



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

A continuación, se muestra el avance del plan de acción 2022, por perspectiva estratégica, con corte 30 de junio. El plan general por perspectiva cuenta con un cumplimiento del **89,43%** destacándose el cumplimiento de las perspectivas de **comunidad y medio ambiente** con un cumplimiento del 100%, seguida de la perspectiva de **procesos internos** con un cumplimiento del 97,54% al corte del informe.

Frente a la perspectiva de **clientes y beneficiarios**, la cual alcanzó un **cumplimiento del 93,32%**, se destacan las acciones orientadas al cumplimiento del primer objetivo de contribuir a la generación de ingresos de los artesanos. Es así que a Q2 se generó ingresos a los artesanos por valor de \$2.933.889.028 a través de las siguientes iniciativas:

INGRESOS DE LOS ARTESANOS									
INICIATIVA	2018 (Línea Base)	2019	2020	2021	Meta 2022	AVANCES / CUMPLIMIENTO			
						Estimado M6	Avance M6	% Avance M6	% Cumplimiento A M6
FERIAS ORGANIZADAS POR ADC	\$ 17.332	\$ 18.854	\$ 645	\$14.022	\$ 14.302	\$ 0	\$ 0		
INGRESOS PARTICIPACIÓN EN FERIAS REGIONALES E INTERNACIONALES	\$ 1.185	\$ 1.795	\$ 615	\$ 1.119	\$ 1.175	\$ 120	\$ 726	61,8%	605%
ARTICULACIÓN INDUSTRIAS CREATIVAS - ARTESANOS	\$ 1.784	\$ 2.904	\$ 3.370	\$ 6.735	\$ 6.236	\$ 230	\$ 1.765	28,3%	767%
INVERSIÓN EN PRODUCTO ARTESANAL	\$ 4.813**	\$ 2.921	\$ 2.315	\$ 1.692	\$ 1.700	\$ 337	\$ 443	26,1%	131%
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 26.975</b>	<b>\$ 28.831</b>	<b>\$ 6.945</b>	<b>\$ 23.568</b>	<b>\$ 23.413</b>	<b>\$ 687</b>	<b>\$ 2.934</b>	<b>12,5%</b>	<b>427%</b>
RUEDAS DE NEGOCIO	\$ 1.861	\$ 2.357	\$ 6*	\$ 2.105	\$ 2.105	\$ 0	\$ 0		

Se evidencia un avance del 12,5% sobre la meta y un cumplimiento del 427% frente a lo esperado para junio, esto producto de la reactivación de diferentes espacios de promoción en los que se ha apoyado la participación de artesanos y la dinámica de los negocios facilitados a través de la estrategia de la articulación de oferta y demanda entre artesanos e industrias creativas y otros.



Al corte se ha logrado participar en 24 ferias y mercados regionales, así:

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

Lo anterior ha sumado a los 36 espacios de comercialización de la artesanía, que se ha logrado durante este primer semestre. Esto producto de participar en 6 eventos de promoción: VISITA Sra



Ghada Waly UNODC, Cena Protocolaria Presidencia, Visita Pat Mitchell, Almuerzo Empresarios Españoles, Semana de Colombia en el Colegio Los Nogales y celebración 10 años del TLC Bicentenario relaciones diplomáticas entre Colombia y USA & exhibición en Kennedy Center.

Adicionalmente se han realizado 5 talleres de oficio y una rueda de negocios; aportando con esto a un avance de 53% respecto a la meta del año correspondiente a 68 espacios.

Así mismo la entidad ha realizado inversión de producto artesanal un total de 198 beneficiarios que equivale al 44% de avance sobre la meta. Esto en un total de 25 departamentos y Bogotá, con compras por valor de \$617.062.525,44

Por otro lado, y como parte de la perspectiva en análisis, se encuentran los programas de Desarrollo Productivo Incluyente, los cuales se desarrollan bajo la estrategia de los Laboratorios de Innovación y Diseño. Al mes de junio continúa la atención integral de artesanos seleccionados (4.496) de la convocatoria y otros a través del proyecto de fortalecimiento logrando al corte atención de 5.510 artesanos. De estos beneficiarios 2.854 son artesanos nuevos. De otro lado, el 79,24% de los atendidos son mujeres y el 20,45% es población indígena. El 36,29% fueron atendidos por el módulo de comercialización, 23,34% por el módulo de Desarrollo Humano, el 78,20% por el módulo de Diseño, el 22,30% atendidos en temas de emprendimiento y el 10,19% por el módulo de producción. Se conservan los indicadores de atención por módulos del mes de mayo de 2022. En el proyecto de fortalecimiento se lograron facilitar negocios por \$ 347.300.700

La entidad continúa su compromiso con la Política de Economía Naranja, a través de la meta orientada a articulación con otras industrias creativas, es así que se continúa fortaleciendo la relación con siete (7) industrias creativas aliadas: Arte, Arquitectura, Moda, Joyería, Diseño, Academia y Turismo, estas dos últimas como cumplimiento de la meta de la vigencia 2022. Los principales avances se muestran a continuación:



## 1. DISEÑO

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

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

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

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



de exportación. Se apoyó en la consolidación de la información de cada taller

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

Durante junio el equipo regional de diseño desarrolló: 144 videoconferencias y/o talleres; 1396 asesorías virtuales en diseño, 52 desarrollos de material con contenido pedagógico; 58 catálogos y 187 materiales de comunicaciones.

## 2. PROGRAMA ARQUITECTURA VIVA

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

En el mes de abril se realizó el acompañamiento a la maestría en gestión cultural de la universidad de Montreal, con un grupo de 18 visitantes internacionales interesados en el programa.

Durante mayo Se realizó el diseño del showroom de arquitectura viva para la tienda de Anticuarios, se desarrolló el instructivo para instalación de cielorrasos tejidos en pérgolas, se desarrollaron los planos de taller para las telas del proyecto PORTOMARINE y barra del hotel AIMARA. Se hizo el acompañamiento para la instalación de los paneles tejidos de Café Azahar. Se acompañó la instalación de los paneles de Hunter Douglas en la tienda de anticuarios.

