
				Política de Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público (Plan de gasto público)	76%	72,0%
				Política de Defensa jurídica y del proceso de gestión legal	66%	76,0%
				Política de Mejora Normativa y del proceso de Gestión de adquisición de bienes y servicios	66%	76,0%
				Plan de Austeridad	42%	60,0%
				Plan de activos fijos	60%	58,0%
				Plan de acción de la Coordinación de Gestión Administrativa	61%	70,4%
				Plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles	70%	61,0%
Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano)	52,67%	51,67%	98,10%	Plan de acción (Estrategia) Participación ciudadana	50,0%	58%
				Política de racionalización de trámites	62,0%	28,0%
				Política de Servicio al ciudadano	46,0%	69,0%
Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital"	71,00%	57,25%	80,63%	Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - PETI	67,0%	38,0%
				Plan de tratamiento de Riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información	75,0%	62,0%
				Plan de Seguridad y privacidad de la Información	73,0%	58,0%
				Plan de Mantenimiento de Servicios Tecnológicos	69,0%	71,0%
Fortalecer la dimensión de evaluación por resultados	83,00%	84,00%	101%	Política seguimiento y evaluación del desempeño institucional	83,0%	84,0%
Fortalecer la dimensión de Información y Comunicación	55,40%	79,90%	144,22%	Política de Transparencia y acceso a la información pública y lucha contra la corrupción	39,0%	67,0%
				Política de Gestión Documental	74,0%	95,0%
				Plan Institucional de Archivos de la Entidad - PINAR	75%	87,5%
				Plan de Conservación Documental	49,0%	77,0%
				Plan de Preservación Digital	40,0%	73,0%
Fortalecer la dimensión de Control interno	70,50%	73,00%	103,55%	Política de Control Interno	70,5%	73,0%



Así mismo se realizó un análisis pormenorizado de los subíndices por política del MIPG y se han establecido acciones para su cumplimiento. Las acciones emprendidas en los mismos pueden ser consultadas en el portal web, sección de transparencia.

Como parte de las actividades dirigidas a mantener el Sistema de Gestión de Calidad de Artesanías de Colombia, durante la vigencia 2020 se han adelantado diferentes acciones enmarcadas en el plan de acción de la política de fortalecimiento organizacional y de procesos entre las que se resaltan la realización de la revisión gerencial al SGC, en el mes de junio, como instancia máxima de seguimiento, en donde se establecen lineamientos y directrices para su adecuado funcionamiento por parte de la alta dirección de la entidad. Así mismo se adelantaron las gestiones contractuales para realizar en el último trimestre de la vigencia las auditorías internas a los procesos seleccionados por el proceso de Evaluación, Control y Mejora, como también la auditoría de seguimiento por parte de ICONTEC en la norma ISO 9001:2015. Por otra parte, se acompañó a los procesos de la entidad en la actualización de la información documentada; especialmente del proceso de Gestión de Bienes y Servicios y se inició el proceso de diagramación de los procedimientos vigentes.

Se continúa con el despliegue de piezas informativas en el marco de la campaña “Píldoras de Calidad” como instrumento de socialización y difusión de todos los componentes básicos y estructurales del Sistema. Todas estas actividades se han realizado a partir de la gestión contractual adelantada para el mantenimiento y soporte de la herramienta tecnológica con la que cuenta la entidad para la administración del sistema de gestión la cual también fue recientemente actualizada a su última versión.

Por otro lado, y como parte de este objetivo se incluye aquellos planes orientados a efectuar una gestión eficiente de los recursos físicos de Artesanías de Colombia, para lo corrido de 2020 se cuenta con los siguientes resultados:

- **Plan de activos fijos:** En la vigencia 2020, en el marco de la puesta en marcha del nuevo ERP (el cual incluye el módulo de activos fijos y módulo de inventarios), se ejecutaron todas las actividades de depuración de los elementos que conforman los inventarios de la entidad, se realizaron las pruebas y validaciones en el ERP, se registró el cargue de información correspondiente a los inventarios a controlar. En esta vigencia se colaboró en la actualización de la política contable –



Propiedad Planta y Equipo y el procedimiento de activos fijos.

- **Plan de austeridad:** Con base a las directrices del gobierno nacional y de acuerdo con las metas del Plan Estratégico Sectorial, se formuló el plan de austeridad, el cual incluye el registro del consumo de energía, agua, papel, combustible, entre otros.

Con corte a septiembre de 2020 se presenta una reducción en los consumos, los cuales se relacionan a continuación y se presentan con un margen amplio debido a las restricciones de utilización de espacios de trabajo por causa de la emergencia COVID19:

Servicios Públicos

Servicio Público en unidades	ENE – SEP 2019	ENE – SEP 2020	Variación
Agua M3	561	345	-39%
Luz Kw	37674	25224	-33%

Consumos

ELEMENTOS	ENE – SEP 2019	ENE – SEP 2020	Variación
Papel	145	11	-92%
Tóner	24	2	-92%
Combustible	150,54	0	100%

- **Plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles:** Con el fin de gestionar adecuadamente los bienes muebles e inmuebles de la entidad y contribuir a su conservación, se formuló este plan.

Durante la vigencia actual y teniendo en cuenta los protocolos adoptados por la entidad para mitigación de la pandemia ocasionada por el COVID-19, se han implementado jornadas especiales de limpieza y desinfección en la sede Claustro Las Aguas y en las vitrinas comerciales de Bogotá,



Medellín y Cartagena, intensificando las rutinas de limpieza e implementando desinfección de elementos que más se cogen como chapas esferos escritorios teclados entre otros.

Dentro del plan se contempla el mantenimiento mensual de ascensores, red eléctrica e hidráulica y la conservación de jardines y áreas verdes y comunes para la sede Claustro las Aguas. Además, de la administración de los bienes inmuebles las cuales incluyen mantenimientos preventivos y correctivos y reparaciones locativas menores de acuerdo con los recursos asignados.

Se actualizaron los avalúos de los inmuebles Casa Artesanal de Ráquira en Ráquira - Boyacá; Casa Artesanal San Jacinto en San Jacinto - Bolívar, y Lote Lorica en Santa Cruz de Lorica - Córdoba; y se realizó avalúo con fines de arrendamiento y/o venta del inmueble denominado Edificio Santa Orosia en la ciudad de Bogotá anexo al Claustro Las Aguas y del local comercial denominado Local Carrera 1A contenido en el Claustro Las Aguas.

Este objetivo, como se mencionó, incluye adicionalmente todas las iniciativas enmarcadas en el PETI (Plan Estratégico de Tecnologías de la Información). Como parte de este plan, está en proceso la actualización del parque TI, y de la Infraestructura de Servidores. En este sentido está en proceso la migración a un enfoque de Hiperconvergencia, de tal manera que se pueda entregar el cómputo, almacenamiento, y red de alta velocidad que los conecta, en una sola caja o equipo.

Por la extensión de la emergencia sanitaria, los procesos de soporte se han llevado a cabo de manera remota. Se logró implementar y estabilizar los puestos de trabajo en casa, de tal manera que los funcionarios puedan llevar a cabo sus labores diarias de manera remota y virtual.

