



**AVANCE Y CUMPLIMIENTO  
PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL  
TERCER TRIMESTRE 2019**

A continuación, se muestran el avance y cumplimiento del plan de acción 2019, por perspectiva estratégica, con corte 30 de septiembre de 2019. El plan general por perspectiva cuenta con un cumplimiento del **65%**, destacándose el cumplimiento de las perspectivas de **cliente beneficiario** con un **85%** de cumplimiento y **procesos internos**, con un cumplimiento del **77%**.

En cuanto a la **perspectiva de Cliente y Beneficiario**, la cual alcanzó un **cumplimiento del 85%**, se destaca de las actividades realizadas en Q3 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: en el mes de julio (del 12 al 14), se participó en la Feria 16th International Folk Art Market – IFAM con tres representantes de comunidades artesanales del werregue de los artesanos wounan del bajo San Juan, palma estera de Chimichagua y productos con mola de Necoclí. Alcanzando ventas por valor de \$150.260.532, recibieron capacitaciones en temas de interés para el mercado de la feria.

En el mes de agosto (del 9 al 19), se organizó en el Centro Comercial Oviedo un mercado artesanal con la participación de 10 comunidades, 5 étnicas y 5 tradicionales. La muestra contaba con artesanía elaborada en cerámica, joyería, talla en madera, productos con aplicación en tela, tejeduría en chaquiras, y cestería. Se alcanzaron ventas por valor de \$38.944.500.

En el mes de agosto (del 15 al 19) se participó en el Ibagué Festival, con la participación de cinco artesanos la muestra está conformada por cerámica de la Chamba, cestería en chipalo y palma real e instrumentos musicales. Se alcanzaron ventas por valor de \$7.067.000.

En el mes de agosto (del 22 al 25) se participó en la feria Sabor Barranquilla con dos artesanos del Departamento del Atlántico. Se alcanzaron ventas por \$2.768.000.

En el mes de septiembre (del 5 al 8) se participó en la feria "Una Experiencia en Filigrana" realizada en el marco del Festival Jazz, la muestra contaba con ocho joyeros de filigrana de Mompox, cuatro artesanos de otros oficios de Mompox y cinco artesanos de diferentes oficios del Departamento de



Bolívar. Se alcanzaron ventas por \$44.374.600.

En el mes de Septiembre (del 12 al 15) se organiza el Mercado Artesanal, realizado en la sede de Artesanías de Colombia, en el Claustro de Las Aguas, participaron 26 talleres, la muestra contó con artesanía de Boyacá, Caldas, Caquetá, Cesar, Choco, Córdoba, Cundinamarca, Huila, La Guajira, Nariño, Putumayo, Risaralda, Santander y Tolima. Se alcanzaron ventas por \$114.048.749, la visitaron 2.881 personas.

Así mismo producto de la iniciativa orientada a inversión en producto artesanal, con corte septiembre se ha comprado producto artesanal a 433 proveedores de artesanías ubicados en 29 departamentos del país. El monto de la inversión en producto artesanal fue de \$2.394.717.789. Esto para un avance del 74% de la meta de beneficiarios.

Por otro lado, la entidad ha logrado ventas por \$ 3.245 millones a través de las tiendas de promoción y ventas institucionales, destacando el comportamiento de la tienda de BOHO, la cual ha logrado ventas por \$170 millones, es decir 283% de lo planeado para la vigencia.

Como resultado estratégico de estas iniciativas, entre otras dirigidas a cumplir el objetivo mencionado anteriormente, con corte septiembre los artesanos han logrado ingresos por \$9.573 millones, es decir el 34% 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 89% equivalente a \$2.572 millones.

Producto de la atención en el marco de los laboratorios de Innovación y Diseño, el Programa APV y etnias y las diferentes iniciativas de Promoción, al corte se ha logrado la atención de 13.585 beneficiarios, de es decir un 140% de avance de la meta, la cual es de 9.715 beneficiarios (número de servicios). La meta será reajustada, teniendo en cuenta la dinámica positiva que se ha evidenciado en las regiones, en cuanto el acceso a la oferta institucional.



Frente a la perspectiva de **procesos internos**, cuyo cumplimiento fue del 77%, durante el tercer trimestre se continuó la implementación de acciones dirigidas a implementar las políticas del MIPG, conforme a los resultados de FURAG. Con corte septiembre se destaca el comportamiento de los planes que aportan a la dimensión de evaluación por resultados con un 98% de cumplimiento y los planes de la dimensión de Información y Comunicación con un 97%.