Se realiza visita talleres en Barichara para estudiar técnicas de arquitectura en tierra. Se visitó la obra del hotel ecológico en La Vega para revisar propuestas. Elaboración de diferentes muestras y



múltiples cotizaciones, solicitudes enviadas del equipo comercial.

### **3. PROGRAMA ARTE VIVO**

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

Se planteó la propuesta de ofrecimiento de la obra de Nancy Friedemann-Sánchez, Cornucopia, 2021 para que desde Artesanías de Colombia se proponga a las Instituciones que adquieren arte como el Museo Nacional, La Cancillería, Instituciones privadas y a diferentes hoteles. El principal objetivo es promover la obra realizada por la artesana Mary Ortega una de las pocas mujeres que realizan actualmente este oficio en Mopa-Mopa, Barniz de Pasto, cuya tradición fue declarada Patrimonio Cultural Inmaterial por la Unesco en 2020.

Se realizó una presentación del programa Arte Vivo a Luis Armando Soto de la Cancillería. Se diseñó y diagramó el Catálogo de la Colección 2021, con la colaboración entre 15 Artesanos y 7 Artistas para la cocreación de 16 obras. Adicionalmente se llevó a cabo presentación de propuesta de participación en ARTBO a Felipe Villada Jefe de Relaciones con Galerías e Invitados Especiales y está en proceso la gestión de espacio comercial en el mismo evento.

### **4. ACADEMIA**

Alianzas con Universidades: en el convenio con la Universidad El Rosario, se adelantan actividades con la facultad de Emprendimiento, realizando talleres con la Gerencia General y el equipo AdC, para identificación de potencialidades en el modelo de operación. Se realiza la coordinación necesaria para el viaje de grabación del documental homenaje al Mopa Mopa. Con la Universidad El Bosque, se adelantan acciones con el programa Arquitectura Viva, para realización de pruebas de laboratorio a fibras naturales.

En el marco del Convenio con la Universidad El Rosario, se realizó la visita a al maestro Gilberto



Granja, con el fin de realizar el documental sobre el mopa mopa, así mismo se inició la planeación de escritura contenidos para la enciclopedia saberes artesanales. Se llevó a cabo, el 28 de junio, el lanzamiento del documental sobre palma de pindo, realizado por esta Universidad.

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

### **5. TURISMO (Mapa Turístico Colombia Artesanal)**

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

Producto de las entrevistas a los artesanos de Tolima, se terminaron de escribir los perfiles artesanos de esta ruta. Se realizó la producción fotográfica y audiovisual de la Ruta Boyacá y se terminaron de escribir los perfiles de estos artesanos.

Se inició la construcción de la Ruta Caldas con el apoyo del equipo regional y ya se ha trabajado en las entrevistas y escritura de los perfiles de esta ruta. Ya se cuenta además con las fotografías y videos. simultáneamente se ha empezado a hacer la investigación de los atractivos turísticos de los municipios seleccionados, así como de la gastronomía y los lugares icónicos de la región.

Se ha empezado a hacer la investigación de los atractivos turísticos de los municipios seleccionados del departamento de Cauca.

### **6 y 7. PROGRAMA DE MODA Y JOYERÍA**

Se reportan los resultados de la convocatoria que finalizó el día 13 de marzo, con un total de 2656 artesanos que se inscribieron para las categorías de moda, accesorios, bisutería y joyería. De la misma se hace el análisis y son identificadas en colaboración con los equipos regionales de



Laboratorios de Innovación los grupos de atención para la vigencia actual. Se realizan las investigaciones de tendencias y son entregadas al equipo de Artesanías de Colombia en ciclo de conferencias como herramienta para el entendimiento de Sistema Moda.

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

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

Se reporta al mes de junio un total de 200 actividades entre virtuales y presenciales, llegando a 24 departamentos y 172 municipios; se realiza seguimiento a los 22 diseñadores convocados para participar en colección cápsulas.

Por otro lado, y con el fin de operacionalizar la estrategia orientada a elevar la productividad y competitividad del sector artesanal a través del fortalecimiento técnico y productivo de unidades productivas, una vez revisados los resultados definitivos de la Convocatoria Nacional se determina el plan de acción nacional con las unidades productivas y grupos artesanales que iniciaran y continuarán con la capacitación y asistencia para el mejoramiento de procesos productivos y técnicas, en los oficios de trabajo en madera, trabajo en cuero, cestería y tejeduría, a junio se reportan avances, así:

en el marco de la implementación de la estrategia de mejoramiento productivo:

### **Oficio trabajo en cuero**

1. Iniciación del curso taller presencial de cualificación técnica en Marroquinería Artesanal para cuero en Bogotá, enfocado al perfeccionamiento de procesos de corte, costura, pegues y acabados
2. Desarrollo del ciclo completo de capacitaciones técnicas virtuales con Región Sur Andina, departamentos de Cauca, Valle del Cauca y Nariño, en las temáticas de: generalidades del oficio, condiciones del Taller, elaboración y afilado de cuchilla, proceso de corte y pegado, proceso de costura y proceso de acabado de bordes o cantos.



3. Asistencia técnica presencial para el mejoramiento de los procesos productivos de corte y costura, a partir del uso y manejo adecuado de herramientas y de los procesos de afilado, corte, pegue, costura y acabados, aplicados a la elaboración de la waireña, con representantes artesanos de las comunidades Wayúu (Patajatamana, Katzaliamana, Matajuna y Paliyawain, Udkap), en el municipio de Uribia. Asimismo, se fortalece el proceso de tallaje de éste tipo de calzado, a través del uso de plantillas en diferentes tallas, con numeración nacional y americana para niño, mujer y hombre.
4. Asistencia técnica para el mejoramiento de los procesos productivos de corte, costura y armado, a partir de aplicación de procesos de costura manual, de la técnica de Peyon, en el oficio de tejeduría con las comunidades de Paliyawain y Katzaliamana.