Se implementó botón de pagos para realizar actividades de comercio electrónica a través del portal institucional. De manera remota se han realizado los procesos pertinentes de soporte y mantenimiento al sistema ERP (ZBox) institucional actualmente en producción, y al portal institucional publicado. Como gran logro de la vigencia, se dio inicio a la implementación del nuevo ERP (SEVEN), el cual entró en producción finalizando el mes de septiembre, luego de pruebas y de manera paralela al actual. En el mismo fueron incluidos todos los trámites de la cadena básica financiera y por primera vez, la trazabilidad el proceso de gestión de adquisición de bienes y servicios (contractual). Así



mismo fue adquirida la herramienta de apoyo a la gestión documental y de las PQRSD – SADE. La misma ya se encuentra en ambiente de producción.

Se continúa con procesos para actualización de publicaciones, atención de los servicios ofrecidos en línea y en tiempo real a través del portal institucional, y el manejo y administración de las diferentes redes sociales institucionales. Se contrató recursos e infraestructura para la continuidad de la estrategia #ArtesanoDigital, con lo que se realiza ilustración en línea para artesanos en el uso del SIART, Internet y sus herramientas en general, además de otros Webinar de bastante interés para el sector artesanal.

Parte de la perspectiva en estudio se ha incluido un objetivo estratégico que busca fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés. Este objetivo tiene como finalidad el potenciar las actividades de promoción, comunicación y visibilizarían de la actividad artesanal y la gestión institucional.

Esto se ha logrado a partir de la ejecución de actividades orientadas a realizar mayor divulgación de información de la entidad a través de medios locales, regionales y nacionales, a fortalecer la comunicación al interior de la entidad y a fortalecer la comunicación digital y la comunidad social. Se destacan resultados como:

Elaboración de 26 boletines de prensa de los eventos y acciones que ha que organizado y en las que participa la entidad, se ha logrado un total de 615 apariciones en medios de comunicación, lo que se ha observado a partir del monitoreo a medios (free press) y se han publicado 76 notas de interés para los artesanos a través del portal.

A nivel interno se ha desarrollado 9 boletines con información relevante al sector y a la entidad los cuales han sido enviados por correo masivo a funcionarios de la entidad. A través de la intranet se realizó la publicación de 103 notas; con el inicio de la pandemia y con el fin de mantener la comunicación al interior, se retomó el correo institucional de “comunicaciones internas” a través del cual se han desplegado 82 publicaciones con temas de interés institucional y las cuales son producto de solicitudes puntuales de las diferentes áreas de la entidad.



En cuanto a la estrategia digital, cuyo objetivo es “Contribuir al posicionamiento de la gestión de Artesanías de Colombia, informando y divulgando las acciones que se desarrollan en beneficio del sector; a través de la visibilización de los artesanos, las comunidades y sus productos en los medios digitales de la entidad”, no ha sido ajena a los cambios globales a causa de la emergencia sanitaria por la Covid-19, razón por la cual en 2020, la estrategia se enfocó en cumplir su objetivo teniendo muy presente el contexto sanitario actual por el cual atraviesa nuestro país, realizando un fortaleciendo de todo su ecosistema digital (social, canales de atención y portal web y tienda en línea) con contenidos dirigidos a todas nuestras audiencias y que daban respuesta al Plan de Acción Covid - AdC.

Dicha situación, hizo que el escenario digital cobrara aún más relevancia, hecho que se percibió en la cantidad de interacciones recibidas en redes sociales y también, de mensajes y comentarios atendidos.

Gestión de Redes Sociales

A septiembre 30, se ha realizado 10.017 publicaciones en redes sociales, logrando un alcance en impresiones de 13.259.976, y un Engagement de 5.174.062.

Así mismo, con la estrategia de mail marketing se enviaron 202 campañas de correo masivo, logando impactar a 1.150.544 personas con los mensajes. cifras que evidencia el nivel de desarrollo de la estrategia el éxito de la misma y la importancia que cobro en estos tiempos.

Atención y servicios en Línea

En cuanto al tema de atención de mensajes directos, buzón de contáctenos, correo electrónico y gestión de interacción en redes, se atendió 14.905 solicitudes de información a través de todos los canales (Facebook 1.131 mensajes, directos, buzón y correo 939, blog 373 y gestión de 12.462 comentarios en redes. En servicios en línea (Directorio, Clasificados, Calendario, Galería Artesanal e inscripción a Asesorías Puntuales y cotizaciones) se atendieron 1.504 solicitudes de servicio.



Estrategia #ArtesanoDigital

“Transformación Digital en tiempos de Covid-19” es el nombre que la estrategia #ArtesanoDigital ha adoptado en 2020 y que, a diferencia del año pasado, cuando el ciclo se tituló “Vendiendo a través de Internet”, propone que los artesanos del país se apropien de las herramientas digitales para adaptar sus talleres a la nueva realidad que nos plantea la pandemia.

Para ello, se desarrolló el siguiente ciclo de ocho (8) charlas a través de la plataforma “Go To Webinar”:

1. Adaptando su negocio a la nueva realidad
2. Invirtiendo en su pauta digital
3. Usando Whatsapp Business para acercarse a sus clientes
4. Calculando sus precios para vender por internet
5. Ampliando las formas de pago para sus clientes
6. Usando formatos creativos para dinamizar su negocio
7. Fidelizando a sus clientes a través de email marketing
8. Trucos para que sus artesanías no queden en visto

Adicional a estas charlas y en esta ocasión, la estrategia creó “#ArtesanoDigital +” un ciclo especial de charlas dirigidas a los artesanos que ya han seguido la estrategia en años anteriores, con el fin de fortalecer sus conocimientos y habilidades en el entorno digital, a través de las siguientes tres (3) charlas especiales y un mejoramiento de su plan en tienda nube.

1. Pauta en medios digitales
2. Optimización de su tienda virtual (SEO)
3. Actualización de su tienda virtual

Como parte de la estrategia se desarrollan los Premios #ArtesanoDigital, los cuales en esta versión entregan 6 tiendas en línea como incentivo a los artesanos participantes.

Con esta estrategia, sumada a las actividades que el equipo del Sistema de Información para la Artesanía, Siart, realiza tanto en el portal web como en las redes sociales, Artesanías de Colombia ratifica su misión de “Contribuir al mejoramiento integral del sector artesanal y a la preservación, rescate y valoración del patrimonio cultural del país”, informando y divulgando las acciones que se



desarrollan en beneficio del sector en Internet de manera orgánica (sin pauta), y a través de sus canales digitales oficiales.

En cuanto la perspectiva de **Aprendizaje y Desarrollo** la cual alcanzó un 83,30% 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 para 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.

En el marco de esta perspectiva se ha establecido el objetivo estratégico dirigido a gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad.

Con base en el diagnóstico de cultura organizacional y los resultados de la medición de ambiente laboral realizados en la vigencia 2019, se identificaron los puntos claves a incluir dentro de los planes de talento humano del 2020, en cumplimiento de los lineamientos establecidos desde el MIPG.

De acuerdo con lo anterior y teniendo en cuenta los objetivos institucionales definidos para la vigencia 2020, en la perspectiva de aprendizaje y desarrollo se incluyen los siguientes planes:

- Ruta de la felicidad
- Plan del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo- SGSST
- Ruta del crecimiento
- Ruta de la calidad
- Plan del código de integridad
- Plan de cultura organizacional

Las iniciativas y acciones incluidas en cada uno de estos planes buscan una gestión eficiente del talento humano desde su ingreso, desarrollo y crecimiento laboral, profesional y familiar y retiro de los funcionarios.