Como parte de las actividades dirigidas a mantener el Sistema Integrado de Gestión de Calidad de ADC, en 2019 se han gestionado las iniciativas dirigidas al mantenimiento del Sistema entre las cuales se resalta el cumplimiento del ciclo de auditoria aprobado para la vigencia con una cobertura del 100% de los procesos. También se resalta el resultado obtenido en la auditoría de seguimiento renovación al Sistema de Gestión de Calidad (SGC), por parte del ICONTEC, en el cual se evidenciaron cero (0) no conformidades mayores y menores, esto ya por tres años consecutivos y la recertificación del SGC.

Durante 2019 se ha realizado la finalización de ajustes relacionados con el nuevo mapa de procesos, orientado a la mejora del Modelo de Operación. Resultado de estos ejercicios se cuenta con la información documentada actualizada, el mapa de riesgos de la entidad alineado a este modelo y la caracterización de los servicios definidos en el portafolio.

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

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

Elaboración de 76 boletines para medios de comunicación de diferentes eventos que ha organizado la entidad y de los que ha hecho parte, como: ANATO, Bogotá Fashion Week, Encuentros Regionales, Convocatoria a Medalla a la Maestría Artesanal, Expoartesano, etc. Se han logrado 580 publicaciones en medios nacionales y regionales como El Tiempo, Caracol, El Espectador, El



Colombiano. Se ha llevado a cabo la estrategia de comunicación para las convocatorias de ferias.

A nivel interno se ha logrado difundir 8 boletines, a través de correos electrónicos a funcionarios y contratistas y se han gestionado 534 publicaciones en la Intranet de diferentes temas (medio ambiente, salud, información de la entidad).

En cuanto a la estrategia digital continua la implementación de la iniciativa #ArtesanoDigital, una iniciativa que a través de charlas virtuales fortalece el conocimiento de los artesanos del país en temas relacionados con las tecnologías de la información y comunicación, el social media y el marketing digital.

Entre los principales resultados de la estrategia se encuentran: la publicación de 111 notas en portal web, desarrollo y publicación de 6 especiales "Colombia Artesanal"; se acumula una comunidad social de 177.439, lo cual evidencia el alto nivel de interacción de la comunidad con las publicaciones. Se han atendido 3.082 mensajes directos de los diferentes usuarios, realizados a través de las redes sociales administradas. Se han recibido y gestionado 3.281 servicios en línea (Contáctenos, Directorio, Galerías, Calendario, calendario etc.)

Frente a la perspectiva de Aprendizaje y Desarrollo la cual alcanzó un 74% 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 Q3, como parte del plan de la felicidad, se destacan acciones como: cursos de formación y extensión para funcionarios y sus familias a través de la Caja de Compensación; se continuó la entrega del Salario Emocional, como parte de las actividades recreo deportivas se implementaron jornadas de zumba, rumba, yoga, Pilates y Mindfulness en las instalaciones de la entidad.

Se realizó caminata ecológica en el sendero del Agua San Francisco – Vicachá, en el marco de la semana ambiental. Además, se celebraron fechas especiales.

Como parte de la ruta del crecimiento se realizó formación en manejo de conflictos, derechos



humanos, servicio al ciudadano y el taller de trabajo en equipo. Así mismo se continuó la gestión de capacitaciones solicitadas por los funcionarios como parte de necesidades puntuales para el desarrollo de sus funciones o procesos.

En la perspectiva de sostenibilidad financiera, la cual presenta un cumplimiento del 40%. Frente a la iniciativa orientada a fortalecer la gestión para la consecución de recursos de inversión para el sector artesanal, en 2019 se ha logrado apalancar un monto de \$6.383 millones, que incluyen los \$876 MM de cooperación internacional. Esto comparado con los \$7.248MM de recursos destinados por la entidad para cofinanciación, equivale a un 88% de apalancamiento; es decir un 94% de avance sobre la meta que busca lograr para la vigencia \$6.760MM de cofinanciación (esto es una meta de 93% de apalancamiento).

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 septiembre de 2019, se obligaron \$13.579 millones que corresponden al 60,06% del total de la apropiación de la vigencia equivalente a \$22.610 (Con la apropiación bloqueada por valor de \$4.752 millones). La meta al corte era 60,85%.

Frente a la perspectiva de comunidad y medio ambiente, la cual operacionaliza dos objetivos estratégicos, cuenta con un cumplimiento del 50% 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).

Para más resultados de avance de la gestión con corte septiembre, los invitamos a consultar el informe de rendición de cuentas de la entidad, en el portal web, en el cual se encuentran las acciones emprendidas y sus logros de enero a septiembre.



