



## AVANCE Y CUMPLIMIENTO PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL CUARTO TRIMESTRE 2019

A continuación, se muestran los principales resultados de cierre de la vigencia 2019, de acuerdo a lo proyectado en el marco de plan de acción del año. Este informe evidencia la gestión por perspectiva estratégica, con corte 31 de diciembre de 2019. El plan general por perspectiva cuenta con un cumplimiento del **97%**, destacándose el cumplimiento de las perspectivas de **procesos internos** con un **100%** de cumplimiento y **sostenibilidad financiera y comunidad y medio ambiente**, con un cumplimiento del **99%**.

En cuanto a la **perspectiva de Cliente y Beneficiario**, la cual alcanzó un **cumplimiento del 97%**, se destaca de las actividades 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.

Es así que en el marco de la estrategia de facilitar y ampliar espacios de comercialización de la artesanía colombiana (local, regional, nacional, e internacional) se destaca la participación en ferias, como:

\*Artesanías de Colombia apoyó la organización del Tercer Carnaval Artesano Pasto 2019, ubicada en la Casona Taminango en Pasto 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 reporta ruedas de Negocios en Amazonas, como parte de las actividades en los Laboratorios. Así mismo se reportan ingresos por negocios facilitados Etnias, APV, 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. Feria Gastronómica y Artesanal de Semana Santa, la cual presentó ingresos por \$2,9 millones

\*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. También se participó en la Feria Artesanal en el marco de las Fiestas de San Juan en Iquitos (Perú) la cual contó con ingresos por \$11,2 millones. Adicionalmente se reportan ingresos por negocios facilitados por parte de Etnias, moda y joyería, Laboratorios, ventas institucionales, Diseño Colombia.

\*En el mes de julio se participó en FolkArt Market con ingresos por \$150, 3 millones (45577\*3296,85), Raíces (Etnias) Bucaramanga, con ingreso por \$77 millones. Muestras artesanales en el "Festival Internacional Confraternidad Amazonica", cuyos ingresos fueron por \$14,9 millones. Así mismo reportan ingresos por negocios facilitados (Dato acumulado de abril a julio) \$18 millones, por parte de artesanos amazonas

\*En el mes de agosto se logró la participación en la Feria de Oviedo en Medellín por valor de \$38,9 millones, encuentro Raíces - el retiro en Bogotá por valor de \$89,9 millones, en la feria Petronio Alvarez \$52 millones, en Sabor Barranquilla por valor de \$2 millones y en la feria musical de Ibagué por valor de \$7,1 millones. Congreso Anestesiología Bureau: \$11,15 millones y Feria artesanal Pereira: \$15,7 millones.

\*En el mes de septiembre se participó en: Mercado Artesanal Mompox reportando ingresos por \$44,4 millones, Claustro de Las Aguas \$114, Origen Mercado Artesanal Bucaramanga \$28,1 millones, Encuentro de Raíces Pereira \$67 millones y Expoambiente Chocó \$513 mil.

\*En el mes de octubre se participó en: Feria artesanal Panaca (Etnias + 20 Comunidades) logrando ingresos por \$48,5 millones y en el encuentro Raíces Duitama, con ingreso por \$39,4 millones. Feria Ribereña: \$5,027 millones y Ruta artesanal y turística Zapatoca: \$3,3 millones.

\*En el mes de noviembre se participó en los siguientes espacios: Feria Nacional de Pitalito \$445.990.080; Encuentro Cali: \$104.621.000 y Encuentro Montería: \$31.189.000

\* Diciembre: Del 9 al 11 de noviembre (No fue reportada en ese mes) se participó en la Primera Feria Artesanal y Turística del Norte de Santander realizada en Chinacota, se contaron con 73 artesanos



expositores que beneficiaron 800 artesanos de todo el país, se alcanzaron ventas por valor de \$73,4 millones.

