



AVANCE Y CUMPLIMIENTO PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL SEGUNDO TRIMESTRE 2019

A continuación, se muestran el avance y cumplimiento del plan de acción 2019, por perspectiva estratégica, con corte 30 de junio de 2019. El plan general por perspectiva cuenta con un cumplimiento del **87%**, destacándose el cumplimiento de las perspectivas de **medio ambiente** con un **100%** de cumplimiento y **sostenibilidad financiera**, con un cumplimiento del **94%**.

Frente a la perspectiva de **comunidad y medio ambiente**, la cual operacionaliza dos objetivos estratégicos, cuenta con un cumplimiento del 100% de lo planeado para el segundo trimestre.

Las actividades desarrolladas en el marco de esta perspectiva, están organizadas en dos frentes de trabajo, el Plan de gestión ambiental en lo misional y el Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA).

En el primer frente de trabajo, se destacan actividades enmarcadas en las siguientes iniciativas así:

- Plan de manejo y aprovechamiento forestal: Identificación de zonas productoras de gaita ubicadas en el Municipio de Pajarito (Boyacá), cuya materia prima es utilizada en cestería por artesanos de Duitama (Boyacá).
- Diagnósticos de oferta y demanda: Levantamiento de diagnóstico de oferta y demanda para la especie Gaita en el municipio de Pajarito (Boyacá).
- Mesas de trabajo interinstitucionales: Mesa de trabajo con funcionarios de oficina de Dirección de Bosques Biodiversidad y Servicios eco sistémicos del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, con el fin de tratar aspectos relacionados con la Normativa de Productos Forestales No Maderables. Estableciendo la necesidad de aclarar inquietudes frente a vacíos normativos existentes especialmente frente a registro de cultivos de especies no maderables, que deben ser definidos por la oficina jurídica de MinAmbiente.

Participación en el evento denominado Formulación del Plan Departamental de Negocios Verdes del Departamento de Boyacá para la socialización de trámite ambiental adelantado por productor de esparto en el municipio de Sativanorte, que culmina con la primera obtención del



permiso de aprovechamiento sostenible de una especie no maderable ubicada en zonas de Páramo.

- Acompañamiento y seguimiento en la solicitud de tramites de legalidad:
- Permiso aprovechamiento esparto - Sativanorte (Boyacá): Socialización de obligaciones y compromisos derivados de la Resolución 0227 de 05 de febrero de 2019 al beneficiario del permiso de aprovechamiento con Corpoboyacá mencionadas en Resolución 0227 de 05 de febrero de 2019, sobre compensaciones u obligaciones adquiridas por productor de esparto. Acompañamiento en proceso de radicación de Primer informe de Avance de Compensación como parte de las obligaciones establecidas en Resolución 0227 de 05 de febrero de 2019.
- Permiso de aprovechamiento paja blanca - Tibana (Boyacá: Asesoramiento y acompañamiento en la solicitud de permiso de aprovechamiento persistente de paja blanca (*Calamagrostis effusa*), en predio de propiedad pública, ubicado en zona de Páramo del Municipio de Tibaná, ante CORPOCHIVOR.

En cuanto al PIGA Artesanías de Colombia recibió el 7 de junio un reconocimiento de la Secretaría Distrital de Ambiente por su alto desempeño en la implementación del Plan Institucional de Gestión Ambiental PIGA y cumplimiento normativo, como entidad voluntaria del orden nacional. Este reconocimiento refleja el compromiso ambiental de la entidad y su propósito en la promoción de prácticas ambientales que contribuyan a la mejora constante de la calidad ambiental y el uso eficiente de los recursos.

Entre las actividades a resaltar en el marco de los programas de Ecoeficiencia, durante el corte, se encuentran:

Uso Eficiente del Agua: Actualización de inventario de sistemas hidro-sanitarios con lo que cuenta la entidad. Se realiza el registro y verificación trimestral del consumo de agua, el cual permite evidenciar una disminución a M6 del 4,4% con respecto al periodo del año anterior (noviembre2017-mayo2018).

