



AVANCE Y CUMPLIMIENTO PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL SEGUNDO TRIMESTRE 2021

A continuación, se muestran el avance y cumplimiento del plan de acción 2021, por perspectiva estratégica, con corte 30 de junio de 2021. El plan general por perspectiva cuenta con un cumplimiento del **82,76%**, destacándose el cumplimiento de las perspectivas de **comunidad y medio ambiente** con un cumplimiento del 100% y **procesos internos**, con un cumplimiento del 91,48%.

Frente a la perspectiva de **clientes y beneficiarios**, la cual alcanzó un **cumplimiento del 77,67%**, se destacan las acciones orientadas al cumplimiento del objetivo de contribuir a la generación de ingresos de los artesanos. Es importante informar que, durante el segundo trimestre, específicamente en la reunión de Revisión por la Dirección al Sistema de Gestión de Calidad, fue analizado y ajustado el alcance de este objetivo estratégico, pasando de “Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos” a “contribuir a la generación de ingresos de los artesanos”. Lo anterior teniendo en cuenta que en el marco de la contingencia derivada por COVID los esfuerzos e iniciativas se han encaminado a que los artesanos puedan continuar comercializando sus productos y generando ingresos, el incremento podrá tenerse, pero el país se encuentra en un contexto de reactivación económica en el cual al menos se debe garantizar que se mantengan las acciones de articulación entre la oferta y demanda.

Es así que a Q2, los artesanos han logrado ingresos por: \$675,6 millones que es un 9,26% de la meta de la vigencia. Esto como resultado de la participación 181 artesanos, así: 111 por participación en las siguientes ferias: Mercartesano realizada en la ciudad de Pasto; feria origen de mi Tolima, realizada en Ibagué; feria Heroica Open, realizada en la ciudad de Cartagena; feria Mercartesano mujer, realizada en la ciudad de Pasto; feria Chagrarte, realizada en Leticia, feria Anato, realizada en Bogotá, feria World Coffe fair, realizada en el Cauca; feria La Plata Huila; feria a Ibagué la reactivamos todos; Día del sombrero Tolimense; feria artesanal conmemoración cumpleaños de Córdoba y el Marketplace Artesanal y 70 artesanos beneficiados con la iniciativa de negocios facilitados. Los ingresos resultados de estas iniciativas fue de \$338,5 millones.



Así mismo la entidad ha realizado inversión de producto artesanal, impactando los ingresos de los artesanos, por un monto de: \$337 millones.

En cuanto a inversión en producto, se ha comprado producto artesanal a 106 proveedores de artesanías ubicados en 25 departamentos del país y Bogotá. El monto de la inversión en producto artesanal es de \$745.466.705. Esto para un cumplimiento del 14,38% de la meta de beneficiarios.

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

Por otro lado, en el marco de los laboratorios ya se han adelantado actividades que hacen parte de iniciativas como: Programa Nacional de Asesorías Puntuales, Propiedad Intelectual, Programa de Moda, Sello de calidad y Unidad de formación. Al mes de junio de 2021 se han atendido 4887 beneficiarios en 397 municipios, a través de la ejecución de actividades en los 26 Laboratorios y en el marco del Programa de Expedición Orinoco a través de la atención técnica integral de las comunidades seleccionadas por convocatoria 2021.

De acuerdo con los indicadores de atención a las comunidades por parte de Laboratorios, al mes de junio 2021, el 29,4% de los beneficiarios atendidos son indígenas, mientras que el 3,2% son de la comunidad NARP y el 67,5%% son artesanos campesinos o contemporáneos. De igual forma, el 33,7% de los beneficiarios del laboratorio fueron atendidos por el módulo de comercialización, el 42,2% fueron atendidos por el módulo de Desarrollo Humano, el 76,1% por el módulo de diseño e innovación, el 27,7% en temas de emprendimiento y el 9,2 % en temas de producción.

Se atendieron 2.798 nuevos artesanos. Se facilitaron negocios por \$89.119.053 a 28 artesanos de 14 Departamentos atendidos a través de los Laboratorios de Diseño e Innovación. En el mes de junio se impartieron 122 videos conferencias, 1412 asesorías puntuales, 127 capsulas y 72 catálogos correspondientes al módulo de diseño, 46 talleres y 42 asesorías puntuales del módulo de Desarrollo humano y 85 talleres del módulo de comercialización



En cuanto la iniciativa de co diseño el equipo nacional de diseño presentó la propuesta de artesanos de laboratorios para participar en Folk Art Market 2022. Se realizó revisión y ajuste del listado de oficios y técnicas artesanales existentes en el país, consolidando infografía. Se hicieron observaciones sobre el manual de cuidado de productos artesanales. Hubo participación en el Programa de Nacional de Asesorías Puntuales con la revisión de inscritos, la realización de talleres de diseño y la atención de beneficiarios. En junio se realizó un total de 122 video conferencias y/o talleres, 1.412 asesorías puntuales de seguimiento a actividades de diseño, 127 cápsulas, cartillas y presentaciones con contenido pedagógico de diseño, 72 catálogos de producto y 205 diseños de material para comunicaciones de las diferentes actividades en las regiones.