Para la vigencia 2020 no se realizará la evaluación de ambiente laboral, considerando que, de



acuerdo con los lineamientos establecidos desde el FURAG, esta medición debe realizarse mínimo cada 2 años. Teniendo en cuenta lo anterior, desde la Coordinación de Recursos Humanos y Físicos se está trabajando en un instrumento interno que permita evaluar el impacto de las acciones e iniciativas desarrolladas durante la vigencia.

A continuación, se da a conocer el avance en cada uno de los planes, con corte a septiembre de 2020, los cuales debido a la pandemia ocasionada por la COVID-19, se han enfocado en mejorar las condiciones y la calidad de vida laboral y familiar de los funcionarios, bajo la figura de trabajo en casa.

- ✓ Ruta de la felicidad: se iniciaron los cursos de extensión para los funcionarios y su núcleo familiar; se continuó con la celebración virtual de los cumpleaños; se realizó el concurso de la colombianidad; se continuó con la estrategia "Cafecito con Talento Humano. Se presenta un avance del 57%.
- ✓ Ruta de la calidad: En el mes de septiembre se envió para revisión el manual de funciones de Trabajadores Oficiales de la Oficina de Control Interno. Se presenta un avance del 46,4%
- ✓ Ruta del crecimiento: se presentó para aprobación la propuesta metodológica y los contenidos a trabajar en la reinducción. Esta se realizará el 21 de octubre. En este mes se realizó la capacitación Ekogui en el perfil financiero y en el perfil de pagos, para 1 funcionario de la coordinación financiera; se realizó la reinducción a los contratistas que ingresaron durante este mes. Bajo la estrategia de formador de formadores se desarrolló la capacitación en el proceso de adquisición de bienes y servicios, incluyendo los procedimientos por cada modalidad de selección, instructivos y formatos. Se culminó la capacitación de gestión del conocimiento para la innovación. Se realizaron capacitaciones en consumo sostenible, separación en la fuente y reciclaje, ecoconducción y mitigación sobre el cambio climático, en el marco de la semana ambiental. Se presenta un avance del 56%.
- ✓ Cultura Organizacional: se continuó la estrategia de comunicación vía correo electrónico, enviando tips para un adecuado manejo emocional, prevención de factores de riesgo y actividades para compartir en familia durante el trabajo en casa. Se presenta un avance del 40%.
- ✓ Código de integridad: se continuó la socialización de los comportamientos asociados a los valores; 32 funcionarios culminaron en el mes de septiembre el curso virtual de Integridad, Transparencia y Lucha contra la Corrupción, impartida por el DAFP. Se presenta un avance del 32%
- ✓ SGSST: se realizó la inspección a los puestos de trabajo del personal de bodega, con el fin de



verificar las condiciones de las condiciones de trabajo, el uso de los elementos de protección personal y el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad. En este periodo se realizó la asignación de los casilleros para el personal de bodega, las vitrinas de promoción y para los contratistas de aseo y vigilancia y la adquisición de los dispensadores de gel antibacterial para dar cumplimiento a los protocolos de bioseguridad. Se suscribió la orden de servicios No. ADC-2020-310, para la aplicación de la batería de riesgo psicosocial y la auditoría al SGSST. Se continuó el seguimiento de las condiciones de los colaboradores bajo la estrategia "Cafecito con Talento Humano". Se presenta un avance del 58%

La perspectiva de **Cliente y Beneficiario**, alcanzó un cumplimiento del 80,22%. Se destaca de las actividades realizadas en Q2, en sus diferentes iniciativas, los siguientes resultados:

En el marco de los Laboratorios como principales resultados de la vigencia se destaca el proceso de convocatoria para la participación en los proyectos. En el mes de febrero de 2020 se realizó un proceso de inscripción para llegar a todos los artesanos que hacen parte de un taller artesanal, una unidad productiva, un grupo o una comunidad o una asociación artesanal, interesados en hacer parte del proceso de capacitación y fortalecimiento que se adelantaría durante la vigencia, en cada departamento.

Este proceso se realizó a través de un formulario cuyo diligenciamiento se podía hacer de forma virtual y fue apoyado por los enlaces de Artesanías de Colombia en los 23 departamentos priorizados más Bogotá, quienes adelantaron jornadas especiales de inscripción de acuerdo al siguiente cronograma que se estableció. A dicha convocatoria aplicaron 4.525 personas, que representan a 28.187 artesanos.

Resultado de las acciones emprendidas a la fecha, los Laboratorios han atendido 6.323 beneficiarios en 32 Departamentos y en la ciudad de Bogotá; un avance del 78% frente a la meta de 8.100 beneficiarios.

Se destaca como resultado importante en la vigencia la atención de 3.493 nuevos artesanos, en lo corrido del año, esto equivale a un 119% de la meta planteada para la vigencia correspondiente a 2.942 artesanos. Este logro se ha alcanzado en el marco de los programas de asesorías puntuales, formación Técnico Laboral en Joyería, Laboratorios de Innovación y diseño, Propiedad Intelectual,



moda y joyería, sello de calidad y programas especiales.

Se han impartido 861 entre talleres, asesorías y vídeos enviados por WhatsApp a las comunidades de los diferentes componentes.

Otra iniciativa ejecutada en el marco de los laboratorios es la de caracterización sociodemográfica de los artesanos del país, logrando entre 2014 y lo corrido de 2020, identificar y caracterizar 32.325 artesanos en los 29 departamentos.

De igual forma, y por efectos de la pandemia, la entidad inició la estrategia “Artesanos Estamos contigo”, en la que los Laboratorios asumieron un papel fundamental para el acompañamiento de las comunidades artesanales en diferentes vías:

- a. Identificar las necesidades básicas
- b. Promover y comercializar artesanías
- c. Impulsar nuevas capacidades y reactivar el sector artesanal para el nuevo escenario
- d. Proveer materias primas, herramientas y apoyo a procesos propios de las unidades productivas.
- e. Establecer alianzas para capacitar a los artesanos en educación financiera y acceder a créditos específicamente para el sector.

Con el fin de ampliar el alcance de las iniciativas que se muestran a continuación y de potencializar la actividad artesanal en el marco de la economía naranja, desde 2018 la gestión institucional se fortaleció con base en la identificación de los aliados potenciales que se encuentran categorizados como industrias creativas.

De esta manera, uno de los retos del cuatrienio ha sido lograr una mayor articulación de la actividad artesanal con otras actividades pertenecientes a la economía naranja, así que se ha identificado la importancia de convocar y desarrollar acciones con sectores claves de las industrias creativas y culturales, priorizando inicialmente los sectores del diseño, arte y arquitectura, para lo cual se iniciaron acciones concretas con los programas “Arte Vivo” y “Artesanía y Arquitectura” durante el año 2019.

Durante el año 2020 se incluyen, además de los tres sectores ya identificados, el trabajo desarrollado



con Moda y joyería, programas en los que se ha venido trabajando y que cobran una mayor relevancia en la entidad, de tal manera que se establece como meta para la vigencia la articulación con 5 sectores clave de las industrias creativas y culturales, lo que al corte del informe cuenta con un cumplimiento del 100%. Los principales resultados se muestran a continuación.