Uso Eficiente de la Energía: Actualización de inventario de fuentes lumínicas por sede de Artesanías



de Colombia.

Uso Eficiente del Papel: Como actividad de promoción de buenos hábitos en el consumo de papel se implementa la revisión y corrección digital de cumplidos con el objeto de reducir el número de impresiones.

Programa Gestión Integral de Residuos: Se realiza entrega periódica de los residuos aprovechables generados en la entidad, actualización del documento PGIRESPEL; inspección, pesaje y registro mensual de los residuos no aprovechables generados en la entidad e inspección, pesaje y registro mensual de los residuos peligrosos generados en la entidad.

Programa Consumo Sostenible: Inclusión de clausula ambiental en la invitación y contrato ADC 2019-201 para el diseño, producción, logística, exhibición, montaje y desmontaje para las ferias de AdC, relacionada con la implementación de un programa de gestión de residuos sólidos generados durante y después del montaje.

Programa Implementación de Buenas Prácticas: Registro trimestral de consumo de combustible para los vehículos de la Entidad que refleja una disminución del 27,4%.

En la perspectiva de **sostenibilidad financiera**, la cual presenta un cumplimiento del 94%. Frente a la iniciativa orientada a fortalecer la gestión para la consecución de recursos de inversión para el sector artesanal, resultado del proceso de búsqueda de cooperantes, aliados y patrocinios, al corte se han concretado \$4.744 millones de cofinanciación con entes regionales y de cooperación internacional; así mismo producto de las alianzas y patrocinios se han obtenido \$931 Millones. Esto equivale a un total de \$5.676 Millones que equivalen al 68% de la meta de la vigencia.

Lo anterior se deriva de haber concretado alianzas y/o convenios con 9 entidades de cooperación, entre ellas: Agencia de Cooperación de Turquía TIKa; Agencia para el Desarrollo Internacional – USAID. Operador ACIDI VOCA; Agencia Española para la Cooperación Internacional al Desarrollo – AECID; Embajada de Marruecos en Colombia; Embajada de Nueva Zelanda en Colombia; Organización Internacional para las Migraciones – OIM; Organización Mundial de la Propiedad Intelectual- OMPI; International One Village One Product IOVOP y el Ministerio de Industria, Comercio



Exterior y Servicios de Brasil: Programa Brasileiro de Artesanato – PAB.

Se destaca en esta iniciativa el logro, antes de lo planeado, de la concreción de alianzas con tres industrias creativas: Cine Colombia, Caracol, Universidad de los Andes.

En cuanto a la iniciativa dirigida a monitorear la situación financiera y presupuestal de la entidad, se ha presentado oportunamente la información presupuestal. Con corte a Junio de 2019, se obligaron \$8.173 millones que corresponden al 36,15% del total de la apropiación de la vigencia equivalente a \$22.610 (Con la apropiación bloqueada por valor de \$4.752 millones).

En cuanto a la perspectiva de Cliente y Beneficiario, la cual alcanzó un cumplimiento del 89%. Se destaca de las actividades realizadas en Q2 aquellas relacionadas con el objetivo de contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales, entre estas se el apoyo por parte de la entidad en la organización del Tercer Carnaval Artesano Pasto 2019, ubicada en la Casona Taminango, en el marco del Carnaval de Negros y Blancos 2019, se realizó del 3 al 7 de enero, contó con la participación de 81 expositores, alcanzado ventas por 190 millones de pesos.

Así mismo se facilitó la participación de 25 artesanos en la Feria Artesanal de Manizales 2019 que se realiza del 4 al 14 de enero en Manizales Caldas; se estructuró un espacio definido Pabellón Caldas con la participación de 16 municipios con una muestra artesanal de artesanía, bocados agro-industriales y turismo del Departamento, alcanzado ventas por 63,4 millones de pesos. En el mes de marzo se reportó la rueda de negocios en Amazonas, como parte de las actividades en los Laboratorios.