Con el fin de alcanzar la estrategia orientada a elevar la productividad y competitividad del sector artesanal a través del fortalecimiento técnico y productivo de unidades productivas, se ha desarrollado acciones como:

1. Asistencia y acompañamiento técnico en el proceso de inscripción a Negocios Verdes ante la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca a 2 grupos artesanales ubicados en la ciudad e Cali, en relación a la implementación de buenas ambientales y proveeduría legal de materias primas.
2. Realización del diagnóstico de oficio de cestería en Iraca para los municipios de San Juan de Nepomuceno y Colosó en el marco del proyecto con Riqueza Natural, a partir de los cuales se inicia la implementación del plan de mejoramiento técnico enfocado al proceso de costuras, dominio de puntadas y perfeccionamiento de la calidad del producto final.
3. En el marco de la implementación de la estrategia nacional de mejoramiento productivo:
Oficio de trabajo en cuero
 - En el departamento del Huila, se realiza primera jornada de identificación de necesidades orientadas al mejoramiento productivo
 - En los departamentos de Arauca, Casanare y Meta, inicia ciclo de capacitación técnica en el oficio de cuero en las temáticas de generalidades del cuero 1 (materia prima y técnicas) y generalidades del cuero 2 (insumos y herramientas).



- Identificación de oportunidades de mejora en el calzado tradicional Wayúu. Elaboración de plan de mejoramiento y plantillas en diferentes tallas, para niño, mujer y hombre.
- Estructuración y publicación en la página web de Artesanías de Colombia del contenido "Cuidados de la madera" que establece las precauciones, prescripciones y recomendaciones de mantenimiento relevantes para conservar y proteger artesanías elaboradas en madera.
https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/cuidados-de-la-madera_14788

Oficio trabajo en madera

En la región Altiplano y Oriente (Santanderes), se realiza primera jornada de identificación de necesidades orientadas al mejoramiento productivo.

Clasificación unidades productivas (UP) atendidas:

Asistencia técnica en acceso legal de materias primas: 6 unidades productivas atendidas

Asistencia técnica implementación en buenas prácticas ambientales y cumplimiento normativo: 9 unidades productivas atendidas

Asistencia técnica implementación buenas prácticas de aprovechamiento y repoblamiento: 2 unidades productivas atendidas

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

Capacitación técnica en el oficio del cuero: 20 unidades productivas atendidas

Total UP atendidas a M6: 72 UP

Como parte de los programas especiales, el programa de Atención a Población Víctima y Vulnerable, teniendo en cuenta la contingencia COVID19, está realizando contacto y seguimiento de las comunidades y artesanas por vía telefónica y medios electrónicos. A la fecha, y teniendo en cuenta esta estrategia, se han adelantado acciones con 551 personas artesanas, de las cuales 476 son mujeres, aportando con este indicador al PND.

En cuanto al programa para el apoyo y fomento a la actividad artesanal de las comunidades o grupos étnicos, como expresión de sus economías propias, se reporta un total acumulado de 268



beneficiarios ubicados en los departamentos de: Amazonas, Bolívar, Córdoba, Guaviare, La Guajira, Magdalena, Nariño, Putumayo. Risaralda, San Andrés, Sucre, Valle Del Cauca, Vaupés, Vichada y Bogotá D.C, en donde se desarrollaron acciones de asistencia técnica integral y puntual en relación a las estrategias de acompañamiento virtual y la planeación metodológica de cada uno de los componentes de atención: Diseño, comercial, social y comunicaciones. Así mismo se socializó material pedagógico como parte de las estrategias que se están desarrollando a distancia (Audios, videos, Imágenes, podcast, cartillas digitales, infografías, entre otros). Adicionalmente, se han proyectado estrategias comerciales como respuesta a los escenarios de reactivación económica y generación de ingresos para los grupos artesanales étnicos, dada la coyuntura y la agudización de brechas sociales y económicas generadas por la pandemia COVID 19.

La entidad continúa su compromiso con la Política de Economía Naranja, a través de la meta orientada a articulación con otras industrias creativas, es así que junio se continúa fortaleciendo la relación con cinco (5) industrias así:

Programa Arquitectura Viva:

Se hace el diseño y montaje de 8 paneles de 1.20 x 2.40m de tejidos en fibras naturales para el nuevo Almacén Norte en Bogotá. Se da inicio a la estrategia comercial del programa con el equipo Comercial, en donde se revisa estrategia de clientes y modelo de servicio. Se da inicio al diseño y diagramación de logo y catálogo del programa con el equipo de diseño para poder ofrecer los productos de manera virtual.

Programa Arte Vivo:

Se están adelantando gestiones con el Ministerio de Cultura, para adelantar una alianza entre el 46 Salón Nacional de Artistas y Artesanías de Colombia, en el marco del Salón Nacional que se llevará a cabo en el año 2022 "Inaudito Magdalena" .Se realizó la presentación de la Colección de Arte Vivo 2020, para vincular y articular las colaboraciones de los artistas y artesanos del programa con la curaduría del 46 Salón Nacional de Artistas

Moda y Joyería:

se continúa el fortalecimiento con las comunidades focalizadas, desde sus componentes de



desarrollo humano, diseño – producción, comercialización - emprendimiento – marketing:

Categoría Moda se desarrollan 41 actividades en 10 de los departamentos focalizados y 11 comunidades. En cuanto la categoría Joyería se desarrollan 30 actividades en los 8 departamentos focalizados.