Artesanía y Diseño

Uno de los ejes estratégicos de la entidad, ha sido la apuesta por el diseño, como industria creativa que genera valor a la producción de la artesanía. Durante esta administración, se ha fortalecido dicho trabajo diseñando e implementando una estrategia nacional de diseño liderada directamente por la Gerencia General que a través de la Subgerencia de Desarrollo cuenta con una coordinación general, un equipo de 7 diseñadores líderes, uno por cada región geográfica y un diseñador local en cada laboratorio de Innovación y Diseño. Durante el año 2020 se ha contratado un equipo de más de 60 diseñadores Industriales, textiles y gráficos para diseñar y producir una colección de más de 600 nuevos productos.

Arte Vivo

El objetivo principal del programa “Arte vivo: cofradía de artesanos y artistas” de Artesanías de Colombia es generar un acercamiento entre arte contemporáneo, artesanía. Durante el año 2020, se ha venido trabajando en colaboraciones con más de 16 artistas y comunidades en todo el país así:

- Se co-crearon 6 piezas de cerámica de la colaboración de Felipe Arturo y Rodrigo López
- Se co-crearon 5 bancos de la colaboración de Felipe Arturo y José Cahuache
- Se co-crearon 4 canastos de la colaboración de Linda Pongutá con la Comunidad Okaina
- Se co-crearon los cubiertos de la colaboración de Carmelo y Luz Ángela Lizarazo
- Se co-crearon 9 bastones de la colaboración de Luis Eduardo Tequia y Luz Ángela Lizarazo
- Se co-crearon 5 piezas de cerámica de la colaboración de Camila Sanjines y Laureano Melo.

En esta colaboración se realizó un trabajo a cuatro manos, en la cual se aplicaron conocimientos tanto del oficio y la técnica, como de los procesos artísticos y conceptuales. Laureano, entendió los procesos de co-creación, conceptualización, estéticos y de la práctica artística, y la importancia de desarrollar piezas únicas.

- Se co-crearon 3 banquitos de pensamiento de la colaboración de Angélica y Hugo León, se están tallando en el Amazonas y luego serán enviados a Medellín para terminar su co-creación.



- Se exhibió en la galería Lokkus de Medellín la obra de:
Juliana Góngora y Comunidad Koreguaje.

Lengüitas sagradas (2020). Cien lenguas de 5cm x 3cm y 7cm x 3cm, tejidas en cumare, que contienen semillas de chocho tigre y cascabel. / Proyecto colaborativo entre la comunidad *Koreguaje* y su taller *Masipai* "gente sabia" (Florencia, Caquetá). Con el acompañamiento de los programas Arte - Vivo y Etnias de Artesanías de Colombia.

Artesanía-Arquitectura

Con este programa se hace evidente cómo, los oficios, técnicas y materiales artesanales tradicionales de Colombia no solo se han utilizado para la elaboración de objetos y productos, sino también han servido para la construcción y adecuación de viviendas, consiguiendo una particular y especial expresión de la arquitectura vernácula de nuestro país que aún se puede ver en los pueblos y comunidades rurales. Con este referente y en el ánimo de explorar nuevos caminos y posibilidades para los artesanos se presenta esta alternativa para el desarrollo de aplicaciones arquitectónicas: recubrimientos, divisiones, cielorrasos y apliques elaborados con materiales naturales, que ponen en evidencia la riqueza de los oficios artesanales y van alineados con los compromisos de sostenibilidad. De esta manera el proyecto es una invitación para que arquitectos y diseñadores pongan sus ojos en estas propuestas y puedan realizar colaboraciones con comunidades artesanas en sus proyectos. Durante el año 2020 se amplió el catálogo de posibilidades, con aplicaciones para:

- Recubrimientos
- Divisiones
- Cielorrasos
- Apliques

Se ha trabajado en el desarrollo de propuestas para varios clientes y se consolidó el catálogo comercial

Frente al 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, durante la vigencia, aun en medio de la contingencia se han implementado acciones que contribuyan al logro del objetivo estratégico y promuevan la reactivación económica, sin embargo es importante mencionar que fue necesario reenfocar algunas estrategias diseñadas y que han sido exitosas durante los últimos años, teniendo



en cuenta las restricciones de movilidad del año 2020. En el mes de junio se enfocaron las metas que por esta razón no son viables y se buscaron nuevas alternativas de atención, que garanticen la cobertura y la gestión.

se ha logrado sensibilizar y capacitar a 1.546 artesanos, Lo que significa un avance del 109% sobre la meta correspondiente a 1.408 beneficiados, esto distribuido en los siguientes temas: sensibilización sobre la importancia de transmitir al turista el valor de la artesanía, capacitación en capacitados en mercadeo y ventas y desarrollo de catálogo y marca.

En las jornadas de sensibilización sobre la importancia de transmitir al turista el valor de la artesanía a partir de la técnica y el oficio han participado 223 artesanos y 625 artesanos han sido capacitados en mercadeo y ventas.

En cuanto a la actividad asesorar sobre el desarrollo de imagen y manejo de marca se han beneficiado 698 artesanos en un total de 15 asesorías en los departamentos de Bolívar, Antioquia, Putumayo, Sucre, Boyacá, Meta, Cauca, Valle del Cauca, Chocó, Bogotá, Amazonas, Santander y Nariño. Mediante estas asesorías se busca otorgar las herramientas necesarias a nivel de comunicación gráfica para que los artesanos, asociaciones y comunidades puedan generar una relación directa con sus compradores a través de una imagen gráfica sólida que transmita la esencia de la marca. Se beneficiaron las comunidades de Artesanías Tule Kuna – Necoclí, Antioquia, Artesanías Karen Dayana – San Jacinto, Bolívar, Madre Tierra Tsbatsanamama – Sibundoy, Putumayo, Arte y tradiciones ancestrales - Ráquira, Boyacá, Artesanas de Colosó, Sucre, Kajuyali - Puerto Gaitán, Meta, Katanga y Zuñigo Chamorra – Cali Valle del Cauca, Asociación Papayo – Papayo Chocó, Espiral Misak – Silvia, Cauca, Artesanías Josenid – Bogotá, Arrendajo – Leticia, Amazonas, tejedores de tradición y Luciarte – Curití Santander, Artesanías estrella de David – Pasto, Nariño

Como se mencionó anteriormente, pese a la situación global que hoy en día se enfrenta, se ha procurado mantener la dinámica de promoción y visibilización de la actividad artesanal, a través de acciones, en su mayoría de atención remota. Es así que al corte de este informe se ha logrado la participación en 12 ferias regionales, así:



Presencialmente antes de iniciar el confinamiento:

1. Carnaval Artesanal de Pasto
2. Feria de Manizales
3. Farex Cartagena
4. Feria Anato
5. Feria Expomalocas

A través de medios virtuales:

6. La Gran Feria Virtual Juntos Nos Reactivamos,
7. Tapiz artesanal realizada en Pasto,
8. Bogotá, una joya solidaria,
9. Día del sombrero Tolimense,
10. Subasta alianza Diageo & Artesanías de Colombia,
11. Feria Seven Santander Fashion Industry
12. Palmetto Play 2020.