Esta dinámica de impacto regional, nacional e internacional permitió que los artesanos percibieran ingresos por \$1.795 millones como resultado de la iniciativa de participación en ferias regionales e internacionales, lo que equivale al 140% de cumplimiento frente a lo proyectado (\$1.285 millones); y como resultado de las acciones encaminadas a lograr ingresos por oportunidades comerciales los artesanos lograron \$2.904 millones, es decir un 101% de la meta (\$2.874 millones).

Así mismo, durante 2019, la entidad organizó en asocio con terceros, las dos ferias artesanales de mayor impacto en el país: Expoartesano en Medellín y Expoartesánías en la Ciudad de Bogotá.

Expoartesano La Memoria reunió en sus cuatro pabellones a 347 expositores, 30.798 visitantes, alcanzando ventas por \$3.992 millones. Expoartesánías, registró 82.667 visitantes, 6% más que en 2018 y ventas directas por \$17.217,8 millones (7,8% más frente la vigencia anterior).

También, producto de la iniciativa orientada a inversión en producto artesanal, con corte diciembre se compró producto artesanal a 669 proveedores de artesanías ubicados en 31 departamentos del país. El monto de la inversión en producto artesanal fue de \$3.599.371.723. Esto para un cumplimiento del 115% de la meta establecida.

Como parte de la gestión de promoción, en cuánto a articulación oferta demanda, la entidad logró ventas por \$ 5.408 millones a través de las tiendas de promoción y ventas institucionales, destacando el comportamiento de la tienda de BOHO, el cual logró ventas por \$223 millones, es decir 371% de lo planeado para la vigencia.

La entidad también ha formulado la estrategia de fortalecer y alinear la actividad artesanal con el turismo cultural, en el marco de la cual se logró asesorar 284 artesanos, en temas de exhibición de producto, interviniendo 37 establecimientos. Así mismo se brindó asesoría a 390 unidades artesanales, ubicadas en rutas turísticas. Por otro lado, se desarrolló la Fase 1 del proyecto Mapa Turístico Artesanal en lo referente a la definición del modelo de negocio, establecimiento de la estrategia de mercadeo/marketing y diseño de la estructura y arquitectura de navegación (Desarrollo



UX / UI de plataformas) en función de la tecnología Progressive Web App, con perspectiva de integración con Colombia.Travel, el cual se denominó "Colombia Artesanal",

Durante 2019, resultado de esta estrategia, se logró que los artesanos percibieran ingresos por un monto de \$28.831 millones, es decir un 6,9% de lo logrado en 2018, cuando se alcanzaron ingresos por un valor de \$26.975.

En el marco de esta perspectiva, la entidad ha formulado el objetivo encaminado a contribuir a la facilitación del comercio de artesanías. Para esto la entidad concluyó el documento de "Identificación de Barreras para el comercio de Artesanías". Se identificaron 19 tipos de barreras y se realizó un estudio integral de cada uno con el fin de iniciar el proceso de acuerdos interinstitucionales. Insumo para las demás vigencias.

En este sentido, durante 2019, se definió una agenda interinstitucional, con temas prioritarios, identificados previamente, logrando durante la vigencia el primer acuerdo interinstitucional, como resultado de mesas de trabajo sostenidas con el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, en donde se prioriza como asunto crítico la identificación de las competencias de entidades sobre Registro de cultivos de especies forestales maderables y no maderables, se obtiene como resultado la emisión del decreto 1532 del 26 de agosto de 2019 que establece las competencias de las Corporaciones Autónomas Regionales "CARs" y del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para el registro de cultivos.

En cuanto al objetivo de fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional, la entidad, durante 2019, continuó el fortalecimiento de los Laboratorios de Innovación y Diseño, en los cuales se desarrollaron actividades en los programas de moda y joyería, propiedad intelectual, Sello de Calidad Hecho a Mano y los programas especiales de atención a Población Vulnerable y Grupos étnicos y NARP.

Los Laboratorios son espacios de encuentro entre los artesanos y la oferta institucional de la entidad. Cada departamento del país, más Bogotá, cuenta con un Laboratorio que brinda asistencia técnica y acompañamiento a las comunidades con mayor vocación artesanal para fortalecer sus competencias



y capacidades, con un énfasis en la innovación y el diseño aplicados a procesos productivos y productos.