### **Oficio trabajo en madera**

1. Iniciación del curso taller presencial de cualificación técnica en la técnica de carpintería básica en Bogotá, enfocado al perfeccionamiento de procesos manejo y afilado de herramienta manual, corte y ensambles.
2. Desarrollo del ciclo completo de capacitación técnica virtual para el mejoramiento y perfeccionamiento técnico y productivo con los artesanos de los departamentos de Cauca y Valle del Cauca, en las temáticas de: generalidades, almacenamiento y aprovechamiento de madera, proceso de lijado, aplicación de acabados naturales (cera de abejas, goma laca, tintes naturales y aceites ), e industriales (barnices, selladores, lacas y tintes a base agua), proceso de talla tridimensional y bidimensional en bajo y alto relieve y por ultimo afilado de herramientas.
3. Inicio de ciclo de capacitación técnica virtual con la Región de Altiplano para el mejoramiento técnico y productivo en las temáticas de: Generalidades y secado de la madera, reparación de productos, proceso de lijado, aplicación de acabados naturales (cera de abejas, goma laca, tintes naturales y aceites) e industriales (barnices, selladores, lacas y tintes a base agua) y proceso de talla bidimensional y bajo relieve.
4. Inicio de ciclo de capacitación técnica virtual con los departamentos de Tolima, Huila y Caquetá, para el mejoramiento técnico y productivo en las temáticas de : generalidades, almacenamiento y aprovechamiento de madera, proceso de lijado, aplicación de acabados naturales (cera de abejas, goma laca, tintes naturales y aceites ) e industriales (barnices, selladores, lacas y tintes a base agua) y ensambles.



### Oficio trabajo en tela

Se imparte asistencia técnica para el mejoramiento del proceso de patronaje en la elaboración de mantas en el oficio de trabajo en tela en Riohacha departamento de la Guajira, con el objetivo de optimizar materiales, facilitar la estandarización de tallas, mejorar el proceso de comercialización y diversificar el producto. El taller conto con la participación de representantes de los talleres artesanales: Aainalii (Riohacha), Mayabangloma (Fonseca), Wayuu Taya (Riohacha), Fundación Wayuu Anashi (Maicao), Sabouripo \_Ei'nna Akua'ipa tejiendo Identidad Y Memoria (Maicao)

Total unidades productivas (UP) fortalecidas a M6: 214 UP

- Asistencia técnica en la identificación e implementación de buenas prácticas ambientales y cumplimiento normativo (inscripción y fortalecimiento negocios verdes): 4 unidades productivas fortalecidas (1 Boyacá, 2 Atlántico, 1 Bolivar)

- Oficio trabajo en tela

Asistencia técnica presencial: 5 talleres artesanales en el departamento de la Guajira

- Oficio trabajo en cuero

Capacitación técnica virtual: 87 unidades productivas fortalecidas

Asistencia técnica presencial: 16 unidades productivas fortalecidas (Guajira)

Cursos cortos de cualificación técnica: 13 unidades productivas fortalecidas (modelismo y marroquinera manual)

- Oficio trabajo en totumo

Capacitación técnica virtual: 8 unidades productivas fortalecidas (Bolívar y Córdoba)

Asistencia técnica presencial: 17 unidades productivas fortalecidas (Magdalena)

-Oficio trabajo en madera

Capacitación técnica virtual: 55 unidades productivas fortalecidas (Arauca, Guainía, Casanare, Meta, Valle del Cauca y Cauca)

Cursos cortos de cualificación técnica: 9 unidades productivas fortalecidas (técnica talla y carpintería básica)

En cuanto a la implementación y coordinación de acciones para la promoción del comercio legal y leal, se destaca:



## Iniciativas para el manejo adecuado de las materias primas

### 1. Estrategia para el manejo adecuado de materias primas asociadas a la producción artesanal

Se realiza la identificación de un predio productor de gaita en el municipio de Ramiriqui (Boyacá), cuya propietaria es artesana y proveedora ocasional de la materia prima. Se realiza taller de buenas prácticas de aprovechamiento y solicitud de trámites ambientales, dirigido a la artesana propietaria del predio, con el fin de avanzar en el tema de legalidad.

Se realiza el acompañamiento a artesana y propietaria de predio en la consolidación de la documentación requerida para solicitar permiso de aprovechamiento de gaita bajo el Radicado No.2022ER6421 de 29 de junio de 2022 ante la Corporación Autónoma Regional de Chivor - CORPOCHIVOR, incluyendo Formato Único de aprovechamiento forestal, certificado de tradición y libertad del predio, entre otros.

### 2. Protocolo de aprovechamiento sostenible de una materia prima de importancia para el sector artesanal (palma seje)

Estructuración del protocolo preliminar de aprovechamiento de palma seje sustentado en la revisión de información secundaria de aspectos biológicos y ecológicos de la especie (*Oenocarpus bataua*) y en el contexto identificado en viaje de comisión. El protocolo incluye: Descripción del área de estudio, información general de la especie con énfasis en aspectos biológicos y ecológicos como dispersión, fenología y estructura poblacional, caracterización de la cosecha, recomendaciones de aprovechamiento, seguimiento y monitoreo, entre otros.

### 3. Estrategia de difusión de proveedores legales

- Acompañamiento y coordinación de taller de transferencia de saberes en la temática de aprovechamiento de materia prima, entre tres colectoras y artesanas de dos Cooperativas dedicadas al oficio de cestería con la especie paja blanca del municipio de Guacamayas y un cosechador de esparto y paja blanca en el Municipio de Sativanorte (Páramo Guina), con el fin de socializar los métodos de extracción de la materia prima, criterios de calidad como el largo y grueso de la fibra, estandarización de unidades y cálculo de precios de venta para paja blanca. Lo anterior, con el fin de articular los diferentes actores de la cadena productiva y promover la compra de la materia prima paja



blanca en el municipio de Guacamayas a un proveedor legal con permiso de aprovechamiento otorgado por la Corporación Autónoma Regional de Boyacá - CORPOBOYACÁ, que les permita la obtención de aval como negocios verdes.