Adicionalmente se alcanzó a participar, de manera presencial en dos eventos:

1. Visita del Presidente de la república a Davos – Suiza, donde el mandatario ofreció un almuerzo que estuvo ambientado con productos artesanales
2. Visita damas americanas: Visita de damas Americanas, en el que se exhibieron los productos de la tienda promocional del Claustro de Las Aguas

Con el fin de resaltar el trabajo de los artesanos y realizar promoción y divulgación del sector artesanal, durante 2020, se han realizado 18 talleres virtuales de demostración de oficio, beneficiando a 15 artesanos de 12 departamentos del país:

Como parte de esta “nueva realidad” se fortaleció la iniciativa de publicación y promoción en la página web de la entidad, del directorio artesanal que incluye información comercial y de producto de 215 artesanos 26 departamentos. Producto de esta iniciativa se reportan ventas por \$227,3 millones. Así mismo se están promocionando 115 páginas web de artesanos de 15 departamentos, y 66 cuentas de artesanos, en Instagram. Como resultados se logran \$6,6 millones en ventas a través de páginas web y \$95 millones a través de Instagram.



Se inicia la estrategia de venta online a través de la cuenta en Instagram @artesaniadescolombiatienda para apoyar la compra de producto artesanal a los artesanos; al mes de septiembre se ha comprado producto artesanal por valor de \$1.458,4 millones

Por otro lado, y adicional a las iniciativas anteriormente expuestas en el marco del objetivo estratégico en estudio, se encuentra la de participar en ruedas de negocios, lo que permite crear oportunidades para que los artesanos expongan y vendan directamente sus productos en Colombia y en el exterior. Es así que durante el primer semestre se participó en la Macro rueda 80 organizada por Procolombia que se llevó a cabo de manera virtual, donde se atendieron siete citas, representando a dos artesanos con sus productos artesanales.

Como parte del proceso de articulación oferta-demanda, se encuentra la compra de artesanía colombiana para venderla a nivel nacional e internacional. Esta gestión se hace con el objeto de servir de vitrina para la artesanía de los artesanos que no tienen un escenario permanente para la exhibición de sus productos; poniendo a disposición del mercado, ese acervo cultural que constituye una vasta y diversa oferta en técnicas, materiales y diseños.

En lo corrido de 2020, la entidad ha realizado inversión en producto artesanal en 455 proveedores de artesanías, es decir un 65% de la meta equivalente a 702 artesanos proveedores; esto en 26 departamentos del país. El monto de la inversión fue de \$1.771,2 millones. Los departamentos con mayor concentración de inversión en producto han sido: Cundinamarca 22,7%, Boyacá 12,87%, Atlántico 9,22%, Santander y Nariño 8,7% y Cauca con el 6,5% de participación.

Por medio de estas tiendas y los canales de venta institucional, la entidad ha obtenido ingresos por ventas por un valor de \$1.532 millones, 50% de la meta esperada para el año correspondiente a \$3.035 millones; esto luego del ajuste de metas que, debido a la dinámica social, tuvo que realizarse. Vale la pena informar que esta ha sido una de las iniciativas más impactadas por la contingencia, pues ha derivado en un cierre de las tiendas por un promedio de 6 meses.

Estos ingresos se encuentran discriminados por canal así: aun en medio de la situación las tiendas de promoción han logrado un volumen en ventas de \$629 millones y a través de las ventas Institucionales se ha logrado ingresos por \$902 millones.



I. ESTRATEGIA DE APOYO AL SECTOR ARTESANAL

a) Estrategia “Artesano estamos contigo”

Artesanías de Colombia desde el mes de marzo de 2020 dio el primer paso en una cadena de acciones para enfrentar la pandemia. Como una primera instancia creó la Estrategia de Artesanías de Colombia para atender artesanos durante la COVID19, “Artesano estamos contigo” Con ella la entidad se propuso gestionar recursos del Gobierno Nacional, gobernaciones, alcaldías, organizaciones internacionales y donaciones de ciudadanos, para atender necesidades de sustento básico, salud y comercialización de productos de los artesanos del país. En consecuencia, creó un plan de acción estructurado bajo las siguientes iniciativas:

- Acceso de artesanos a las medidas sociales del Gobierno Nacional
- Gestión de alianzas y donaciones
- Solidaridad institucional
- Refuerzo en la promoción y búsqueda de oportunidades comerciales para los artesanos

Algunos de estos resultados han sido tratados de manera general en el desarrollo del capítulo anterior, sin embargo, su concepción e impacto afectan la estrategia en estudio.

Estrategia de apoyo al sector artesanal

La pandemia hizo manifiestas necesidades de la población artesana de una manera rápida y urgente, en esta medida artesanías de Colombia tomó las siguientes medidas y acciones:

Identificación de necesidades del sector artesanal en emergencia actual

Se Diseñó y aplicó un estudio cuantitativo para identificar las principales necesidades de los artesanos en el corto y mediano plazo. Este formulario llegó a artesanos, grupos y comunidades artesanales a través de los articuladores y enlaces territoriales.

Como resultado se entrevistaron 2.027 artesanos de 28 departamentos que manifestaron las siguientes necesidades: alimentación (95%), elementos de aseo (65%), venta de productos artesanales (64%), materias primas, insumos y herramientas para mantener su oficio (61%), medicamentos (42%), transporte para recibir ayudas y sacar mercancías (28%), créditos o capital



semilla (26%), acompañamiento y asesoría de Artesanías de Colombia (25%), conocer información relevante sobre el COVID-19 (20%), negociación de créditos actuales (20%), computadores (15%), teléfonos móviles inteligentes (14%).

Solidaridad con artesanos del país

Se creó la estrategia de aportes voluntarios de los servidores públicos, familiares y amigos para atender las necesidades de los artesanos. Con esta estrategia se recibieron \$7.150.000

Estrategia de aportes voluntarios Botón de pagos para terceros

Se abrió una cuenta bancaria y activó el botón de pago en la página web de Artesanías de Colombia para donaciones de terceros interesados en apoyar a los artesanos del país. Con esta estrategia se recibieron aportes por \$4.715.040

Desde el mes de junio se firmó convenio con Solidaridad por Colombia para el direccionamiento de estos y nuevos recursos.

Gestión de ayudas en especie

Se gestionaron ayudas con entidades públicas y privadas para suplir necesidades de la población artesanal. Como resultado, las gobernaciones, alcaldías, empresas, fundaciones han entregado 43.888 ayudas a artesanos de 24 departamentos.

De igual manera se están destinando recursos del orden de 246 millones para la dotación de herramientas y materias de los artesanos que hacen parte de los programas de Artesanías de Colombia.

Gestión de ayudas económicas

Artesanías de Colombia cruzó sus bases de datos de artesanos con las bases de datos de DNP, DPS y MinCIT para la asignación del programa Ingreso solidario. Como resultado, de los 31.650 artesanos registrados en el SIEAA (Sistema de información estadístico de la actividad artesanal) se encontró



que 16.046 hogares de artesanos ya son beneficiarios de programas como: Familias en Acción, Colombia Mayor, Jóvenes en Acción, Generación E, entre otros. En consecuencia se postularon 2.649 al programa Ingreso solidario.

Apoyo al proyecto de decreto para transferencias monetarias e incentivos económicos a artesanos.

Se trabajó de forma articulada con MinCIT compartiendo las necesidades y posible articulado que MinCIT uso como insumo para la elaboración de decreto legislativo. Ya pasó consulta en MinHacienda. Los artículos propuestos no fueron aprobados por MinHacienda.