El fortalecimiento de los laboratorios se logra a través de tres grandes iniciativas articuladas con las estrategias de promoción, desarrollo e impulso de la Economía Naranja. En primer lugar, como resultado de los talleres de codiseño, en los laboratorios de Innovación y Diseño, se logró un total de 1.439 productos diseñados. Estos diseños son revisados y avalados por el equipo correspondiente, aprobando para producción un total de 1.208; es decir el 84% de los diseños. Es importante resaltar que de los 1.208 diseños a producir 910 corresponden a nuevos productos, los 298 restantes corresponden a productos exitosos colecciones anteriores.

Por otro lado, se han emprendido acciones en articulación con otras industrias creativas. Durante 2019 se gestionaron acciones en el ámbito de diseño, arquitectura y arte. Arquitectura-Artesanía: para el espacio asignado al programa en Expoartesanías 2019, se desarrollaron 12 pánels con aplicaciones de fibras diseñadas para acabados arquitectónicos interiores, se realizó el lanzamiento en la feria, consolidando una base de datos de 235 personas interesadas en el programa, los cuales se contactarán en 2020 para concretar posibles negocios.

Además, se consolidó el Programa Arte Vivo, definiendo en esta etapa inicial el marco de actuación y delimitando alcances del mismo. Se logró la participación de 12 artistas reconocidos en colaboraciones con artesanos para el espacio Arte Vivo en Expoartesanías 2019. En cuanto a Diseño, se contrataron 67 diseñadores para trabajar directamente con las comunidades en todo el territorio nacional. Se desarrolló la maleta del diseñador, para realizar talleres en campo con las comunidades de artesanos. Finalmente, otra iniciativa de fortalecimiento se encamina a vincular a nuevos artesanos a los Laboratorios de Innovación y Diseño y programas especiales. Al cierre de 2019, se reportó la atención de 2.100 beneficiarios nuevos.

Como parte de las actividades que se gestionan en los laboratorios, se realizaron 23 encuentros regionales, con participación de 69 artesanos representantes y 144 participantes de entidades que apoyan a este sector. Los encuentros permitieron mostrar los resultados del trabajo de los artesanos, vinculados a los Laboratorios de Innovación y Diseño, y presentar la planeación estratégica, acorde con la del Gobierno nacional, cuya apuesta es el fortalecimiento de la economía naranja, que



representa una gran oportunidad para el sector artesanal.

Por último, en el marco de la perspectiva cliente y beneficiario, se cuenta con el objetivo de rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal. Dentro de las principales acciones emprendidas, encaminadas a lograr el mismo se destacan los 8 talleres de rescate realizados, así: taller de rescate de elementos de identidad Wayúu en el oficio de alfarería, formas y funciones tradicionales de las piezas cerámicas, así como las técnicas, arcillas, decoraciones utilizada para cada tipo de producto y grafismo, en la comunidad de Amuche departamento de la Guajira. - Taller de rescate de lenguaje gráfico Wayúu en el oficio de cestería en paja tetera en la comunidad de Kajashivou – Alta Guajira, mediante la transmisión de saberes de adultos a niños que componen la comunidad. Levantamiento y registro colaborativo de lenguaje gráfico (niños dibujando) para aportar en la conservación de la memoria - Talleres de rescate y perfeccionamiento de la técnica tradicional Wayúu de tejeduría en crochet en una hebra con hilo acrílico y demás elementos de identidad que componen la mochila, mediante el modelo de transmisión de saberes con maestra artesana en 6 comunidades del departamento de la Guajira.

Otra estrategia implementada está dirigida a promover la transmisión de conocimiento a nuevas generaciones, para lo cual se han iniciado a diseñar e implementar acciones para vincular a nuevas generaciones a la actividad artesanal. Durante 2019 se realizó el levantamiento del estado del arte, con el cual se documentó el diagnóstico de las comunidades artesanales, en esta materia. Se identificó y priorizó la comunidad a intervenir con prueba piloto para transmisión de conocimiento en 2020.