- Participación de 10 grupos y/o unidades productivas artesanales de los departamentos de Caldas, Risaralda, Caquetá, Huila, Tolima, Cauca, Valle del Cauca y Casanare en los talleres presenciales de socialización y sensibilización dirigido a diferentes actores interesados en la aplicación del Decreto 690 del 24 de junio de 2021 sobre el manejo sostenible de la flora silvestre y de los productos forestales no maderables, desarrollado por el Instituto de Investigación Alexander von Humboldt (IAvH). Los talleres poseen un componente teórico sobre la normativa y un componente práctico para el levantamiento de información requerida para el cálculo de la oferta del recurso natural. La participación de estos grupos y unidades productivas les permitió precisar y aclarar información sobre la aplicación de la norma e identificar que los trámites de legalidad hacen parte de comercialización legal de sus productos.

Asesoría, acompañamiento y seguimiento a los trámites de legalidad

- Seguimiento en conjunto con la ventanilla de Negocios Verdes de la CAR al estado del avance de los permisos de aprovechamiento de 4 artesanas del municipio de Fúquene bajo los expedientes 90396, 90397, 90398 y 90399 a través del Radicado No. 20221039591 del 17 de mayo de 2022. De acuerdo con respuesta emitida por la CAR bajo Radicado 14222003830 del 29 de junio de 2022 el estado de los trámites se mantiene igual que el reportado para el mes de abril. Se está a la espera de respuesta a memorando interno de la Dirección de Cultura Ambiental y Servicio al Ciudadano (DCASC) de la CAR bajo el Radicado No. 20223049353.

- Seguimiento al estado de avance de permisos de aprovechamiento de iraca con productores del municipio de San Juan de Nepomuceno ante la Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique - Cardique, donde se emiten Auto de inicio No. 0148 de 16 de mayo de 2022 y Auto de inicio de No. 0197 del 6 de junio de 2022 para los productores Wilberto Rodríguez y Eugenio Antonio Mendoza Carmona, por medio de los cuales se da inicio a los trámites de permiso de manejo sostenible de la flora silvestre y de los productos forestales no maderables.



- Se realiza acompañamiento a artesano de Sativanorte para la solicitud de expedición de Salvoconducto de Movilización para las especies de paja blanca y esparto. En donde, mediante Radicado No. 014637 de 21 de junio de 2022 se solicita el cargue de la Resolución 2349 del 6 de diciembre de 2021 por medio de la cual se otorga el permiso de aprovechamiento de estas especies y mediante Radicado No. 015426 de 30 de junio de 2022, se solicita la modificación de los nombres científicos de las especies otorgadas por las solicitadas para aprovechar.

Como parte de los programas especiales, el programa de Atención a Población Víctima y Vulnerable, Al mes de junio se han adelantado acompañamientos a grupos de mujeres artesanas de forma directa en los departamentos de Cesar, Bolívar, Córdoba, Zona del Urabá Antioqueño, Choco, Valle del Cauca, Cauca, Nariño y en la ciudad de Bogotá. En esta cobertura se han acompañado a un total de 517 mujeres entre los meses de enero a junio de 2022. El total de beneficiarios del programa al corte del informe es de 625 artesanos

En cuanto al programa para el apoyo y fomento a la actividad artesanal de las comunidades o grupos étnicos, como expresión de sus economías propias, Se reporta un total de 253 beneficiarios, de los cuales 233 se encuentran ubicados en los Departamentos focalizados para la actual vigencia: La Guajira, Guaviare, Magdalena, Putumayo, Risaralda, Sucre, Valle del Cauca, Vaupés, Vichada y Bogotá D.C, y 20 en Amazonas, Caquetá, Cauca, Choco, Guaina, Huila y Nariño, departamentos que no se encuentran priorizados desde el proyecto pero que están siendo atendidos en el marco del convenio de Cooperación celebrado entre Colombia Productiva y Artesanías De Colombia S. A.

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

Entre los resultados estratégicos los cuales la alta dirección monitorea de manera permanente, se encuentra el número de beneficiarios atendidos. Es así que, en lo corrido del año, producto de las actividades ya mencionadas, la entidad ha atendido 7.246 beneficiarios (número de servicios), esto



equivale a un avance del 59,5% de la meta correspondiente a 12.180 beneficiarios, meta ajustada durante el segundo trimestre, específicamente en el Programa de Atención a Grupos Étnicos, la cual pasó de 300 a 460 beneficiarios, esto derivado de las actividades que se llevan a cabo como producto de la Alianza con Colombia Productiva y el Ministerio de Comercio. De este total atendido el 78,3% son mujeres es decir 5.673 beneficiarias.

Como parte del objetivo orientado a rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal, se resalta durante el año las 27.263 visitas equivalente a 23.910 usuarios en la Biblioteca digital. Es de aclarar que en el mes de marzo se inició un diagnóstico para validar a que obedecía un incremento sin precedentes en el número de usuarios durante el primer trimestre, y que hacía ver muy por encima los avances sobre la meta de la vigencia

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

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

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

En cuanto las memorias de oficio, iniciativa institucional, con corte a junio, los investigadores se encuentran en trabajo de campo de los 8 oficios: Vidrio, Forja, Marroquinería y Talla en madera (Bogotá); y Joyería, arte manual, cerámica y trabajo en madera (Medellín)

Como parte del programa de Propiedad Intelectual en el transcurso del año 2022 se han adelantado 23 jornadas de atención a interesados en los servicios del programa de Propiedad Intelectual aplicado a



las Artesanías así: Santander (Barichara-Curiti), Bogotá: Clúster de Joyería Cámara de Comercio; Consejo Regional Indígena del Cauca -CRIC, Cúcuta, Antioquia (Carmen de Viboral), Magdalena (Santa Marta: Kogui), César (Valledupar: Arhuacos y Kankuamos), Bolívar (Mompox), Buenaventura (Valle) y Vélez (Santander); estas de manera presencial y se han llevado a cabo algunas de manera virtual en Tolima, Huila, Magdalena, César, La Guajira, Nariño, Boyacá, Antioquia, Eje Cafetero, Orinoquia, Centro Occidente Bogotá, Cundinamarca, Bolívar, Atlántico, Boyacá, Santander y Norte de Santander.