En el mes de abril se facilitó la participación de 10 comunidades a la Feria Manos de Oro 2019 que se realiza del 14 al 21 de abril en Popayán Cauca, durante la feria se les apoyo diariamente en la exhibición del producto, se les asesoro de acuerdo a la tipología de producto (tamaño, color, forma, materia prima) permitiendo tener una exhibición homogénea y atractiva para los visitantes. Así mismo se utilizaron las herramientas y materiales que se tenían en el momento (cuerdas, ganchos, nylon,



cintas) y como estos permiten generar nuevas formas de exhibición. Se realizó curaduría en calidad, acabados partiendo de los productos aprobados para la participación. Se alcanzó ventas por 42,329 millones de pesos.

En la ciudad de Medellín, Artesanías de Colombia organizó la feria Expo artesano La Memoria entre el 10 y el 19 de mayo, en la que reunió en sus cuatro pabellones a 347 expositores, 30.798 visitantes, alcanzando ventas por 3.992 millones de pesos.

En el mes de junio se realizó el 27 Encuentro Nacional de Maestros Artesanos en Neiva Huila, se beneficiarios cuatro artesanos, alcanzando ventas \$11.276.000

Así mismo producto de la iniciativa orientada a inversión en producto artesanal, Con corte junio se ha comprado producto artesanal a 367 proveedores de artesanías ubicados en 28 departamentos del país. El monto de la inversión en producto artesanal fue de \$1.506 millones. Esto para un avance del 63% de la meta de beneficiarios de esta iniciativa.

Por otro lado, la entidad ha logrado ventas por \$ 1.980 millones a través de las vitrinas promocionales y ventas institucionales, destacando el comportamiento de la vitrina de Cartagena, la cual ha logrado ventas por \$110 millones, es decir 184% de lo planeado a Q2.

Como resultado estratégico de estas iniciativas, entre otras dirigidas a cumplir el objetivo mencionado anteriormente, con corte junio los artesanos han logrado ingresos por \$7.964 millones, es decir el 28% de la meta de la vigencia. Se destaca el avance obtenido en la iniciativa dirigida a obtener ingresos por oportunidades comerciales, cuyo avance, frente a su meta, es del 88%.

Producto de la atención en el marco de los laboratorios de Innovación y Diseño, el Programa APV y etnias y las diferentes iniciativas de Promoción, al corte se ha logrado la atención de 6.218 beneficiarios, con un promedio de 2,2 beneficios, de es decir un 64% de avance de la meta, la cual es de 9.715 beneficiarios (número de servicios).

Frente a la perspectiva de **procesos internos**, cuyo cumplimiento fue del 82%, durante el segundo trimestre se recibieron los resultados de FURAG vigencia 2018, evidenciando un índice de



desempeño institucional de 78,6 puntos, lo que se ha convertido en línea de base para el cuatrienio. Se destacan los resultados de las políticas de: Seguridad digital (83,3); Seguimiento y evaluación al desempeño (82,2) y Fortalecimiento organizacional (81,5).

Posterior al resultado se revisaron y ajustaron los planes, priorizando los temas evaluados como más críticos y se continuó su ejecución. Se continua el proceso de transición al MIPG en su segunda versión.

Se dio inicio a la actualización del mapa de riesgos de la entidad bajo la nueva metodología del DAFP.

En cuanto al SGC se realizaron las auditorias internas al sistema, las cuales fueron ejecutadas por una firma independiente. Se continua el proceso de actualización de la documentación de los procesos alineados a los ajustes del nuevo modelo de operación de la entidad.

Frente a la perspectiva de Aprendizaje y Desarrollo la cual alcanzó un 71% de cumplimiento está orientada a mejorar la calidad de vida laboral, propiciar el desarrollo y crecimiento profesional de los funcionarios de la entidad y a promover la transformación de la cultura organizacional de la entidad por esto ha formulado los planes institucionales en el marco de la ruta de la felicidad, el crecimiento, la calidad, el plan de cultura y el de seguridad y salud en el trabajo.

A Q2 se destacan actividades como actividades recreativas y culturales como el troneo de rana, la caminata ecológica con los funcionarios y sus familias, vacaciones recreativas, celebración de fechas especiales.