Medidas transitorias en materia de cultura

Se dio apoyo al MinCultura para considerar a los artesanos dentro de las disposiciones temporales para atender la situación de artistas, creadores y gestores culturales. MinCultura dará recursos del impuesto nacional al consumo para contribuir a la subsistencia de artistas, creadores y gestores culturales que demostraran su estado de vulnerabilidad. Como resultado de esta gestión: 1.166 artesanos se inscribieron en la primera convocatoria a los BEPS-Stampilla Procultura; 653 artesanos fueron apoyados por ADC ganadores de la convocatoria Comparte lo que somos, quienes serán apoyados con \$1.500.000 por el Ministerio de Cultura.

Línea de crédito ADC - BANCO AGRARIO

El Banco Agrario ofreció 5 mil millones para los artesanos que participan en los programas de desarrollo y ferias de Artesanías de Colombia y han sido afectados por la emergencia por el COVID-19. Para acceder a este programa se contrató a un equipo de 3 asesores financieros que acompañan a los artesanos en la gestión de sus créditos y les brindan educación financiera. A cierre de septiembre se han realizado:

- 1.312 capacitaciones en educación financiera.
- 389 solicitudes de créditos.
- 28 créditos desembolsados por valor total de \$181.650.000



Activación de fondo de vulnerabilidad de Iberoartesanías

Se aprobó para Colombia un monto de US\$70.000 dólares para apoyar a los artesanos que se destinarán para atender necesidades básicas y para apoyar a los artesanos en la implementación de protocolos de bioseguridad para retomar su actividad productiva. Se levantó la base de datos y ficha de proyectos para Iberoartesanías. Los recursos serán manejados por el convenio con la Fundación Solidaridad por Colombia.

Estrategia comercial

Compra de producto artesanal

Se ha comprado producto artesanal para las tiendas de promoción de Artesanías de Colombia o para negociaciones concertadas con clientes externos por el equipo de ventas institucionales. Como resultados, se han realizado compras de producto artesanal en 25 departamentos por \$595 millones de pesos beneficiando a 105 artesanos para el canal de ventas institucionales; y se realizaron órdenes de compra a 243 Talleres artesanales de 26 departamentos por \$283 millones beneficiando a artesanos de los programas de Desarrollo. Lo que suma un total de \$ 878 millones en total de compra de producto.

Facilitar ingresos a los artesanos

Se han realizado negocios con 37 actores importantes del mercado, entre los que se encuentran: Presidencia de la República, Juan Valdez, Aviatour, Aerin LLC, Alpina y la ONU por un total de \$590 millones de pesos. También se activa el canal de venta a través de Instagram logrando \$18 millones de pesos en ventas. Todo ello contribuye con la compra de producto artesanal para generar ingresos, en donde se han beneficiado 37 artesanos de 16 departamentos.

Levantamiento de producción artesanal disponible

Se levantó inventario de productos artesanales disponibles para la promoción y búsqueda de oportunidades comerciales, priorizando producciones para pedidos y ferias canceladas. Se priorizó producciones para pedidos y ferias canceladas.



Inscripción de artesanos en la plataforma Compra lo nuestro

Se inscribieron artesanos en la plataforma *Compra Lo Nuestro* para promover el desarrollo y fortalecimiento de las comunidades indígenas e impulsar la compra de productos artesanales. El resultado: se inscribieron 172 artesanos de 20 departamentos en la plataforma *Compra lo nuestro* Facilitar ingresos a los artesanos.

Facilitar el acceso a herramientas y/o servicios para el comercio electrónico

Se promociona con los artesanos los servicios de la plataforma *yomequedoenninegocio.com* los cuales facilitan el comercio a través de medios electrónicos. Como resultado, 100 artesanos de 19 departamentos han recibido capacitación sobre cómo acceder a los servicios que presta la plataforma *YoMeQuedoEnMiNegocio*, para impulsar el comercio electrónico

Estrategia de formación

Talleres virtuales de capacitación

Capacitaciones virtuales a beneficiarios de los programas de desarrollo y fortalecimiento como: Laboratorios de Innovación y diseño, Etnias, Moda y joyería, y Atención a población víctima y vulnerable. Como resultado, se han realizado a la fecha 1.992 talleres en los Laboratorios de Innovación y diseño, en los programas de Moda y Joyería, Etnias y unidad de formación.

Capacitaciones a artesanos a través de los canales digitales sobre curaduría de producto artesanal para sus muestras comerciales. Como resultado. Se ha intervenido de forma virtual a 72 artesanos de 5 comunidades con el proyecto de Mejoramiento y generación de oportunidades.

Estrategias de divulgación

Talleres de demostración de oficio virtuales

Conscientes de las dificultades que afrontan los artesanos, Artesanías de Colombia ha realizado talleres de demostración de oficio virtuales a través de la plataforma tecnológica Zoom. Como



resultado, se realizaron 18 Demostraciones de Oficio a través de plataforma virtual, para artesanos de Córdoba, Antioquia, Huila, Boyacá, Atlántico, Bolívar, Cesar, Nariño, Caquetá, Bogotá, Cauca, Putumayo y Arauca.

Voces artesanas

Se creó la estrategia de comunicación en formato de videos y audios de artesanos hablándole a otros artesanos con mensajes positivos y reflexiones a acerca de la crisis actual, que han circulado en las redes sociales de la Artesanías de Colombia. Como resultado se han realizado 51 Videos de voces artesanas con reflexiones y mensajes positivos, acerca de la crisis actual en 13 departamentos.

Operaciones estadísticas en medio de la crisis generada por la COVID-19

- ✓ Trabajo con el Departamento Nacional de Planeación-DNP desde el aporte de las bases de datos de Artesanías de Colombia para su inclusión en la base maestra, creada para la medida de Ingreso Solidario. Esta operación permitió la identificación de los artesanos beneficiarios en la oferta social del Estado; del total de registros de la base de datos del SIEAA, se encontró que 9.987 artesanos y 14.390 hogares en donde hay artesanos ya son beneficiarios de programas como Familias en Acción, Colombia Mayor, Jóvenes en Acción, Generación E, entre otros. Finalmente, se identificaron 2.649 artesanos como potenciales beneficiarios del Ingreso Solidario gestionado por el DNP y que se encuentran registrados en el SIEAA.
- ✓ Estudio de identificación de necesidades de las comunidades artesanas, en el que se rastrearon las dificultades particulares de cada región. De igual forma, se ha acopiado la información de artesanos y comunidades que requieren mayor atención al denominarse casos críticos, priorizando dichos casos para la atención.
- ✓ Aplicación de encuesta sobre capacidades y herramientas virtuales en donde se indaga sobre las posibilidades de conectividad con las que cuentan artesanos para la promoción y comercialización de productos de manera virtual.

b) Foro horizonte – 2020 - Comunidades Artesanas, Resiliencia y Adaptabilidad

Bajo la idea de que en la actividad artesanal se transforman materias primas de origen natural y en la que predomina un saber que expresa a través de una artesanía, significados de identidad colectiva y siendo los artesanos los gestores persistentes para que trascienda su hacer, en la actividad artesanal se pueden identificar diferentes formas de expresión de su capacidad adaptativa y su



resiliencia.

Partiendo de un supuesto (entre muchos) que en la capacidad adaptativa convergen aspectos que reflejan aprendizaje y habilidades promovidas por soluciones innovadoras en circunstancias complejas (Gunderson y Holling, 2002), la capacidad adaptativa es la forma en que un sistema social se las arregla ante los cambios sorpresivos, para lograr una cierta estabilidad dentro de un contexto específico (Armitage, 2005).