Por otro lado, y alineado con el Pacto X, del Plan Nacional de Desarrollo, objetivo de promover la propiedad intelectual como soporte a la inspiración creativa, la entidad ejecutó acciones orientadas a fortalecer la protección del sector artesanal a través de las Denominaciones de origen y registros de marcas individuales y colectivas; es así que en 2019 gestionó la denominación de origen de la Cerámica Negra de la Chamba, adelantó el trámite de 320 marcas y realizó un total de 38 jornadas de capacitación, sensibilización en Propiedad Intelectual.

También se logró documentar 10 memorias de oficio, que son documentos construidos por



profesionales en ciencias sociales de la entidad, en la que se recogen el conocimiento de artesanos, diseñadores y trabajos relacionados para caracterizar el contexto social y cultural de los oficios artesanales; se resalta el trabajo como medio de sustento y reconocimiento y la artesanía, como habilidad creativa, capacidad de transformación y expresión cultural. Las 10 memorias construidas cuentan sobre los oficios de: Trabajo en fique del municipio de Curití, Trabajo en Piedra de Barichara (estas dos primeras del departamento de Santander), Cestería en esparto de Cerinza, Cestería en fique de Guacamayas, Trabajo en cuero de Monguí, tejeduría en lana de Nobsa (estas cuatro del departamento de Boyacá), y, pintura en taburete del municipio de Jardín, Vajilla de Carmen de Viboral, joyería de Santa Fe de Antioquia, carriel de Jericó (estas últimas cuatro del departamento de Antioquia).

Finalmente se lograron tres procesos de divulgación en los escenarios comerciales y académicos en 2019. La exposición Saber y Quehacer Artesanal se desarrolló en alianza con el Centro Cultural de la Universidad de los Andes (con un gran apoyo en recurso humano y físico, de lo contrario hubieran sido menos los espacios de divulgación). En el primer semestre se realizó la gestión y construcción del guion de la exposición con base en las memorias de oficio realizadas por el proceso de gestión del conocimiento desde 2016. En el mes de septiembre fue aprobada por la universidad y fue agregado a su calendario cultural. Desde el mes de octubre, se montó y estuvo ubicada en el edificio Mario Laserna hasta el mes de diciembre.

La exposición Entre el Uso y el Comercio que se desarrolló en alianza con el Museo Nacional y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia -ICANH- tuvo un proceso más largo de concepción y construcción, pero finalmente derivó en dos exhibiciones durante el mes de diciembre: primero en la sala de exposiciones del Claustro de las Aguas; y segundo en Expoartesanías en el pabellón uno, nivel uno; donde compartió escenario con otras propuestas de orden informativo y cultural.

Resultado de toda la gestión misional, consolidada en la perspectiva cliente y beneficiario se logró la atención de 17.358 beneficiarios (número de servicios), en los 32 departamentos del país, lo que equivale a un 111% de cumplimiento sobre la meta planteada.



Frente a la perspectiva de **procesos internos**, cuyo cumplimiento fue del 100%, durante el año se continuó la implementación de acciones dirigidas a implementar las políticas del MIPG, conforme a los resultados de FURAG. Al cierre de la vigencia se destaca el cumplimiento del 95% de los planes dirigidos a implementar las políticas del MIPG y los planes alineados conforme la normatividad vigente.

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.

En 2019 la entidad dio inicio a la actualización el código de buen gobierno corporativo, conjuntamente con la firma Compartamos con Colombia, ejercicio que contó con la participación de miembros de Junta Directiva y la Gerente General de la Entidad. Durante 2020, se iniciará el proceso de socialización del mismo.

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 134 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 llevó a cabo la estrategia de comunicación para las convocatorias de ferias.

Por otro lado se lograron 528 publicaciones en medios nacionales y regionales como El Tiempo, Caracol, El Espectador, El Colombiano, entre otros; adicionalmente se realizaron 128 publicaciones a través del portal web.