Al corte se han realizado 61 radicaciones de trámites de registros de marcas.

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



La perspectiva de **procesos internos**, cuenta con un **cumplimiento del 97,54%** de lo estimado para el trimestre. Durante Q2 se han estado ejecutando las actividades formuladas en los planes de acción, alineados con la planeación, de las políticas del MIPG aplicables a la entidad.



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

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

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



AGRUPACIÓN ADC	REAL	ESTIMADO	Cumplimiento indicador a Q2	POLITICAS O PLANES	REAL	ESTIMADO	Cumplimiento
Fortalecer la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación	58,00%	60,00%	96,67%	Política de Planeación Institucional	58,0%	60,0%	96,7%
				Plan anticorrupción y de atención al ciudadano	21,7%	22,4%	96,9%
Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro).	42,14%	48,56%	86,76%	Política de Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	53,90%	64,40%	83,7%
				Política de Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público (Plan de gasto público)	48,13%	56,00%	85,9%
				Política de Defensa jurídica y del proceso de gestión legal	44,50%	44,50%	100,0%
				plan de trabajo para la implementación de la política de compras y contratación pública	50,00%	50,00%	100,0%
				Plan de Austeridad	34,60%	47,40%	73,0%
				Plan de activos fijos	26,50%	35,90%	73,8%
				Ejecutar el plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles	30,25%	45,70%	66,2%
				Plan de acción de la Coordinación de Gestión Administrativa	49,20%	44,60%	100,0%
Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano)	21,96%	23,87%	92,01%	Plan de acción (Estrategia) Participación ciudadana	32%	13%	100,0%
				Política de racionalización de trámites	3%	23%	14,3%
				Política de Servicio al ciudadano	31%	35%	87,3%
Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital"	43,85%	38,25%	100,00%	Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - PETI	35%	26%	100,0%
				Plan de tratamiento de Riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información	36%	55%	65,5%
				Plan de Seguridad y privacidad de la Información	52%	15%	100,0%
				Plan de Mantenimiento de Servicios Tecnológicos	53%	58%	100,0%
Fortalecer la dimensión de evaluación por resultados	53,77%	53,37%	100,75%	Política seguimiento y evaluación del desempeño institucional	54%	53%	100,7%
Fortalecer la dimensión de Información y Comunicación	47,90%	43,38%	100,00%	Política de Transparencia y acceso a la información pública y lucha contra la corrupción	51%	43%	100,0%
				Política de Gestión Documental	80%	50%	100,0%
				Plan Institucional de Archivos de la Entidad - PINAR	40%	55%	72,7%
				Plan de Conservación Documental	52%	44%	100,0%
				Plan de Preservación Digital	17%	25%	66,0%
Fortalecer la dimensión de Control interno	59,50%	57,50%	100%	Política de Control Interno	60%	58%	100,0%
Fortalecer la dimensión de Gestión Estratégica del Talento Humano	35,54%	44,18%	80,45%	Plan de la Ruta de la Felicidad	36%	34%	100,0%
				Cumplimiento del plan de incentivos (PA-2)	10%	10%	100,0%
				Plan trabajo del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo	39%	44%	87,3%
				Plan de trabajo de la ruta del calidad	45%	62%	73,1%
				Plan de trabajo de la ruta del crecimiento	23%	48%	47,9%
				Plan de trabajo de Gestión del Conocimiento e innovación	44%	25%	100,0%
				plan de la ruta de análisis de datos (PA-2)	58%	73%	79,5%
				Plan de trabajo del Código de Integridad	30%	58%	51,5%



Como parte de esta perspectiva, se ha formulado la estrategia institucional, enfocada en potenciar las actividades de promoción, comunicación y visibilización de la actividad artesanal y la gestión institucional, es así que, para observar su avance, se realiza de manera permanente rastreo a medios de comunicación, lo que ha permitido evidenciar en lo corrido de 2022, un retorno por \$ 2.143MM, es decir un 23% de la meta, como recursos free press. Durante el año se ha logrado un total de 399 apariciones en medios, lo que es un 31% de avance (de una meta de 1.300) y se gestionaron 324 publicaciones es decir el 46% de avance sobre la meta de 705.

Los planes orientados a fortalecer la comunicación interna, externa y digital fueron formulados durante el mes de enero y a Q1 cuentan con avances del: 47%, 62% y 53% respectivamente, lo que equivale a un cumplimiento por encima del 100% en promedio de lo estimado para el corte.

La perspectiva de **aprendizaje y desarrollo**, que alcanzó un **cumplimiento del 79,91%**, se operacionaliza a través de la ejecución de planes que dan alcance a las diferentes estrategias formuladas en el Pan Estratégico de Talento Humano, el cual cuenta con un avance del 37% a junio.

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

- Plan de incentivos: 11% avance
- Plan de la ruta de análisis de datos: 61% avance
- Plan de la ruta de la felicidad: 38% avance
- Plan del SGSST: 41% avance
- Plan de la ruta del crecimiento (PIC): 24% avance
- Plan de la ruta de la calidad: 48% avance
- Plan del código de integridad: 31% avance

La perspectiva **de sostenibilidad financiera**, con un **76,37% de cumplimiento**, incluye la estrategia organizacional que cuenta con iniciativas encaminadas a gestionar y obtener recursos mediante cofinanciación de proyectos a nivel territorial, nacional e internacional, con entidades públicas y/o privadas. Así mismo se gestionan patrocinios que permitan apalancar actividades de promoción y visibilización de la actividad artesanal.