Diseño:

Durante el trimestre, el equipo nacional y regional de diseño, desarrolló las actividades de asistencia técnica virtual en diseño en los municipios priorizados, realizando talleres virtuales, contenido especializado en diseño, catálogos, asesorías puntuales y material de divulgación de actividades desarrolladas. Se realizó propuesta de artesanos de laboratorios para participar en Folk Art Market 2022.

Entre los resultados estratégicos los cuales la alta dirección monitorea de manera permanente, se encuentra el número de beneficiarios atendidos. Es así que, entre enero y junio, producto de las actividades ya mencionadas, la entidad ha logrado atender 6.364 beneficiarios (número de servicios), esto equivale a un avance del 52,2% de la meta. De este total el 78% son mujeres es decir 4.977 beneficiarias.

Como parte del objetivo orientado a rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal, se resalta durante el semestre los 25.506 usuarios que representaron 31.156 consultas acumuladas en Biblioteca digital. En cuanto las memorias de oficio, iniciativa institucional, en Q2 continuaron los procesos de investigación colaborativa y se encuentran en su fase final de recolección de información con los 12 artesanos de 6 comunidades. Los temas que se están trabajando este año son: tejido de Charalá, cestería de Sandoná, luthería de Tumaco, tejido de Mampuján, bisutería embera, y cestería Eperara Siapidara.. A esta adaptación se le llamará Relatos artesanales, y se trabajará con 6 comunidades artesanales y resultarán 6 productos respectivos.

Como parte del programa de Propiedad Intelectual a junio se han realizado 36 radicaciones de trámites de registros de marcas adicionales y 24 jornadas de capacitación de derecho de autor y registro de marcas con énfasis en artesanos en Boyacá, Santander, Norte de Santander, Tolima, Huila y Región Pacífico: Valle, Cauca y Nariño. Se inscribieron Se han beneficiado un total de 377



artesanos.

La perspectiva de **procesos internos**, cuenta con un **cumplimiento del 91,48%** de lo estimado para el trimestre. Durante Q2 fueron recibidos los resultados del índice de desempeño Institucional (IDI) producto de la aplicación del FURAG. El IDI de la entidad fue de 87,3 puntos (resultado de la gestión 2020), lo que significó un aumento de 5,6 puntos frente a la vigencia anterior cuyo IDI fue de 81,7 puntos y un cumplimiento de la meta del 105,7%, la cual era 82,6 puntos. Frente al sector la entidad ocupó la posición No. 6.

Una vez recibidos los resultados y las recomendaciones por política, fueron socializados con la alta dirección y se realizaron mesas de trabajo con los líderes de política, organizados por dimensiones del MIPG, esto con el fin de validar el cruce de las recomendaciones dadas y validar cómo en equipo se puede llegar a su implementación.

Producto de estas reuniones fueron ajustados los planes de trabajo de cada política, alineados a la planeación. En las mesas de trabajo también fue socializada la nueva versión del manual operativo del MIPG, enfatizando en los ajustes que trae y socializando la nueva política de compras y contratación pública. Frente a esta política fue analizado con Talento Humano las funciones y competencias relacionadas y se designó al líder de política.

El plan de mantenimiento del MIPG se sigue ejecutando de acuerdo a lo planeado y al corte cuenta con un avance del 88% en sus actividades.

En términos generales los planes alineados al plan de acción institucional y en los que se encuentran definidas las actividades orientadas a implementar y mantener las políticas del modelo, cuentan con un cumplimiento como se muestra a continuación:



ESTIMADO	REAL	Cumplimiento Indicador a Q1	POLITICAS O PLANES	ESTIMADO	REAL	Cumplimiento
55%	54%	98%	Política de Planeación Institucional	55%	54,0%	98,2%
			Plan anticorrupción y de atención al ciudadano	20%	21%	100,00%
49,23%	38,80%	79%	Política de Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	81%	34,0%	41,8%
			Política de Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público (Plan de gasto público)	55%	45,0%	82,4%
			Política de Defensa jurídica y del proceso de gestión legal	42%	42%	100,0%
			Política de Gestión de adquisición de bienes y servicios	50%	50%	100,0%
			Plan de Austeridad	40%	32%	81,0%
			Plan de activos fijos	25%	20%	80,0%
			Ejecutar plan de seguimiento a consumos	41%	45%	100,0%
			Plan de acción de la Coordinación de Gestión Administrativa	52%	43,3%	83,6%
			Ejecutar el plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles	58%	37,9%	65,3%
24,83%	14,00%	56%	Plan de acción (Estrategia) Participación ciudadana	16,5%	0%	0,0%
			Política de racionalización de trámites	30,3%	0,0%	0,0%
			Política de Servicio al ciudadano	27,7%	42,0%	100,0%
34,08%	32,91%	97%	Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - PETI	38,0%	34,2%	90%
			Plan de tratamiento de Riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información	22,0%	19,0%	86,4%
			Plan de Seguridad y privacidad de la Información	40,2%	63,0%	100,0%
			Plan de Mantenimiento de Servicios Tecnológicos	36,1%	15,5%	42,9%
50,50%	50,50%	100%	Política seguimiento y evaluación del desempeño institucional	51%	51,0%	100,0%
46,80%	60,68%	130%	Política de Transparencia y acceso a la información pública y lucha contra la corrupción	23,3%	52,0%	100,0%
			Liderar la documentación e implementación del plan de acción para la política de gestión de la información estadística.			
			Política de Gestión Documental	62,5%	62,0%	99,2%
			Plan Institucional de Archivos de la Entidad - PINAR	43%	83%	195,3%
			Plan de Conservación Documental	38,2%	39,4%	103,1%
			Plan de Preservación Digital	67,5%	67,0%	99,3%
55,15%	46,50%	84%	Política de Control Interno	55,2%	46,5%	84,3%
52,70%	33,53%	64%	Plan de la Ruta de la Felicidad	26%	19%	74,4%
			Plan trabajo del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo	44%	38%	86,6%
			Plan de trabajo de la ruta del calidad	48,000%	38,50%	80,2%
			Plan de trabajo de la ruta del crecimiento	76,66%	24,7%	32,2%
			Plan de trabajo de Gestión del Conocimiento e innovación	63,3%	31,0%	49,0%
			Plan de trabajo del Código de Integridad	58,8%	50,0%	85,0%



Como parte de esta perspectiva, se ha formulado la estrategia institucional, enfocada en potenciar las actividades de promoción, comunicación y visibilización de la actividad artesanal y la gestión institucional, es así que para observar su avance, se realiza de manera permanente rastreo a medios de comunicación, lo que ha permitido evidenciar en los corrido de 2021, un retorno por \$2.617 millones, es decir un 33% de la meta, como recursos free press. Durante el año se ha logrado un total de 465 apariciones en medios y se han gestionado 309 publicaciones.

Se encuentran en ejecución los planes orientados a fortalecer la comunicación, interna, externa, digital y la comunidad social.

La perspectiva de **aprendizaje y desarrollo**, que alcanzó un **cumplimiento del 67,87%**, se operacionaliza a través de la ejecución de planes asociados al Pan Estratégico de Talento Humano. Este plan es el promedio de avance de los planes de acción que lo conforman y a Q2 presenta un avance del 34%. Se resaltan las acciones que a continuación se describen, entre otras.

- Plan de la ruta de la felicidad: se realizó la celebración de los cumpleaños del segundo trimestre, se realizó la inscripción de 4 funcionarios y 9 familiares a los cursos complementarios; se realizó la jornada de pre pensionados; se realizó la segunda jornada de cocina; se continuaron los reconocimientos por años de servicio y la actividad "tomémonos un cafecito".

- Plan de la ruta del crecimiento: Cada mes se realiza la inducción a los contratistas que ingresaron en este periodo; un funcionario culminó la capacitación en Servicio Integral al Ciudadano; en el marco de la semana ambiental, se realizaron capacitaciones relacionadas con este tema; cuatro funcionarios culminaron la capacitación en "Calificación del riesgo procesal y provisión contable"; 16 funcionarios realizaron la capacitación en "Documento electrónico"; dos funcionarios terminaron la capacitación en "Herramienta de gestiones para oficinas jurídicas"; y uno se capacitó en "Metodología formulación de directrices en conciliación"; se inició la capacitación en el portafolio de servicios de la entidad; 15 funcionarios recibieron la capacitación en PQR.

- Plan de la ruta de la calidad: Durante junio se consolidó el informe de las acciones adelantadas durante el primer semestre para la actualización de los manuales de funciones, se presentan los informes de avance en la organización y digitalización de las historias laborales y en la revisión de la información documentada de la Coordinación.



- Plan del código de integridad: Se realizó la socialización del valor de la honestidad, a través de un juego de quien quiere ser millonario y del valor del respeto con un juego de pasa palabras; se realizó el informe de las declaraciones de bienes y rentas; se socializó el procedimiento para la identificación, declaración y gestión de conflictos de interés.
- Plan del SGSST: En el marco de la inducción a contratistas se incluye el despliegue del SGSST, se continuaron con las pausas activas, se realizaron las elecciones del comité de convivencia.

Frente a los avances cuantitativos se muestran a continuación:

- Plan de la ruta de la felicidad: 19% de avance
- Plan de la ruta del crecimiento: 24% de avance
- Plan de la ruta de la calidad: 38,5% de avance
- Plan del código de integridad: 50% de avance
- Plan del SGSST: 38% de avance

La perspectiva **de sostenibilidad financiera**, con un **76.78% de cumplimiento**, incluye la estrategia organizacional que cuenta con iniciativas encaminadas a gestionar y obtener recursos mediante cofinanciación de proyectos a nivel territorial, nacional e internacional, con entidades públicas y/o privadas. Así mismo se gestionan patrocinios que permitan apalancar actividades de promoción y visibilización de la actividad artesanal.