A nivel interno se ha logrado difundir 10 boletines, a través de correos electrónicos a funcionarios y contratistas y se gestionaron 692 publicaciones en la Intranet de diferentes temas (medio ambiente, salud, información de la entidad).

En cuanto a la estrategia digital, se 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. En 2019, con esta iniciativa, la entidad participó en la séptima entrega de los Premios Latinoamericanos #LatamDigital, en la categoría de Mejor País en Procesos de Transformación Digital, obteniendo el primer lugar en el mismo.

Entre los principales resultados de la estrategia se logró cerrar la vigencia consolidando una comunidad social de 172.490 seguidores de las redes sociales, siendo Facebook, la red con mayor número de seguidores 107.463, seguido de Instagram con 45.552, Twitter con 16.365, y 2.840 suscriptores al canal de Youtube.

Producto de estas iniciativas, al final de la vigencia se logró un monto total de \$9.070,5 millones resultado de la gestión free press, lo que correspondió a un 216% de la meta planteada la cual equivalía a \$4.201 millones. Este sobre cumplimiento de la meta fue a causa de la contratación de una empresa de monitoreo que permitió visibilizar la verdadera gestión de medios que realiza la entidad, la línea de base correspondía exclusivamente a la gestión realizada para las dos grandes



ferias y la cual era reportada por los socios estratégicos.

Frente a la perspectiva de **Aprendizaje y Desarrollo** la cual alcanzó un 91% 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 Q4, 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. Se realizaron las vacaciones recreativas y la reunión del cierre del año. 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 99%.

Frente a la iniciativa orientada a fortalecer la gestión para la consecución de recursos de inversión para el sector artesanal, además de ofrecer los servicios y programas institucionales, los Laboratorios adelantan una activa gestión de alianzas con entidades públicas y privadas del orden local, regional, nacional e internacionaliza, para articular sus programas, acciones y recursos en función del fortalecimiento de la cadena de valor de la actividad artesanal. Durante 2019, se consolidaron convenios y alianzas, con socios, que incluyen alcaldías, gobernaciones, cámaras de comercio y organismos internacionales, que permitieron una inversión total en las regiones por un monto de



\$14.122 millones, de los cuales \$6.875 millones corresponden a los recursos cofinanciados (\$1.076 millones equivalen a la gestión de cooperación internacional); con esta inversión se logró ampliar el impacto de los 33 Laboratorios de Innovación y Diseño. Sumado a esta iniciativa, la entidad gestiona recursos, a través de patrocinios, para las diferentes actividades de promoción y generación de oportunidades comerciales, al cierre de 2019 se lograron \$3.330 millones fruto de esta gestión.

En cuanto a la iniciativa dirigida a monitorear la situación financiera y presupuestal de la entidad, se ha presentado oportunamente la información presupuestal. Al cierre de la vigencia, se obligaron \$21.058 millones que corresponden al 91,44% del total de la apropiación de la vigencia equivalente a \$23.029 millones (Con la apropiación bloqueada por valor de \$4.752 millones y la adición presupuestal de 419 millones).

Frente a la perspectiva de **comunidad y medio ambiente**, en la cual se operacionaliza el objetivo estratégico de 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, cuenta con un cumplimiento del 99%. 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).

Al cierre de la vigencia en cuanto a PIGA se logró un 97% de cumplimiento y el 100% en el programa misional.