Es así que, en lo corrido de 2022 se han identificado y consolidado actores claves en las Redes de Apoyo Local en las regiones y con ellos poder gestionar proyectos, de igual manera conformó un equipo de "Cazadores" de proyectos de cooperación para gestionar recursos para proyectos nacionales con enfoques específicos.

En el marco de la iniciativa nacional, se han concretado 2 convenios y 3 alianzas nacionales logrando así un monto por \$1.663,01 MM.

Se concretaron convenios con:

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

Y alianzas con:

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

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

En cuanto a la estrategia de cooperación internacional se ha logrado cofinanciación de recursos por un monto de: \$189,1MM producto de las alianzas con:

- Programa Colipri (Colombo Suizo) para asistir a la segunda parte de Cooperación COL COL en Barbosa y Vélez-Santander
- Alianza con Amy Koslow Gallery en Washington DC, para la compra de 18 productos de werregue a Crucelina Chocho
- Alianza con Iberartesanías: Acta 14 del Comité Virtual de marzo 2022, por USD35.750 del Fondo de Vulnerabilidad para la Reactivación Económica del Sector Artesanal y USD11.172 para Tiendas Virtuales

En cuanto a patrocinios durante el primer semestre se concretó alianza con Davivienda - DaviPlata



para apoyos en la participación en el Carnaval del Perdón - Sibundoy. Esta alianza permitió cofinanciación por valor de \$6,3MM. Antes del cierre del trimestre se recibió confirmación de la propuesta presentada a Daviplata por \$300 millones para: EXPOARTESANO, Mercado del Claustro y ferias regionales, en espera de concretar la negociación.

Así mismo está en proceso alianza con AVIANCA para descuentos en tiquetes para ADC y EXPOARTESANO y una estrategia de divulgación en redes de esta aerolínea.

Todo lo anterior ha permitido apalancar recursos por un total de \$1.858,4MM equivalente al 44,3% de la meta de la vigencia la cual corresponde a \$4.196MM.

Frente al monitoreo de la ejecución presupuestal, con corte a junio se comprometió el 59,97% de la apropiación definitiva de la vigencia 2022 y se obligó el 35,32% (Esto corresponde al total de la vigencia: Transferencias). La meta en cuanto a transferencias, para primer semestre era del 31,86%

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

6 Programas de eco-eficiencia y 32 actividades formuladas.

Avance programas de ecoeficiencia: Se han obtenido porcentajes de avances en 29 de las 32 actividades formuladas. El avance obtenido a M6 es del 71%.

Avance programa misional: 5 actividades formuladas. El avance obtenido para M6 es del 66,6%.

### **COMPORTAMIENTO PLAN DE ACCIÓN POR AREAS Y PERSPECTIVAS**

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



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

**DEPENDENCIA:**

DEPENDENCIA	CUMPLIMIENTO	AVANCE
Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal	99,56%	51,70%
Subgerencia de Promoción y generación de oportunidades comerciales	93,65%	32,12%
Subgerencia Administrativa y Financiera	80,95%	42,37%
Oficina Asesora de Planeación e Información	89,36%	45,30%
Oficina de Control Interno	100,00%	62,63%
Gerencia	73,33%	28,23%
<b>PROMEDIO PLAN POR DEPENDENCIAS</b>	<b>89,48%</b>	<b>43,72%</b>

**PERSPECTIVA:**

PERSPECTIVA	CUMPLIMIENTO	AVANCE
CLIENTES BENEFICIARIOS	93,32%	39,07%
PROCESOS INTERNOS	97,54%	46,05%
APRENDIZAJE Y DESARROLLO	79,91%	37,41%
SOSTENIBILIDAD FINANCIERA	76,37%	33,57%
COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE	100,00%	78,90%
<b>PROMEDIO PLAN POR PERSPECTIVAS</b>	<b>89,43%</b>	<b>47,00%</b>



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

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

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

SEMAFORIZACION CUMPLIMIENTO	
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado menor al 100%
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado igual al 100%
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado mayor a 100%