### **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	Q3
Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal	62%	81%	50%
Subgerencia de Promoción y generación de oportunidades comerciales	92%	95%	96%
Subgerencia Administrativa y Financiera	93%	86%	75%
Oficina Asesora de Planeación e Información	94%	81%	79%
Oficina de Control Interno	91%	69%	83%
Gerencia	100%	100%	100%
<b>PROMEDIO PLAN POR ÁREAS</b>	<b>89%</b>	<b>84%</b>	<b>80%</b>

#### **PERSPECTIVA:**

PERSPECTIVA	CUMPLIMIENTO		
	Q1	Q2	Q3
Cliente y Beneficiario	87%	89%	85%
Procesos Internos	85%	82%	77%
Aprendizaje y Desarrollo	95%	71%	74%
Sostenibilidad Financiera	67%	94%	40%
Comunidad y Medio Ambiente	100%	100%	50%
<b>PROMEDIO PLAN POR PERSPECTIVAS</b>	<b>87%</b>	<b>93%</b>	<b>65%</b>

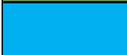


Para mayor información y teniendo en cuenta que la planeación se encuentra en software de la entidad, los invitamos a consultar, a través del portal, la aplicación ISOLUCION, donde se podrá visualizar el detalle del plan de acción y el avance del plan estratégico.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo entre la meta del año, el estimado trimestral, las tolerancias establecidas y el resultado obtenido con cierre a Q3. Tener cuenta las siguientes convenciones:

<b>SEMAFORIZACIÓN AVANCE ISOLUCIÓN</b>	
	Medición menor que la tolerancia inferior
	Medición entre la tolerancia superior e inferior
	Medición mayor o igual que la tolerancia superior

<b>SEMAFORIZACIÓN CUMPLIMIENTO</b>	
	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 Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
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	23	28	82%
	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	201	240	84%
	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	214	300	71%
	Desarrollo mapa turístico artesanal	Mapa turístico artesanal desarrollado (PA-2)	Anual	1	1	1	NA	NA	NA
Facilitar y ampliar espacios de comercialización de la artesanía colombiana (local, regional, nacional, internacional)	Aumentar la participación en ferias regionales, nacionales e internacionales	Ferias regionales, nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	25	30	20	19	19	100%
		Monto de ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	1285	1324	1246	1007	658	100%
	Aumentar la realización de eventos y talleres de oficio	Eventos nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	37	38	36	24	23	100%
		Talleres de oficio (PA-2)	Trimestral	18	19	17	12	10	100%
	Facilitar negocios y oportunidades comerciales a los artesanos	Ingresos de los artesanos a través de oportunidades comerciales a los artesanos (PA-2)	Trimestral	2874	2960	2778	2554	1800	100%
	Aumentar la participación en ruedas de negocios	Ruedas de negocios con participación de artesanos (PA-2)	Semestral	4	4	4	N/A	N/A	N/A
	Ingresos por la participación en ruedas de negocios (PA-2)	Semestral	1954	2013	1895	N/A	N/A	N/A	
Facilitar la participación de artesanos en eventos, espacios de exhibición y ferias locales, regionales, nacionales e internacionales	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	180	181	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	212	200	100%
	Beneficiar artesanos con la participación en ruedas de negocios	Unidades artesanales participantes en ruedas de negocios (PA-2)	Trimestral	665	685	645	353	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	3245	3274	99%
		Nuevos Clientes Institucionales para ventas nacionales e internacionales (PA-2)	Mensual	66	68	64	48	25	100%
	Incrementar la venta de artesanía a nivel internacional	Clientes internacionales (PA-2)	Trimestral	25	26	24	22	15	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	2000	1818	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	433	271	100%