### **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	Q4
Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal	62%	81%	50%	94%
Subgerencia de Promoción y generación de oportunidades comerciales	92%	95%	96%	99%
Subgerencia Administrativa y Financiera	93%	86%	75%	95%
Oficina Asesora de Planeación e Información	94%	81%	79%	98%
Oficina de Control Interno	91%	69%	83%	100%
Gerencia	100%	100%	100%	100%
PROMEDIO PLAN POR ÁREAS	89%	84%	80%	98%

PERSPECTIVA:

PERSPECTIVA	CUMPLIMIENTO			
	Q1	Q2	Q3	Q4
Cliente y Beneficiario	87%	89%	85%	97%
Procesos Internos	85%	82%	77%	100%
Aprendizaje y Desarrollo	95%	71%	74%	91%
Sostenibilidad Financiera	67%	94%	40%	99%
Comunidad y Medio Ambiente	100%	100%	50%	99%
PROMEDIO PLAN POR PERSPECTIVAS	87%	93%	65%	97%

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 así como el avance del Cuadro de Mando Integral y del plan estratégico.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo entre la meta del año, las tolerancias establecidas y el resultado obtenido con cierre a Q4. 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 Final 2019	Valor real Q4	Estimado Q4	Cumplimiento Q4
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	37	37	100%
	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	284	282	100%
	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	390	388	100%
	Desarrollo mapa turístico artesanal	Mapa turístico artesanal desarrollado (PA-2)	Anual	1	1	1	100%
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	31	25	100%
		Monto de ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	1285	1795	1285	100%
	Organizar ferias artesanales a nivel nacional en asocio con terceros	Ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Semestral	2	2	2	100%
		Ingresos de los artesanos a través de la participación en ferias organizadas en asocio con terceros (PA-2)	Semestral	21064	21211	21064	100%
	Aumentar la realización de eventos y talleres de oficio	Eventos nacionales e internacionales (PA-2)	Trimestral	37	37	37	100%
		Talleres de oficio (PA-2)	Trimestral	18	18	18	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	2904	2874	100%
	Aumentar la participación en ruedas de negocios	Ruedas de negocios con participación de artesanos (PA-2)	Semestral	4	5	4	100%
		Ingresos por la participación en ruedas de negocios (PA-2)	Semestral	1954	2357	1954	100%



Facilitar la participación de artesanos en eventos, espacios 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 asocio con terceros (PA-2)	Semestral	897	860	897	96%
	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	30	30	100%
	Beneficiar artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales	Artesanos con la participación en ferias regionales e internacionales (PA-2)	Mensual	221	293	221	100%
	Beneficiar artesanos con la capacitación en mercadeo y ventas	Unidades artesanales participantes en la capacitación de mercadeo y ventas (PA-2)	Trimestral	277	280	277	100%
	Beneficiar artesanos con la participación en ruedas de negocios	Unidades artesanales participantes en ruedas de negocios (PA-2)	Trimestral	665	860	665	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	5407	4840	100%
		Nuevos Clientes Institucionales para ventas nacionales e internacionales (PA-2)	Mensual	66	89	66	100%
	Incrementar la venta de artesanía a nivel internacional	Clientes internacionales (PA-2)	Trimestral	25	22	25	88%
	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	2920	3100	94%
	Incrementar los artesanos beneficiarios por comercialización a través de Artesanías de Colombia	Artesanos beneficiados por comercialización a través de ADC (PA-2)	Trimestral	584	669	584	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	1965	900	100%