### 1. CLIENTE BENEFICIARIO

OBJETIVO 1: Contribuir a la generación de ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.										
Programa/proyecto e iniciativas	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de medición	Meta 2022	Meta actualizada 2022	Valor real Q2	Estimado Q2	Avance Q2	Cumplimiento Q2	
Fortalecer y alinear la actividad artesanal con el turismo cultural	Asesorar en desarrollo de marca y catálogo	Asesorías en desarrollo de marca y catálogo realizadas (PA-2)	Trimestral	22		6	6	27%	100%	
	Beneficiar artesanos en el desarrollo de marca y catálogo	Artesanos beneficiados en el desarrollo de marca y catálogo (PA-2)	Trimestral	355		102	96	29%	100%	
	Fortalecer las competencias comerciales digitales de los artesanos a través de capacitaciones	Artesanos beneficiados en capacitaciones comerciales digitales (PA-2)	Trimestral	126		0	0	0%	NA	
	Sensibilizar a los artesanos sobre la importancia de transmitir al turista el valor de la artesanía a partir de la técnica y el oficio	Unidades artesanales asesoradas ubicadas en las rutas turísticas (PA-2)	Trimestral	424		203	203	48%	100%	
	Realizar la puesta en marcha del mapa turístico artesanal	Rutas turísticas incluidas en el mapa (PA-2)	Anual	6			NA	0%	NA	
		Ferias regionales, nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	31		24	12	77%	100%	
Facilitar y ampliar espacios de comercialización de artesanías (local, regional, nacional e internacional)	Facilitar la participación en ferias regionales, nacionales e internacionales	Monto de ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	1175		726	120	62%	100%	
	Organizar ferias artesanales a nivel nacional en asociación con terceros	Ferias organizadas en asociación con terceros (PA-2)	Semestral	2		0	0	0%	NA	
		Ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias organizadas en asociación con terceros (PA-2)	Anual	14302				0%	NA	
	Facilitar la participación en eventos y talleres de oficio	Eventos regionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	15		6	7	40%	85%	
		Talleres de oficio (PA-2)	Trimestral	15		5	6	33%	83%	
	Facilitar negocios y oportunidades comerciales a los artesanos	Ingresos de los artesanos a través de oportunidades comerciales a los artesanos (PA-2)	Trimestral	6235		1765	230	28%	100%	
	Facilitar la participación en ruedas de negocios	Ruedas de negocios con participación de artesanos (PA-2)	Semestral	6		1	2	20%	50%	
Facilitar la participación de artesanos en eventos especiales de exhibición y ferias locales, regionales, nacionales e internacionales	Facilitar la participación de unidades productivas en ferias organizadas por Artesanías de Colombia	Unidades artesanales participantes en ferias organizadas en asociación con terceros (PA-2)	Anual	760				0%	NA	
	Beneficiar artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales	Artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	399		313	111	79%	100%	
	Facilitar la participación de unidades artesanales en oportunidades comerciales	Artesanos beneficiados con oportunidades comerciales (PA-2)	Mensual	335		122	73	36%	100%	
	Beneficiar artesanos con la capacitación en mercados y ventas	Unidades artesanales participantes de mercados y ventas (PA-2)	Trimestral	4000		1676	2000	42%	94%	
	Beneficiar artesanos con la participación en ruedas de negocios	Unidades artesanales participantes en ruedas de negocios (PA-2)	Semestral	525		0	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 ferias y ventas institucionales	Ventas mensuales (PA-2)	Mensual	4400		1642	1262	37%	100%	
	Concretar ventas de artesanía a través de ferias y ventas institucionales	Clientes institucionales para ventas nacionales (PA-2)	Mensual	91		36	34	40%	100%	
	Contactar embajadas para facilitar pedidos de artesanía colombiana a través de embajadas de Colombia en el mundo	Embajadas contactadas para generar pedidos de artesanía (PA-2)	Semestral	8		8	3	100%	100%	
	Fortalecer la venta de artesanía a nivel internacional	Clientes internacionales (PA-2)	Trimestral	15		6	9	40%	87%	
	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 AEC (PA-2)	Mensual	1700		443	337	26%	100%	
	Beneficiar artesanos con la comercialización a través de Artesanías de Colombia	Artesanos beneficiados por comercialización a través de AEC (PA-2)	Trimestral	450		198	106	44%	100%	
	Identificar la oferta de producto artesanal en los diferentes canales de producción y búsqueda de oportunidades comerciales	Nuevos productos comprados (PA-2)	Trimestral	1638		65	0	4%	100%	



El progreso  
es de todos

Mincomercio

OBJETIVO 2: Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías									
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Meta actualizada 2022	Valor real Q2	Estimado Q2	Avance Q2	Cumplimiento Q2
Concertar acuerdos con otras instituciones relacionadas con el sector	Elaborar agenda de trabajo interinstitucional que priorice territorios, asuntos críticos y soluciones a trabajar, con el impulso de ADC y el apoyo de MINCIT para generar acuerdos	Documento con Agenda de trabajo que priorice territorios, asuntos críticos y soluciones a trabajar e implementación de dicha agenda (PA-2)	Anual	1		1	1	100%	100%

OBJETIVO 3: Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional									
Programas/proyectos (Iniciativa)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Meta actualizada 2022	Valor real Q2	Estimado Q2	Avance 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	43		30	30	70%	100%
		Iniciativas colectivas apoyadas para el mejoramiento productivo y técnico: el fortalecimiento asociativo o la formalización. (PA-2)	Trimestral	8		7	4	88%	100%
Fortalecer los Laboratorios de Innovación y Diseño y Proyectos Especiales	Fortalecer la innovación a través del diseño aplicado a la producción de artesanías	Nuevos productos innovadores producidos (PA-2)	Anual	900			NA	0%	NA
	Articular el sector artesanal con otras industrias creativas	Articulaciones con otras actividades pertenecientes a la economía naranja (PA-2)	Anual	7			NA	0%	NA
	Vincular a nuevos artesanos a los laboratorios de innovación y diseño y programas especiales.	Beneficiarios Laboratorios de Innovación y Diseño (PA-2)	Mensual	8100		5510	3645	68%	100%
		Nuevos artesanos formados y fortalecidos en los eslabones de la cadena de valor (PA-2)	Mensual	3645		2854	1640	78%	100%
	Fortalecer la red de aliados de los laboratorios de innovación y diseño	Aliados Regionales (PA-2)	Trimestral	33		30	29	91%	100%
	Impulsar los Programas especiales	Beneficiarios atendidos Programa APV (PA-2)	Mensual	900		625	500	69%	100%
Beneficiarios atendidos grupos étnicos (PA-2)		Mensual	300	460	253	240	55%	100%	
Incentivar la cultura del emprendimiento y la formalización en el sector artesanal	Fortalecer las capacidades empresariales de los artesanos, mediante capacitación; fomentar el trabajo asociativo e impulsar la cultura de formalización	Artesanos capacitados en habilidades empresariales (PA-2)	Semestral	2500		3387	1200	100%	100%



El progreso  
es de todos

Mincomercio

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

Programas/proyectos (iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Meta actualizada 2022	Valor real Q2	Estimado Q2	Avance 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	0%	NA
Promover la transmisión de conocimiento a nuevas generaciones	Diseñar e implementar acciones para vincular a nuevas generaciones a la actividad artesanal	Acciones para vincular nuevas generaciones (PA-2)	Anual	14		NA	NA	0%	NA
Preservar el patrimonio cultural inmaterial del sector artesanal	Recopilar el conocimiento que se obtenga de los pueblos artesanales	Nuevos registros de informes proyectos misionales (PA-2)	Trimestral	12	32	16	16	50%	100%
		Nuevos registro de documentos institucionales históricos recuperados (PA-2)	Trimestral	1200		600	600	50%	100%
	Fortalecer la investigación sobre la actividad artesanal para respaldar la preservación del patrimonio cultural	Memorias de oficios (PA-2)	Semestral	8		0	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		61	35	51%	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		0	1	0%	0%
		Tiempo de permanencia en consulta (PA-2)	Trimestral	1200		843	500	70%	100%