Es así que, en lo corrido de 2021 se siguen identificando y consolidando actores claves en las Redes de Apoyo Local en las regiones y con ellos poder gestionar proyectos, de igual manera se sigue conformando un equipo de "Cazadores" de proyectos de cooperación para gestionar recursos para proyectos nacionales con enfoques específicos, se está a la espera de la suscripción de varias iniciativas.

En el marco de la iniciativa de cofinanciación territorial y nacional, se ha logrado alianza con la Escuela del Amor, Risaralda, por valor de \$8,8 millones y con Palo de Agua Ambientes por \$12 millones para trabajar conjuntamente, en el acompañamiento y fortalecimiento comercial de los artesanos de los departamentos de Caldas Quindío, Risaralda y Antioquia y se firmaron dos



convenios uno con EXITO aportes de \$83 millones y otro con el Instituto de Cultura y Turismo de Cundinamarca por \$100 millones. Así mismo se logró la gestión de 11 alianzas sin recursos.

En cuanto a la iniciativa de patrocinios se han gestionado acciones con empresas públicas y privadas, al corte se avanza con un monto de \$100,5MM.

Es así que se avanza con un monto total de \$304,81MM en esta estrategia lo que equivale al 16% de la meta para 2021.

En cuanto al monitoreo de la ejecución presupuestal, al corte la entidad ha comprometido 58,31% de una meta del 63% y obligado el 31,86% de una meta de 36% para junio, de su presupuesto apropiado.

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

En cuanto a PIGA (Plan Institucional de Gestión ambiental), primer frente de trabajo, y sus seis (6) programas de Ecoeficiencia, ha realizado:

Programa Uso Eficiente del Agua

- Se trasladan las instalaciones de la tienda Promocional de la Calle 86 a la Calle 79 B # 8-64 cuyo inventario se realizará en el mes de julio para verificar sistemas hidrosanitarios.

- Se realiza el registro y verificación trimestral del consumo de agua, el cual permite evidenciar un aumento del 11.8% con respecto al primer semestre del año anterior, debido a fugas de agua presentadas en los baños de discapacitados y punto fijo, que no fueron detectados a tiempo, a causa del poco uso dado a estas instalaciones (enero-marzo).

Programa Uso Eficiente de la Energía

- Difusión de campaña de sensibilización llevada a cabo del 25 al 30 de junio en donde se publicaron 3 banner alusivos al recurso: procedencia de la energía eléctrica, claves para optimizar la luz del exterior y hábitos sencillos para reducir tu factura de electricidad.



- Actualización de inventario de fuentes lumínicas por sede: Sede Las Aguas y la Calle 79 B # 8-64, nueva tienda Promocional de Artesanías de Colombia.

- Se realiza el registro y verificación del ahorro trimestral en el consumo de energía eléctrica, el cual permite evidenciar una importante disminución del 1% con respecto al primer semestre de 2020, debido a que, desde mediados del mes de marzo de 2020 a causa de la emergencia sanitaria generada por el COVID19, las instalaciones de la entidad en su gran mayoría no están ocupadas y los funcionarios trabajan en la modalidad de trabajo en casa.

Programa Uso Eficiente del Papel

- Implementación del 100% de los componentes contemplados en el sistema de planificación de recursos empresariales ERP: Tesorería, Presupuesto, Contabilidad, Puntos de venta (POS), Compras y Facturación, Contratación, Nómina, Inventarios y Activos Fijos.

- Se realiza el registro y verificación del ahorro trimestral en el consumo de papel, el cual permite evidenciar una disminución en el primer semestre de 12,5% con respecto al primer semestre del año anterior, debido a que por la emergencia sanitaria se implementó un enfoque de Transformación Digital, mediante el cual la Entidad ha podido llevar a cabo la informatización de todos sus procesos desde la modalidad de Trabajo en Casa, y a través de documentación por medios electrónicos, y no por medios físicos como siempre se había venido realizando, evitando con ello el uso del papel.

- Se elabora la política de uso eficiente de papel que contempla diferentes actividades orientadas a la disminución y racionalización del uso de papel conforme a la normatividad aplicable, se encuentra en etapa de revisión.

Programa Gestión Integral de Residuos

- Entrega periódica de los residuos aprovechables generados en la entidad.
- Registro mensual de residuos convencionales no aprovechables en la sede principal de la entidad.
- Registro mensual de residuos convencionales aprovechables en la sede principal de la entidad.
- Registro mensual de residuos peligrosos discriminados por tipo de residuo.



Programa Consumo Sostenible

- Actualización y remisión de un total de 20 contratos priorizados con criterios de sostenibilidad a la oficina de contratación para su socialización con los colaboradores de la entidad, a fin de que se incluyan las cláusulas a los contratos establecidos: Transporte, documentos y mercancías, hoteles, ferias, hardware, software, Compra de papel, mantenimiento de tanques de almacenamiento de agua, control de plagas, mantenimiento vehicular y mantenimiento eléctrico, UPS y mantenimiento de aire acondicionado, POP, tablas de gestión documental, compra de minerales, contrato de ferretería, compra de muebles en madera, compra de cuero.
- Mesa de trabajo con la oficina de contratación para socializar avance en el tema de Compras Públicas Sostenibles.
- Inclusión de clausula ambiental en el contrato de compra de minerales y mueble en madera.