OBJETIVO 2: Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías							
Programas/proyectos (Iniciativas)	Actividades	Nombre indicador	Frecuencia de Medición	Meta 2019	Valor real Q4	Estimado Q4	Cumplimiento Q4
Concertar acuerdos con otras instituciones relacionadas con el sector	Identificar las barreras para la comercialización de las artesanías en el comercio interno y externo	Documento identificando (diagnóstico) las barreras existentes para el comercio interno y externo y las oportunidades comerciales internas y externas (PA-2)	Anual	1	1	1	100%
	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	Documento con Agenda de trabajo que pralice territorios, asuntos críticos y soluciones a trabajar e implementación de dicha agenda (PA-2)	Anual	1	1	1	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	Valor real Q4	Estimado Q4	Cumplimiento Q4
Elevar la productividad y competitividad del sector artesanal	Apoyar iniciativas colectivas para el mejoramiento productivo y técnico	Emprendimientos fortalecidos (PA-2) artesanales	Semestral	23	28	23	100%
		Iniciativas colectivas apoyadas para el mejoramiento productivo y técnico; el fortalecimiento asociativo o la formalización. (PA-2)	Trimestral	8	8	8	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	910	900	100%
	Articular el sector artesanal con otras industrias creativas	Articulación iniciativas con otras actividades pertenecientes a la economía naranja (PA-2)	Anual	3	3	3	100%
	Vincular a nuevos artesanos a los laboratorios de innovación y diseño y programas especiales	Nuevos Artesanos formados y fortalecidos en los eslabones de la cadena de valor (PA-2)	Mensual	2100	2100	2100	100%
	Fortalecer la red de aliados de los laboratorios de innovación y diseño	Aliados regionales (PA-2)	Semestral	48	53	48	100%
	Impulsar los programas especiales	Beneficiarios atendidos grupos etnicos (PA-2)	Mensual	1400	1609	1400	100%
		Beneficiarios atendidos programa APV (PA-2)	Mensual	1350	1495	1350	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	10000	10163	10000	100%
		Programa de formación implementado por los laboratorios de innovación y diseño (PA-2)	Trimestral	100	0	100	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	Valor real Q4	Estimado Q4	Cumplimiento Q4
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	7	8	7	100%
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	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	13	12	100%
		Nuevos registro de documentos institucionales históricos recuperados (PA-2)	Trimestral	1000	1000	1000	100%
	Fortalecer la investigación sobre la actividad artesanal para respaldar la preservación del patrimonio cultural	Memorias de oficio publicadas (PA-2)	Trimestral	6	10	6	100%
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	320	294	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)	Trimestral	4	3	4	75%
		Usuarios de la biblioteca digital (PA-2)	Trimestral	19600	24876	19600	100%

**CUMPLIMIENTO Q4 (CLIENTES BENEFICIARIOS)**

**97%**



## 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	Valor real Q4	Estimado Q4	Cumplimiento Q4
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	100%
		Cumplimiento de las socializaciones (PA-2)	Anual	100	0	0	100%
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	95	90	100%
	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	99	90	100%
	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	96	90	100%
	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	87	90	97%
	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	90	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	99	90	100%
	Fortalecer la dimensión de Control interno	Cumplimiento plan de acción de la política de la dimensión " Control interno" (PA-2)	Trimestral	90	92	90	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 2019	Valor real Q4	Estimado Q4	Cumplimiento Q4
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	140	95	100%
	Fortalecer la comunicación al interior de la entidad	Cumplimiento del plan de comunicaciones internas (PA-2)	Trimestral	95	100	95	100%
	Fortalecer la comunicación digital y la comunidad social	Cumplimiento del plan de acción de estrategia digital (PA-2)	Trimestral	100	100	100	100%

**CUMPLIMIENTO Q4 (PROCESOS INTERNOS )**

**100%**



### 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	Valor real Q4	Estimado Q4	Cumplimiento Q4
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	95	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	97	95	100%
		Implementación del Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo (PA-2)	Anual	93	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	81	95	85%
		Participación de funcionarios involucrados en procesos de inducción (PA-2)	Semestral	100	100	100	100%
		Participación de funcionarios involucrados en procesos de RE inducción (PA-2)	Anual	90	62	90	69%
		Cumplimiento de la ruta de crecimiento (PA-2)	Trimestral	95	86	95	91%
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	95	90	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	68	95	72%

**CUMPLIMIENTO Q4 (APRENDIZAJE Y DESARROLLO)**

**91%**



#### 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 Q4	Estimado Q4	Cumplimiento Q4
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	11	12	92%
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 Q4	Estimado Q4	Cumplimiento Q4
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	63	55	100%
	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	16	16	16	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	20	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	Valor real Q4	Estimado Q4	Cumplimiento Q4
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	1	1	100%

**CUMPLIMIENTO Q4 (SOSTENIBILIDAD FINANCIERA)**

**99%**



### 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 Q4	Estimado Q4	Cumplimiento Q4
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	97	100	97%
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	100	100	100%

**CUMPLIMIENTO Q4 (COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE)**

**99%**