**CUMPLIMIENTO Q2 (CLIENTES BENEFICIARIOS)**

**93,32%**

**AVANCE Q2 (CLIENTES BENEFICIARIOS)**

**39,07%**



## 2. PROCESOS INTERNOS

OBJETIVO 5: Actualizar y alinear las prácticas del buen gobierno corporativo al modelo de gestión de la entidad								
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia	Meta 2022	Valor real Q2	Estimado Q2	Avance Q2	Cumplimiento Q2
Incorporar y aplicar buenas prácticas de gobierno corporativo	Actualizar, socializar e implementar el código de buen gobierno corporativo de la entidad	Cumplimiento implementación código de buen gobierno (PA-2)	Anual	100		NA	0%	NA
Mantener actualizado el modelo integrado de planeación y gestión (MIPG)	Fortalecer la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión de direccionamiento estratégico y planeación (PA-2)	Trimestral	95%	58,00%	60,00%	61%	96,7%
	Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro).	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión "Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro)" (PA-2)	Trimestral	95%	42,14%	48,56%	44%	86,78%
	Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano)	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión "Gestión con Valores para Resultados (Relación estado ciudadano)" (PA-2)	Trimestral	95%	21,96%	23,87%	23%	92%
	Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital"	Cumplimiento planes de acción de las políticas "Gobierno y Seguridad Digital" (PA-2)	Trimestral	95%	43,85%	38,25%	48%	100%
	Fortalecer la dimensión de evaluación por resultados	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "evaluación por resultados" (PA-2)	Trimestral	95%	53,77%	53,37%	57%	100,0%
	Fortalecer la dimensión de Información y Comunicación	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión "Información y Comunicación" (PA-2)	Trimestral	95%	47,90%	43,38%	50%	100%
	Fortalecer la dimensión de Control interno	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "Control interno" (PA-2)	Trimestral	95%	59,50%	57,50%	63%	100%
OBJETIVO 6: Fortalecer el posicionamiento de la actividad artesanal y de la entidad frente a sus grupos de interés								
Actividad	Iniciativas	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Valor real Q2	Estimado Q2	Avance Q2	Cumplimiento Q2
Potenciar las actividades de promoción, comunicación y visibilización de la actividad artesanal y la gestión institucional	Realizar mayor divulgación de información de la entidad a través de medios locales, regionales y nacionales	Cumplimiento del plan de comunicaciones externas (PA-2)	Trimestral	95%	59,0%	49,0%	62%	100%
	Fortalecer la comunicación al interior de la entidad	Cumplimiento del plan de comunicaciones internas (PA-2)	Trimestral	95%	45,1%	38,9%	47%	100%
	Fortalecer la comunicación digital y la comunidad social	Cumplimiento del plan de acción de estrategia digital (PA-2)	Trimestral	95%	50,0%	52,0%	53%	100%
<b>CUMPLIMIENTO Q2 (PROCESOS INTERNOS)</b>					<b>97,54%</b>			
<b>AVANCE Q2 (PROCESOS INTERNOS)</b>					<b>46,05%</b>			



### 3. APRENDIZAJE Y DESARROLLO

OBJETIVO 7: Gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad								
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Valor real Q2	Estimado Q2	Avance 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%	35,75%	33,80%	38%	100%
	Crear un ambiente laboral con énfasis en trabajo en equipo, actitud de servicio al ciudadano e innovación a través de la gestión que permita brindar reconociendo por logros sobresalientes	Cumplimiento del plan de incentivos (PA-2)	Trimestral	95%	10,00%	10,00%	11%	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%	38,69%	44,30%	41%	87%
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%	45,30%	62,00%	48%	73%
		Cumplimiento de la ruta de crecimiento (PA-2)	Trimestral	95%	22,85%	47,70%	24%	48%
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%	44%	25%	46%	100%
	Fortalecer la toma de decisiones en cuanto a la optimización de TH a partir del análisis de datos de información	Cumplimiento del plan de la ruta de análisis de datos (PA-2)	Trimestral	95%	58%	73%	61%	79%
	Generar un plan enfocado a la apropiación de la misión y visión institucional y la política de integridad	Cumplimiento del plan del Código de Integridad (PA-2)..	Trimestral	95%	29,61%	57,50%	31%	51%
<b>CUMPLIMIENTO Q2 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)</b>					<b>79,91%</b>			
<b>AVANCE Q2 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)</b>					<b>37,41%</b>			



#### 4. SOSTENIBILIDAD FINANCIERA

OBJETIVO 8: Administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación de la entidad								
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Valor real Q2	Estimado Q2	Avance 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	50%	100%
OBJETIVO 9: Apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas								
programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Valor real Q2	estimado Q2	Avance 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	30	1	5	3%	20%
	Generar alianzas con industrias creativas dentro del marco de la economía naranja	Alianzas con industrias creativas (PA-2)	Anual	3			0%	NA
	Gestionar la cooperación internacional	Aliados de cooperación internacional (PA-2)	Trimestral	8	5	1	63%	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	5	5	20%	100%
OBJETIVO 10: Implementar estrategias para aprovechar los activos fijos de la entidad que contribuyan a la generación de ingresos de los artesanos y/o a la sostenibilidad de la operación de Artesanías de Colombia								
programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Valor real Q2	Estimado Q2	Avance 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%	30,4%	49,17%	32%	62%
<b>CUMPLIMIENTO Q2 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)</b>					<b>76,37%</b>			
<b>AVANCE Q2 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)</b>					<b>33,57%</b>			



### 5. COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE

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

Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2022	Valor real Q2	Estimado Q2	Avance 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%	71,0%	57,8%	75%	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%	83%	50%	83%	100%

**CUMPLIMIENTO Q2 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)**

**100%**

**AVANCE Q2 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)**

**78,9%**