Se continuó la prueba piloto de teletrabajo, con la realización de inspecciones, la medición de indicadores y la entrega de informes.

Frente a la ruta del crecimiento se adelantó la reinducción, la capacitación virtual del MIPG, curso de redacción, bajo la estrategia de formador de formadores y se llevó a cabo la convocatoria para capacitaciones técnicas específicas. Así mismo se gestionaron otras capacitaciones específicas como: Lanzamiento Ekogui 2.0; Gestión de las habilidades blandas y las relaciones con el ciudadano"



– PNSC; aspectos generales del SIIF nación usuarios nuevos y capacitación virtual en el catálogo de Clasificación presupuestal (CCP).

COMPORTAMIENTO PLAN DE ACCIÓN POR AREAS Y PERSPECTIVAS

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

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

ÁREA

AREA	CUMPLIMIENTO	
	Q1	Q2
Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal	62%	81%
Subgerencia de Promoción y generación de oportunidades comerciales	92%	95%
Subgerencia Administrativa y Financiera	93%	86%
Oficina Asesora de Planeación e Información	94%	81%
Oficina de Control Interno	91%	69%
Gerencia	100%	100%
PROMEDIO PLAN POR ÁREAS	89%	85%



PERSPECTIVA:

PERSPECTIVA	CUMPLIMIENTO	
	Q1	Q2
Cliente y Beneficiario	87%	89%
Procesos Internos	85%	82%
Aprendizaje y Desarrollo	95%	71%
Sostenibilidad Financiera	67%	94%
Comunidad y Medio Ambiente	100%	100%
PROMEDIO PLAN POR PERSPECTIVAS	87%	87%

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

A continuación, se presenta un cuadro comparativo entre la meta del año, el estimado trimestral, las tolerancias establecidas y el resultado obtenido con cierre a Q2. Tener cuenta las siguientes convenciones:

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

SEMAFORIZACIÓN CUMPLIMIENTO	
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado menor al 79 %
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado entre 80% y el 99%
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado igual a 100%
	Nivel de cumplimiento del valor real sobre el estimado mayor a 100%



1. CLIENTE BENEFICIARIO

OBJETIVO 1: Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.										
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2019	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2	
Fortalecer y alinear la actividad artesanal con el turismo cultural	Fortalecer vitrinas artesanales con la exhibición de producto artesanal	Vitrinas de artesanos asesoradas en exhibición de producto (PA-2)	Trimestral	37	38	36	10	12	83%	
	Beneficiar artesanos con la intervención en las vitrinas artesanales	Artesanos beneficiados de establecimientos intervenidos en la mejora de sus espacios de venta directa (PA-2)	Trimestral	282	290	274	67	100	67%	
	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	388	400	376	86	150	57%	
Facilitar y ampliar espacios de comercialización de la artesanía colombiana (local, regional, nacional, e internacional)	Aumentar la participación en ferias regionales, nacionales e internacionales	Ferias regionales, nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	13	13	13	4	3	100%	
		Monto de ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	1285	1324	1246	306	288	100%	
		Ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Semestral	2	2	2	1	1	100%	
		Ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Semestral	21064	21696	20432	3991	4291	93%	
		Eventos nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	37	38	36	9	8	100%	
		Talleres de oficio (PA-2)	Trimestral	18	19	17	8	5	100%	
		Facilitar negocios y oportunidades comerciales a los artesanos	Ingresos de los artesanos a través de oportunidades comerciales a los artesanos (PA-2)	Trimestral	2674	2960	2778	2536	1000	100%
		Aumentar la participación en ruedas de negocios	Ruedas de negocios con participación de artesanos (PA-2)	Semestral	4	4	4	3	2	100%
			Ingresos por la participación en ruedas de negocios (PA-2)	Semestral	1954	2013	1895	903	538	100%
		Facilitar la participación de unidades productivas en ferias organizadas por Artesanías de Colombia	Unidades artesanales participantes en ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Semestral	897	924	870	346	352	98%
Facilitar la participación de artesanos en eventos, espacios de exhibición y ferias locales, regionales, nacionales e internacionales	Aumentar la participación de nuevos artesanos en las ferias organizadas por artesanías de Colombia	Nuevos artesanos expositores en ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Semestral	30	31	29	11	10	100%	
	Beneficiar artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales	Artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	221	228	214	115	116	99%	
	Beneficiar artesanos con la capacitación en mercadeo y ventas	Unidades artesanales participantes en la capacitación de mercadeo y ventas (PA-2)	Trimestral	277	285	268	99	60	100%	
	Beneficiar artesanos con la participación en ruedas de negocios	Unidades artesanales participantes en ruedas de negocios (PA-2)	Trimestral	665	685	645	352	353	100%	
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	4840	4985	4695	1980	2139	93%	
		Nuevos Clientes Institucionales para ventas nacionales e internacionales (PA-2)	Mensual	66	68	64	36	14	100%	
		Incrementar la venta de artesanía a nivel internacional	Clientes internacionales (PA-2)	Trimestral	25	26	24	12	4	100%
		Incrementar los ingresos de los artesanos por comercialización a través de Artesanías de Colombia	Ingresos de los artesanos por comercialización a través de ADC (PA-2)	Mensual	3100	3193	3007	1126	1048	100%
		Incrementar los artesanos beneficiados por comercialización a través de Artesanías de Colombia	Artesanos beneficiados por comercialización a través de ADC (PA-2)	Trimestral	584	602	566	367	190	100%
		Diversificar la oferta de producto artesanal en los diferentes canales de promoción y búsqueda de oportunidades comerciales	Nuevos productos comprados (PA-2)	Trimestral	900	1000	800	0	0	NA