La capacidad adaptativa permite que los individuos, grupos y organizaciones (artesanales) puedan tomar decisiones sobre la base económica, social, cultural y física que los soporta, de tal forma que se convierte en un elemento clave de resiliencia social en la que se destaca la capacidad de aprendizaje y flexibilidad de las comunidades para adoptar nuevas soluciones. Algunos autores señalan que cuatro dimensiones en la capacidad adaptativa en los sistemas sociales (partimos de la idea irrevocable que las comunidades artesanales son sistemas sociales) : la primera se refiere a la manera como los sistemas aprenden a vivir con la incertidumbre y el cambio, la segunda dimensión se relaciona con la destreza para establecer conexiones positivas entre lo biofísico y lo institucional, la tercera combina diferentes tipos de conocimiento, para encontrar respuestas en diferentes escalas y por último, las oportunidades para autoorganizarse social, cultural e institucionalmente para ser persistente.

Las comunidades artesanales combinan sus activos para responder a los cambios emitidos por el contexto local o global. Estas dinámicas de cambio, vienen de las dimensiones que influyen sobre la comunidad y a su vez, la comunidad se adapta permanentemente a dichos cambios. Las comunidades han construido sus habilidades adaptativas al cambio y su capacidad de respuesta, de tal forma que persiste en tanto: constantemente “reinventa” su propia identidad, concentra su saber local en la actividad artesanal, construye sus estrategias de medios de vida y configura los mecanismos para actuar frente a los desafíos socioeconómicos, socioculturales y sociopolíticos, manteniendo sus principios identitarios.

Basada en esta idea central, el equipo de Desarrollo Humano de Artesanías de Colombia propuso adelantar una serie de diálogos (desprevenidos) con expertos en diferentes áreas, para dilucidar (o reafirmar) sobre la resiliencia y la capacidad de adaptación de las comunidades artesanales en Colombia, no solo en el marco de la actual emergencia sanitaria, sino a las permanentes amenazas a la vulnerabilidad de población rural del país, y de esta manera trazar nuevas y mejores estrategias de



apoyo que faciliten el desarrollo humano, social y cultural de las comunidades, sin perder identidad territorial.

Abordar diálogos sobre la capacidad adaptativa de las comunidades artesanales desde un enfoque de género, ambiente y sostenibilidad, antropología, patrimonio y desde la perspectiva de las comunidades étnicamente diferenciadas del país, permitirá abrir nuevos caminos o confirmar que la base del desarrollo humano de las comunidades artesanales se centran en las características del territorio, entendiendo este último, como las relaciones sociales y humanas con un espacio geográfico, de acción, de dominio y con un espacio simbólico. Lozano y Ferro (2009).

Se conversó sobre como las comunidades artesanales combinan sus activos para responder a los cambios emitidos por el contexto local o global. Estas dinámicas de cambio, vienen de las dimensiones que influyen sobre la comunidad y a su vez, la comunidad se adapta permanentemente a dichos cambios. Las comunidades han construido sus habilidades adaptativas al cambio y su capacidad de respuesta, de tal forma que persiste en tanto: constantemente “reinventa” su propia identidad, concentra su saber local en la actividad artesanal, construye sus estrategias de medios de vida y configura los mecanismos para actuar frente a los desafíos socioeconómicos, socioculturales y sociopolíticos, manteniendo sus principios identitarios.

Este foro se desarrolló en formato de diálogo con Expertos y Artesanos (que también son expertos) con preguntas abiertas en torno al tema central, planteadas por un moderador. El diálogo se realizó aproximadamente durante 2 horas por cada sesión (8 sesiones)

demás del diálogo con cada panelista experto, se contó con un espacio para que un artesano Luthier y otro artesano cuenten sus historias de vida, en torno a la resiliencia y la adaptación. En la última sesión se realizó un diálogo con todos los panelistas con participación del público.

El Foro en cifras:

- 9 artesanos invitados, de diferentes regiones, que contaron sus experiencias sobre resiliencia y adaptabilidad
- 7 Expertos en temas de Ecología, Patrimonio Inmaterial, Comunidades Indígenas, Género y Cocreación
- 7 artesanos luthiers que contaron sus historias sobre resiliencia en el campo musical y elaboración de instrumentos artesanales



-
- 13 asesores y 5 coordinadores, del equipo de Desarrollo Humano, organizaron este espacio que contó con el apoyo en la producción y conducción de Rocío Arias
- AUDIENCIA (YouTube – Facebook)
 - 1.307 Personas en vivo
 - 85.593 personas alcanzadas
 - 19.664 usuarios únicos
 - 1.725 me gusta
 - 1.607 comentarios

La perspectiva de **sostenibilidad financiera**, presentó un cumplimiento del 68,06%. 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, 2. CONVENIO INTERADMINISTRATIVO CELEBRADO ENTRE ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. Y EL MUNICIPIO DE TENJO y enmarcado en las iniciativas de Cooperación internacional se concretó la alianza: FONDO DE VULNERABILIDAD AYUDA DE EMERGENCIA DIRECTA PARA ATENDER EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL SECTOR ARTESANAL - CONSEJO INTERGUBERNAMENTAL DE IBERARTESANÍAS DONDE ARTESANÍAS DE COLOMBIA PARTICIPA ACTIVAMENTE EN REPRESENTACIÓN DE COLOMBIA

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, todas enmarcadas en la estrategia de atención implementada durante la pandemia.

Es así que a septiembre la cifra de apalancamiento se mantiene en \$526 millones obtenidos por cofinanciación de proyectos nacionales, es un avance de la meta de 18,14%. La cifra de cofinanciación internacional se ha ajustado de \$273 a \$269,5 millones, es decir 50,1% de la meta.



Esta variación se debe a que ya fue realizado el traslado de los recursos de Iberartesanías a la Fundación Solidaridad por Colombia y el precio del dólar, de la fecha de traslado de recursos, está por debajo del valor que se tuvo en cuenta cuando se reportó el dato soportado en la carta de intención en el mes de mayo. En cuanto a patrocinios y alianzas el monto asciende a \$601 millones (valor aproximado de acuerdo a monetización de patrocinios en especie). Al corte el monto es de \$1.397 millones en total de las tres iniciativas

En cuanto a la iniciativa dirigida a monitorear la situación financiera y presupuestal de la entidad, se cuenta con los informes del primer trimestre. Con corte a septiembre se comprometieron \$17.573,8 millones que corresponden al 69,01% de los \$25.465,9 millones de apropiación definitiva de la vigencia 2020 y se obligaron \$14.070,7 millones que corresponden al 55,25% del total de la apropiación de la vigencia. La meta de obligaciones para el mes de septiembre era de 59,38%, es decir un cumplimiento del 93,04%.