Implementación de Prácticas Sostenibles

Semana ambiental llevada a cabo del 31 de mayo al 4 de junio, que contó con el apoyo de la Secretaria Distrital de Ambiente para la realización de 5 charlas dirigidas a los colaboradores de la entidad y artesanos, en temáticas ambientales:

- Programas pos-consumo y estrategias voluntarias de entrega de residuos peligrosos. Fecha 31-05-2021
- Estrategias para el consumo sostenible del agua. Fecha 1-06-2021
- Fuentes no convencionales de energía renovable. Fecha 2-06-2021
- Aire, ruido y radiación electromagnética. Fecha 3-06-2021
- Biodiversidad del Distrito Capital. Fecha 4-06-2021

PROGRAMA MISIONAL

- Seguimiento al radicado 9324 del 20 de nov de 2019 por el cual se solicita permiso de aprovechamiento de paja blanca, municipio de Tibana (Boyacá), en predio público. Se adjuntan documentos requeridos, mediante radicado 2021ER4443 del 8 de junio de 2021.
- En el marco del Proyecto “Aprovechamiento sostenible de la Palma de Iraca y otros maderables utilizados para la elaboración de artesanías como alternativa económica para la conservación del



Bosque Seco Tropical en los municipios de Coloso (Sucre) y San Juan Nepomuceno (Bolívar), en Convenio con Riqueza Natural, se desarrollan las siguientes actividades:

- 20 predios georreferenciados, con su diagnóstico y planificación predial.
 - 20 dueños o poseedores de predios en proceso de capacitación y acompañamiento en temáticas relacionadas con buenas prácticas agrícolas y ambientales: manejo de agro insumos, protección y manejo de rondas hídricas, manejo de suelos (labranza mínima, rotación de cultivos, barreras vivas).
 - 20 acuerdos voluntarios de conservación firmados por propietarios de predios (16 beneficiarios en San Juan Nepomuceno y 4 beneficiarios en Colosó), con el objeto de conservar el bosque seco tropical y las coberturas de iraca, mediante la implementación de actividades y practicas responsables y sostenibles.
 - Se publica en la página web de Artesanías de Colombia, la estrategia de conservación 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 Colosó (Sucre) y San Juan Nepomuceno (Bolívar)”, enfocada al uso y manejo sostenible de los recursos naturales relacionados con el desarrollo de la producción de artesanías en iraca, por medio del ordenamiento ambiental y productivo de predios, la implementación de buenas prácticas ambientales y la realización de acuerdos de voluntad que promueven la conservación del ecosistema natural.
- https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/por-la-sostenibilidad-de-la-iraca_14782



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	97,94%
Subgerencia de Promoción y generación de oportunidades comerciales	65,46%
Subgerencia Administrativa y Financiera	78,65%
Oficina Asesora de Planeación e Información	83,01%
Oficina de Control Interno	84,32%
Gerencia	80,87%
PROMEDIO PLAN POR ÁREAS	81,71%

PERSPECTIVA:

CUMPLIMIENTO Q2 (CLIENTES BENEFICIARIOS)	77,67%
CUMPLIMIENTO Q2 (PROCESOS INTERNOS)	91,48%
CUMPLIMIENTO Q2 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)	67,87%
CUMPLIMIENTO Q2 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)	76,78%
CUMPLIMIENTO Q2 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)	100,00%
PROMEDIO PLAN POR PERSPECTIVAS	82,76%



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

A continuación, se presenta un cuadro comparativo entre la meta del año, el estimado trimestral y las tolerancias establecidas. Tener cuenta las siguientes convenciones:

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

SEMAFORIZACIÓN CUMPLIMIENTO	
 ROJO	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado menor al 79 %
 AMARILLO	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado entre 80% y el 89%
 VERDE	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado entre 90% y el 100%
 AZUL	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado mayor a 100%