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 2019	Tolerancia superior	Tolerancia Inferior	Valor real Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
Elevar 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	NA	NA	NA
		Iniciativas colectivas apoyadas para el mejoramiento productivo y técnico; el fortalecimiento asociativo o la formalización. (PA-2)	Trimestral	8	9	7		8	0%
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	945	855	NA	NA	NA
	Articular el sector artesanal con otras industrias creativas	Articulación iniciativas con otras actividades pertenecientes a la economía naranja (PA-2)	Anual	3	4	2	N/A	N/A	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	500	550	450			0%
	Fortalecer la red de aliados de los laboratorios de innovación y diseño	Aliados regionales (PA-2)	Semestral	48	48	45	N/A	N/A	NA
	Impulsar los programas especiales		Beneficiarios atendidos grupos etnicos (PA-2)	Mensual	360	280	380	1328	280
Beneficiarios atendidos programa APV (PA-2)			Mensual	700	800	600	1299	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	NA	NA	NA
		Programa de formación implementado por los laboratorios de innovación y diseño (PA-2)	Trimestral	100	110	90		80	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 Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
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	28	30	25			NA
Promover la transmisión de conocimiento a nuevas generaciones	Diseñar e implementar acciones para vincular a nuevas generaciones a la actividad artesanal	Levantamiento del estado del arte (PA-2)	Anual	1	1	1	1	1	100%
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	12	9	100%
		Nuevos registro de documentos institucionales históricos recuperados (PA-2)	Trimestral	1000	1200	800	800	800	100%
		Fortalecer la investigación sobre la actividad artesanal para respaldar la preservación del patrimonio cultural	Memorias de oficio publicadas (PA-2)	Trimestral	6	7	5	1	1
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	139	140	99%
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)	Trimestral	6	8	4	1	2	50%
		Usuarios de la biblioteca digital (PA-2)	Trimestral	19600	19800	19400	18313	14500	100%

**CUMPLIMIENTO Q3 (CLIENTES BENEFICIARIOS)**

**85%**



## 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 Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3	
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	5	100	5%	
		Cumplimiento de las socializaciones (PA-2)	Anual	100	100	100	0	100	0%	
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	90	100	80	61	69	88%	
	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	77	79	97%	
	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	44	54	81%	
		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	62	77	81%
		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	84	86	98%
		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	69	71	97%
		Fortalecer la dimensión de Control interno	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión "Control interno" (PA-2)	Trimestral	90	100	80	64,4	77,9	83%



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 Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
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	65	52	100%
	Fortalecer la comunicación al interior de la entidad	Cumplimiento del plan de comunicaciones internas (PA-2)	Trimestral	95	100	90	68	69	99%
	Fortalecer la comunicación digital y la comunidad social	Cumplimiento del plan de acción de estrategia digital (PA-2)	Trimestral	100	100	90	81	64	100%

**CUMPLIMIENTO Q3 ( PROCESOS INTERNOS )**

**77%**



### 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 Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
Mejorar la calidad de vida laboral	Fortalecer la implementación de la estrategia integral de la ruta de la felicidad	Cumplimiento del plan de la ruta de la felicidad (PA-2)	Trimestral	95	100	90	78,75	80	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	88	91,71	96%
		Implementación del Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo (PA-2)	Anual	93	95	91	98	93	100%
Propiciar el desarrollo y crecimiento profesional de los funcionarios de la entidad	Fortalecer la implementación de la estrategia integral de la ruta del crecimiento	Cumplimiento del plan de trabajo de la Ruta de la Calidad (PA-2)	Trimestral	95	100	90	65,7	88	74,7%
		Participación de funcionarios involucrados en procesos de RE inducción (PA-2)	Anual	90	90	90		90	0%
		Cumplimiento de la ruta de crecimiento (PA-2)	Trimestral	95	100	90	63,9	95	67%
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	20	16	100%
	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	50	91,67	55%

**CUMPLIMIENTO Q3 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)**

**74%**



### 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	Valor real Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
Monitorear la situación financiera y presupuestal de la entidad	Analizar y evaluar periódicamente la situación financiera y presupuestal	Número de seguimientos presupuestales realizados en la vigencia (PA-2)	Mensual	12		9	0%

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	Valor real Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
Fortalecer la gestión para la consecución de recursos de inversión para el sector artesanal	Generar alianzas con industrias creativas dentro del marco de la economía naranja	Alianzas con industrias creativas (PA-2)	Anual	3	3	3	100%
	Gestionar la cooperación internacional	Aliados de cooperación internacional (PA-2)	Trimestral	10	14	8	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		8	0%

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	Valor real Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
Identificar nuevas alternativas de generación de ingresos	Aprovechar el activo fijo de la entidad para generar nuevas fuentes de ingresos	Plan de aprovechamiento para generación de nuevas fuentes de ingresos presentado (PA-2)	Anual	1			0%

**CUMPLIMIENTO Q3 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)**

**40%**



### 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 Q3	Estimado Q3	Cumplimiento Q3
Gestionar los impactos ambientales de la operación de ADC	Fortalecer el programa de plan institucional de gestión ambiental PIGA	Nivel de cumplimiento del Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA) (PA-2)	Trimestral	100	81	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	5		2	0%

**CUMPLIMIENTO Q3 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)**

**50%**