COMPORTAMIENTO PLAN DE ACCIÓN POR AREAS Y PERSPECTIVAS

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

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

AREAS

AREA	CUMPLIMIENTO
Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal	86,13%
Subgerencia de Promoción y generación de oportunidades comerciales	77,20%
Subgerencia Administrativa y Financiera	83,83%
Oficina Asesora de Planeación e Información	84,37%
Oficina de Control Interno	100,00%
Gerencia	83,33%
PROMEDIO PLAN POR ÁREAS	85,81%



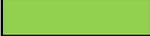
PERSPECTIVA:

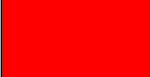
CUMPLIMIENTO Q3 (CLIENTES BENEFICIARIOS)	80,22%
CUMPLIMIENTO Q3 (PROCESOS INTERNOS)	93,91%
CUMPLIMIENTO Q3 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)	83,32%
CUMPLIMIENTO Q3 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)	68,06%
CUMPLIMIENTO Q3 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)	100,00%
PROMEDIO PLAN POR PERSPECTIVAS	85,10%

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, así mismo los invitamos a consultar el informe de gestión con corte septiembre-

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 Q3. La matriz resalta las metas que debido a la contingencia, fueron ajustadas. Tener cuenta las siguientes convenciones:



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

SEMAFORIZACIÓN CUMPLIMIENTO	
	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	Meta ajustada 2020	Valor real Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
Asesorar en desarrollo de marca y catalogo	Asesorías en desarrollo de marca y catalogo realizadas. (PA-2)	Trimestral		20	15	15	100,0%
Beneficiar artesanos en el desarrollo de marca y catalogo.	Artesanos beneficiados en el desarrollo de marca y catalogo (PA-2)	Trimestral		298	698	225	100,0%
Fortalecer las capacidades comerciales de los artesanos, a través de capacitaciones relacionadas	Artesanos beneficiados en capacitaciones comerciales	Trimestral		100	0	40	0,0%
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		223	370	60,3%
Aumentar la participación en ferias regionales, nacionales e internacionales	Ferias regionales, nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	33	24	12	13	92,3%
	Monto de ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	1885	1991	526	490	100,0%
Aumentar la realización de eventos y talleres de oficio	Eventos nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	39	5	2	4	50,0%
	Talleres de oficio (PA-2)	Trimestral	19	25	18	21	85,7%
Facilitar negocios y oportunidades comerciales a los artesanos	Ingresos de los artesanos a través de oportunidades comerciales a los artesanos (PA-2)	Trimestral	3050		2788	2700	100,0%
Beneficiar artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales	Artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	308	129	86	79	100,0%
Facilitar la participación de unidades artesanales en oportunidades comerciales.	Artesanos beneficiados con oportunidades comerciales	Mensual		215	213	130	100,0%
Beneficiar artesanos con la capacitación en mercadeo y ventas	Unidades artesanales participantes en la capacitación de mercadeo y ventas (PA-2)	Trimestral	294	600	3464	410	100,0%
Concretar ventas de artesanía a través de vitrinas y ventas institucionales	Ventas mensuales (PA-2)	Mensual	5288	3000	1531	1660	92,2%
	Numero de nuevos Clientes Institucionales para ventas nacionales e internacionales (PA-2)	Mensual	93		74	49	100,0%
Incrementar la venta de artesanía a nivel internacional	Clientes internacionales (PA-2)	Trimestral	24		7	22	31,8%
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	1767	1458	1337	100,0%
Incrementar los artesanos beneficiados por comercialización a través de Artesanías de Colombia	Artesanos beneficiados por comercialización a través de ADC (PA-2)	Trimestral	702		455	433	100,0%
Diversificar la oferta de producto artesanal en los diferentes canales de promoción y búsqueda de oportunidades comerciales	Nuevos productos comprados (PA-2)	Trimestral	933		0	550	0,0%



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	Meta ajustada 2020	Valor real Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
Apoyar iniciativas colectivas para el mejoramiento productivo y técnico	Iniciativas colectivas apoyadas para el mejoramiento productivo y técnico; el fortalecimiento asociativo o la formalización. (PA-2)	Trimestral	8		8	8	100,0%
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	2942	3928	2800	100,0%
	Beneficiarios Laboratorios de Innovación y Diseño	Mensual		8100	6323	6429	98,4%
Impulsar los programas especiales	Beneficiarios atendidos grupos étnicos (PA-2)	Mensual	360		412	300	100,0%
	Beneficiarios atendidos programa APV (PA-2)	Mensual	900		817	711	100,0%
Fortalecer las capacidades empresariales de los artesanos, mediante capacitación; fomentar el trabajo asociativo e impulsar la cultura de formalización	Artesanos capacitados en habilidades empresariales (PA-2)	Semestral	2500		567	2000	28,4%

OBJETIVO 4: Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal							
Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2020	Meta ajustada 2020	Valor real Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
Recopilar el conocimiento que se obtenga de los pueblos artesanales	Nuevos registros de informes proyectos misionales (PA-2)	Trimestral	12		11	9	100,0%
	Nuevos registro de documentos institucionales históricos recuperados (PA-2)	Trimestral	1000		900	800	100,0%
Fortalecer la investigación sobre la actividad artesanal para respaldar la preservación del patrimonio cultural	Memorias de oficio publicadas (PA-2)	Trimestral	4	5	0	1	0,0%
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	120	69	79	87,3%
Divulgar el conocimiento cultural, social y económico que se obtenga de los pueblos artesanales	Tiempo de permanencia en consulta (PA-2)	Trimestral	1000		861	600	100,0%

CUMPLIMIENTO Q3 (CLIENTES BENEFICIARIOS)

80,22%



2. PROCESOS INTERNOS

OBJETIVO 5: Actualizar y alinear las prácticas del buen gobierno corporativo al modelo de gestión de la entidad					
Nombre indicador	Frecuencia	Meta 2020	Valor real Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación (PA-2)	Trimestral	95%	63,70%	65,25%	97,62%
Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro) (PA-2)	Trimestral	95%	62,93%	65,50%	96,076%
Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión "Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano)" (PA-2)	Trimestral	95%	51,67%	52,67%	98,1%
Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital" (PA-2)	Trimestral	95%	57,25%	71,00%	80,6%
Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "evaluación por resultados" (PA-2)	Trimestral	95%	84%	83%	100%
Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión "Información y Comunicación" (PA-2)	Trimestral	95%	79,90%	55,40%	100%
Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "Control interno" (PA-2)	Trimestral	95%	73%	70,50%	100,0%
OBJETIVO 6: Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés					
Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2020	Valor real Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
Cumplimiento del plan de comunicaciones externas (PA-2)	Trimestral	95%	74%	52%	100%
Cumplimiento del plan de comunicaciones internas (PA-2)	Trimestral	95%	52%	78%	66,7%
Cumplimiento del plan de acción de estrategia digital (PA-2)	Trimestral	95%	79%	64%	100%

CUMPLIMIENTO Q3 (PROCESOS INTERNOS)

93,91%



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	Meta ajustada 2020	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real Q3	Estimado 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%		100	90	57%	47%	100%
	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	58%	84%	69%
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	46%	80%	58%
		Cumplimiento de la ruta de crecimiento (PA-2)	Trimestral	95%		100	90	56%	43%	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	68%	56%	100%
	Generar un plan enfocado a la apropiación de la misión y visión institucional y la política de integridad	Cumplimiento del plan del Código de Integridad (PA-2)	Trimestral	95%		100	90	32%	45%	71%
		Cumplimiento del plan de cultura organizacional (PA-2)	Trimestral	95%		100	90	40%	47%	85%

CUMPLIMIENTO Q3 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)

83,32%



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	Meta ajustada 2020	Valor real Q3	Estimado 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		8	9	89%
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	Meta ajustada 2020	Valor real Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
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	8	7	6	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	20		2	6	33%
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	Meta ajustada 2020	Valor real Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
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)	Trimestral	95%		34%	68%	50%

CUMPLIMIENTO Q3 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)

68,06%



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	Valor real Q3	Estimado 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	74	62	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	80	70	100%

CUMPLIMIENTO Q3 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)

100%