1. CLIENTE BENEFICIARIO

OBJETIVO 1: Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.							
Programas/proyectos (iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
Fortalecer y alinear la actividad artesanal con el turismo cultural	Asesorar en desarrollo de marca y catalogo	Asesorías en desarrollo de marca y catalogo realizadas. (PA-2)	Trimestral	21	6	6	100%
	Beneficiar artesanos en el desarrollo de marca y catalogo.	Artesanos beneficiados en el desarrollo de marca y catalogo (PA-2)	Trimestral	313	96	91	100%
	Fortalecer las capacidades comerciales digitales de los artesanos, a través de capacitaciones relacionadas	Artesanos beneficiados en capacitaciones comerciales digitales	Trimestral	120	0	25	0%
	Sensibilizar a los artesanos sobre la importancia de transmitir al turista el valor de la artesanía a partir de la técnica y el oficio	Unidades artesanales asesoradas ubicadas en las rutas turísticas (PA-2)	Trimestral	430	203	210	97%
	Desarrollo mapa turístico artesanal	Mapa turístico artesanal desarrollado (PA-2)	Anual	100		NA	NA
Facilitar y ampliar espacios de comercialización de la artesanía colombiana (local, regional, nacional, e internacional)	Facilitar la participación en ferias regionales, nacionales e internacionales	Ferias regionales, nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	26	12	4	100%
		Monto de ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	646	110	70	100%
	Organizar ferias artesanales a nivel nacional en asocio con terceros	Ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Semestral	2		0	N/A
	Facilitar la participación en eventos y talleres de oficio	Eventos nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	8	7	5	100%
		Talleres de oficio (PA-2)	Trimestral	26	0	12	0%
	Facilitar negocios y oportunidades comerciales a los artesanos	Ingresos de los artesanos a través de oportunidades comerciales a los artesanos (PA-2)	Trimestral	3789	228	1380	17%
Facilitar la participación en ruedas de negocios		Ruedas de negocios con participación de artesanos (PA-2)	Semestral	4	2	1	100%
		Ingresos por la participación en ruedas de negocios (PA-2)	Semestral	10	0	0	N/A
	Beneficiar artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales	Artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	142	111	100	100%
Facilitar la participación de artesanos en eventos, espacios de exhibición y ferias locales, regionales, nacionales e internacionales	Facilitar la participación de unidades artesanales en oportunidades comerciales.	Artesanos beneficiados con oportunidades comerciales	Mensual	236	70	113	62%
	Beneficiar artesanos con la capacitación en mercadeo y ventas	Unidades artesanales participantes en la capacitación de mercadeo y ventas (PA-2)	Trimestral	3896	1555	2064	75%
	Beneficiar artesanos con la participación en ruedas de negocios	Unidades artesanales participantes en ruedas de negocios (PA-2)	Semestral	500	0	0	NA
Fortalecer y ampliar canales de promoción y búsqueda de oportunidades comerciales de Artesanías de Colombia	Concretar ventas de artesanía a través de vitrinas y ventas institucionales	Ventas mensuales (PA-2)	Mensual	3126	822	1247	66%
		Cientes institucionales para ventas nacionales (PA-2)	Mensual	87	34	50	66%
	Contactar embajadas para facilitar negocios de artesanía colombiana a través de embajadas de Colombia en el mundo.	Embajadas conectadas para generar negocios de artesanía	Semestral	6	0	1	0%
	Fortalecer la venta de artesanía a nivel internacional	Cientes internacionales (PA-2)	Trimestral	12	9	5	100%
	Generar ingresos a los artesanos por comercialización a través de Artesanías de Colombia para mejorar los ingresos de los artesanos.	Ingresos de los artesanos por comercialización a través de ADC (PA-2)	Mensual	2180	337	1071	31%
	Beneficiar artesanos con la comercialización a través de Artesanías de Colombia	Artesanos beneficiados por comercialización a través de ADC (PA-2)	Trimestral	737	106	281	36%
	Diversificar la oferta de producto artesanal en los diferentes canales de promoción y búsqueda de oportunidades comerciales	Nuevos productos comprados (PA-2)	Trimestral	1780	0	0	N/A



El progreso
es de todos

Mincomercio

OBJETIVO 3: Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional							
Programas/proyectos (Iniciativa)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
Elevar la productividad y competitividad del sector artesanal	Apoyar iniciativas colectivas para el mejoramiento productivo y técnico	Emprendimientos artesanales fortalecidos (PA-2)	Semestral	38	15	15	100%
		Iniciativas colectivas apoyadas para el mejoramiento productivo y técnico; el fortalecimiento asociativo o la formalización. (PA-2)	Trimestral	8	4	4	100%
Fortalecer los Laboratorios de Innovación y Diseño y Programas Especiales	Fortalecer la innovación a través del diseño aplicado a la producción de artesanías	Nuevos productos innovadores producidos (PA-2)	Anual	700		N/A	NA
	Articular el sector artesanal con otras industrias creativas	Articulación iniciativas con otras actividades pertenecientes a la economía naranja (PA-2)	Anual	5		NA	NA
	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	2798	1085	100%
		Beneficiarios Laboratorios de Innovación y Diseño	Mensual	7800	4887	4134	100%
	Fortalecer la red de aliados de los laboratorios de innovación y diseño	Aliados regionales (PA-2)	Semestral	25			NA
	Impulsar los programas especiales	Beneficiarios atendidos grupos étnicos (PA-2)	Mensual	360	268	240	100%
	Beneficiarios atendidos programa APV (PA-2)	Mensual	900	551	400	100%	
Incentivar la cultura del emprendimiento y la formalización en el sector artesanal	Fortalecer las capacidades empresariales de los artesanos, mediante capacitación, fomentar el trabajo asociativo e impulsar la cultura de formalización	Artesanos capacitados en habilidades empresariales (PA-2)	Semestral	700	831	289	100%