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 2019	Tolerancia superior	Tolerancia Inferior	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
Eleva la productividad y competitividad del sector artesanal	Apoyar iniciativas colectivas para el mejoramiento productivo y técnico	Emprendimientos artesanales fortalecidos (PA-2)	Semestral	23	25	21	0	7	0%
		Iniciativas colectivas apoyadas para el mejoramiento productivo y técnico; el fortalecimiento asociativo o la formalización. (PA-2)	Trimestral	8	9	7	4	4	100%
Fortalecer los Laboratorios de Innovación y Diseño y Proyectos Especiales	Vincular a nuevos artesanos a los laboratorios de innovación y diseño y programas especiales	Artesanos formados y fortalecidos en los eslabones de la cadena de valor (PA-2)	Mensual	500	550	450	1478	62	100%
	Fortalecer la red de aliados de los laboratorios de innovación y diseño	Aliados Regionales (PA-2)	Semestral	48	50	45	27	24	100%
	Impulsar los programas especiales	Beneficiarios atendidos grupos étnicos (PA-2)	Mensual	360			355	130	100%
		Beneficiarios atendidos programa APV (PA-2)	Mensual	700			912	600	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	800	850	750	252	280	90%
		Programa de formación implementado por los laboratorios de innovación y diseño (PA-2)	Trimestral	100	110	90	0	10	0%



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

Programas/proyectos (iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2019	Tolerancia superior	Tolerancia Inferior	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
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	15	10	7	6	100%
		Nuevos registro de documentos institucionales históricos recuperados (PA-2)	Trimestral	1000	1200	800	480	500	96%
	Fortalecer la investigación sobre la actividad artesanal para respaldar la preservación del patrimonio cultural	Memorias de oficio publicadas (PA-2)	Trimestral	6	7	5	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	205	215	200	63	80	79%
Visibilizar el valor del patrimonio cultural del trabajo artesanal, promoviendo en el público, el valor cultural, social y económico de la artesaní	Divulgar el conocimiento cultural, social y económico que se obtenga de los pueblos artesanales	Espacios de divulgación cultural (PA-2)	Trimestral	6	8	4	1	2	50%
		Usuarios de la biblioteca digital (PA-2)	Trimestral	19600	19800	19400	11488	9400	100%

CUMPLIMIENTO Q2 (CLIENTES BENEFICIARIOS)