OBJETIVO 4: Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal							
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
Rescatar los oficios y/o técnicas artesanales en riesgo de desaparecer	Realizar talleres de rescate de oficios y/o técnicas artesanales	Talleres de rescate (PA-2)	Anual	8		NA	NA
Promover la transmisión de conocimiento a nuevas generaciones	Diseñar e implementar acciones para vincular a nuevas generaciones a la actividad artesanal	Acciones para vincular nuevas generaciones (PA-2)	Anual	1		NA	NA
Preservar el patrimonio cultural inmaterial del sector artesanal	Recopilar el conocimiento que se obtenga de los pueblos artesanales	Nuevos registros de informes proyectos misionales (PA-2)	Trimestral	32	13	17	76%
		Nuevos registro de documentos institucionales históricos recuperados (PA-2)	Trimestral	1000	600	400	100%
	Fortalecer la investigación sobre la actividad artesanal para respaldar la preservación del patrimonio cultural	Relatos artesanales (PA-2)	Trimestral	6	0	0	NA
Proteger los oficios artesanales por medio de las normas de propiedad intelectual	Fortalecer la protección del sector artesanal a través de las Denominaciones de origen y registros de marcas individuales y colectivas	Signos distintivos tramitados (PA-2)	Trimestral	120	36	35	100%
Visibilizar el valor del patrimonio cultural del trabajo artesanal, promoviendo en el público, el valor cultural, social y económico de la artesanía	Divulgar el conocimiento cultural, social y económico que se obtenga de los pueblos artesanales	Espacios de divulgación cultural (PA-2)	Semestral	3	1	0	100%
		Tiempo de permanencia en consulta (PA-2)	Trimestral	1200	544	700	78%

CUMPLIMIENTO Q2 (CLIENTES BENEFICIARIOS)

77,67%





2. PROCESOS INTERNOS

OBJETIVO 5: Actualizar y alinear las prácticas del buen gobierno corporativo al modelo de gestión de la entidad						
Programas/proyectos (Iniciativas)	Nombre indicador	Frecuencia	Meta 2021	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
Incorporar y aplicar buenas prácticas de gobierno corporativo	Cumplimiento implementación código de buen gobierno (PA-2)	Anual	50		NA	NA
Mantener actualizado el modelo integrado de planeación y gestión (MIPG)	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación (PA-2)	Trimestral	95%	54%	55%	98%
	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro) (PA-2)	Trimestral	95%	38,80%	49%	79%
	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión "Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano)" (PA-2)	Trimestral	95%	14%	25%	56%
	Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital" (PA-2)	Trimestral	95%	33%	34%	97%
	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "evaluación por resultados" (PA-2)	Trimestral	95%	51%	51%	100%
	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión "Información y Comunicación" (PA-2)	Trimestral	95%	61%	47%	100%
	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "Control interno" (PA-2)	Trimestral	95%	47%	55%	84%
OBJETIVO 6: Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés						
Actividad	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
Potenciar las actividades de promoción, comunicación y visibilización de la actividad artesanal y la gestión institucional	Cumplimiento del plan de comunicaciones externas (PA-2)	Trimestral	95%	67%	47%	100%
	Cumplimiento del plan de comunicaciones internas (PA-2)	Trimestral	95%	40%	40%	100%
	Cumplimiento del plan de acción de estrategia digital (PA-2)	Trimestral	95%	48%	46%	100%

CUMPLIMIENTO Q2 (PROCESOS INTERNOS) 91,48%



3. APRENDIZAJE Y DESARROLLO

OBJETIVO 7: Gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad							
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
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%	19%	26%	74%
	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%	38%	44%	86%
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%	38,50%	48%	80%
		Cumplimiento de la ruta de crecimiento (PA-2)	Trimestral	95%	25%	77%	32%
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%	31%	63%	49%
	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%	50%	59%	85%

CUMPLIMIENTO Q2 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)

67,87%



4. SOSTENIBILIDAD FINANCIERA

OBJETIVO 8: Administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación de la entidad							
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
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	6	6	100%
OBJETIVO 9: Apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas							
programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q2	estimado Q2	Cumplimiento Q2
Fortalecer la gestión para la consecución de recursos de inversión para el sector artesanal	Mantener una relación de confianza con los aliados estratégicos a corto, mediano y largo plazo	Aliados estratégicos concretados (PA-2)	Semestral	45	8	19	42%
	Gestionar la cooperación internacional	Aliados de cooperación internacional (PA-2)	Trimestral	8	7	2	100%
	Gestionar recursos a través de la cofinanciación de iniciativas, con organizaciones del orden nacional y/o territorial.	Convenios y/o alianzas con organizaciones y/o entes territoriales (PA-2)	Trimestral	25	15	8	100%
OBJETIVO 10: Implementar estrategias para aprovechar los activos fijos de la entidad que contribuyan a la generación de ingresos de los artesanos y/o a la sostenibilidad de la operación de Artesanías de Colombia							
programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
Gestionar oportunidades de aprovechamiento de los activos fijos de la entidad	Aprovechar el activo fijo de la entidad para generar beneficios al sector artesanal y/o nuevas fuentes de ingresos	Cumplimiento al plan de aprovechamiento de los inmuebles de la entidad para la generación de nuevas fuentes de ingresos (PA-2)	Semestral	95%	23%	55%	42%

CUMPLIMIENTO Q2 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)

76,78%



5. COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE

OBJETIVO 11: Promover el manejo adecuado de los recursos naturales y materias primas, para contribuir a la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas.

Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2021	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
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%	70,0%	64,0%	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%	79%	50%	100%

CUMPLIMIENTO Q2 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE) 100,00%