89%



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 2019	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
Incorporar y aplicar buenas prácticas de gobierno corporativo	Actualizar, socializar e implementar el código de buen gobierno corporativo de la entidad	Avance en la actualización de código de buen gobierno (PA-2)	Trimestral	100	100	100	0	100	0%
Mantener actualizado el modelo integrado de planeación y gestión (MPG)	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	90	100	80	50	51	98%
	Fortalecer la dimensión de Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro).	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión Gestión con Valores para Resultados (De la ventanilla hacia dentro) (PA-2)	Trimestral	90	100	80	56	64	88%
	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	90	100	80	32	35	91%
	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	90	100	80	60	81	74%
	Fortalecer la dimensión de evaluación por resultados	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "evaluación por resultados" (PA-2)	Trimestral	90	100	80	69	69	100%
	Fortalecer la dimensión de Información y Comunicación	Cumplimiento planes de acción de las políticas de la dimensión "Información y Comunicación" (PA-2)	Trimestral	90	100	80	51	58	88%
	Fortalecer la dimensión de Control interno	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión " Control interno" (PA-2)	Trimestral	90	100	80	36	53	69%



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 2019	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	Valor real Q2	Estimado 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	100	90	37	33	100%
	Fortalecer la comunicación al interior de la entidad	Cumplimiento del plan de comunicaciones internas (PA-2)	Trimestral	95	100	90	46	41	100%
	Fortalecer la comunicación digital y la comunidad social	Cumplimiento del plan de acción de estrategia digital (PA-2)	Trimestral	100	100	90	49	51	96%

CUMPLIMIENTO Q2 (PROCESOS INTERNOS)

82%



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 2019	Tolerancia superior	Tolerancia inferior	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	100	90	60,45	61,41	98%
	Fortalecer el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo	Cumplimiento del plan de trabajo del Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo (PA-2)	Trimestral	95	100	90	67,74	71,84	94%
Propiciar el desarrollo y crecimiento profesional de los funcionarios de la entidad	Fortalecer la implementación de la estrategia integral de la ruta del crecimiento	Cumplimiento del plan de trabajo de la Ruta de la Calidad (PA-2)	Trimestral	95	100	90	37,73	67,71	56%
		Participación de funcionarios involucrados en procesos de inducción (PA-2)	Semestral	100	100	100	100	100	100%
		Cumplimiento de la ruta de crecimiento (PA-2)	Trimestral	95	100	90	54,87	68,19	80%
Promover la transformación de la cultura organizacional de la entidad	Generar un plan de actividades enfocado a la mejora de gestión del conocimiento	Cumplimiento del plan de actividades enfocado a la mejora del gestión del conocimiento (PA-2)	Trimestral	95	100	90			NA
	Generar un plan enfocado a la apropiación de la misión y visión institucional y la política de integridad	Cumplimiento del plan de cultura organizacional (PA-2)	Trimestral	95	100	90	0	75	0%

CUMPLIMIENTO Q2 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)

71%



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 2019	Tolerancia superior	Tolerancia Inferior	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	12	10	4	6	67%

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 2019	Tolerancia superior	Tolerancia Inferior	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	55	57	53	35	23	100%
	Generar alianzas con industrias creativas dentro del marco de la economía naranja	Alianzas con industrias creativas (PA-2)	Anual	3	4	1	3	3	100%
	Gestionar la cooperación internacional	Aliados de cooperación internacional (PA-2)	Trimestral	10	12	8	9	5	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	8	9	70	15	8	100%

OBJETIVO 10: Implementar estrategias para generar ingresos que contribuyan a la sostenibilidad de la operación de Artesanías de Colombia									
programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2019	Tolerancia superior	Tolerancia Inferior	Valor real Q2	Estimado Q2	Cumplimiento Q2
Identificar nuevas alternativas de generación de ingresos	Aprovechar el activo fijo de la entidad para generar nuevas fuentes de ingresos	Plan de aprovechamiento para generación de nuevas fuentes de ingresos (PA-2)	Anual	1	1	1	0,5	0,5	100%

CUMPLIMIENTO Q2 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)

94%



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 2019	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	100	45	28	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	5	1,5	1,5	100%

CUMPLIMIENTO Q2 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)

100%