



Lineamientos
Plan Estratégico Nacional de Artesanía

PENdAR

Hacia el 2021

Lineamientos
Plan Estratégico Nacional de Artesanía

PENdAR

Hacia el 2021



José Luis Silva Martinot
MINISTRO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Claudia Cornejo Mohme
VICEMINISTRA DE TURISMO

Madeleine Burns Vidaurrázaga
DIRECTORA NACIONAL DE ARTESANÍA

Coordinadores:

Ing. Walter Infante Luis
Lic. Rusbel Hernández Castro

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Calle Uno Oeste N° 050 Urb. Córpac, San Isidro

Este documento se trabajó con la colaboración de la empresa
GERENS ESCUELA DE GESTIÓN Y ECONOMÍA S.A.

Octubre de 2011



Contenido

Prólogo	2
1. Introducción	4
2. Visión del Sector Artesanía	6
3. Misión del PNDAR	8
4. Diagnóstico Estratégico: FODA del Sector Artesanía	10
4.1. Fortalezas del Sector Artesanía	10
4.2. Debilidades del Sector Artesanía	11
4.3. Oportunidades del Sector Artesanía	13
4.4. Amenazas del Sector Artesanía	15
5. Objetivos Estratégicos y Mapa Estratégico del Sector Artesanía	18
6. Objetivos Estratégicos e Indicadores	22
7. Planes de Acción General y Planes de Acción Específico por Objetivo Estratégico	28
8. Programas del PNDAR	42
8.1. Programa de Desarrollo de Oferta de Artesanía	43
8.2. Programa de Articulación Turismo – Artesanía	44
8.3. Programa de Promoción de la Oferta Exportable de Artesanía	45
8.4. Programa de Fortalecimiento del Mercado Local	46
8.5. Programa de Valor Cultural de La Artesanía	47
8.6. Programa de Tecnificación del Artesano	48
8.7. Programa de Gestión de La Información de Artesanía	49
8.8. Programa de Facilitación para La Implementación del PNDAR	50



Prólogo

En el Perú, la artesanía es una actividad económica y cultural que involucra a numerosas personas que viven de ella, a través de la cual se transmite la historia e identidad de los pueblos.

Es además una actividad económica en expansión, que involucra alrededor de 100,000 talleres que ocupan directamente a 500,000 personas aproximadamente. La gran mayoría de estos talleres son micro y pequeñas empresas que enfrentan los mismos problemas de formalización, acceso a la información y acceso a mercados que las empresas de otros sectores.

Por estas razones, es necesario contar con un plan estratégico que permita generar una oferta competitiva de acuerdo a las exigencias del mercado e impulsar el empleo digno y decente de los artesanos. En ese sentido, este Plan Estratégico Nacional de Artesanía PNDAR, establece objetivos y estrategias, brindando las herramientas que permitan el ordenamiento y estructuración del sector impulsando el desarrollo de la artesanía con un enfoque sostenible, inclusivo y ambientalmente responsable.

Finalmente, el PNDAR busca alcanzar sus objetivos a través de la articulación con otros ministerios, gobiernos regionales, locales y la sociedad civil, estableciendo los roles y responsabilidades de cada uno. Lograr la competitividad del sector es tarea de todos y será posible en la medida en que sean los propios artesanos los gestores de su propio desarrollo con el soporte del ente rector y las instituciones de apoyo.





IMAGINERIA

Nombre de la obra : wawa waltha

Autor : Abraham Aller Escalante

Descripción: Obra seleccionada Reconocimiento de Excelencia UNESCO para la Artesanía 2011

Cusco

1. Introducción

El Plan Estratégico Nacional de Artesanía PENDAR, constituye un gran esfuerzo de concertación entre el sector público y privado, para la definición de las acciones necesarias que permitan lograr el desarrollo de la artesanía, entendida como una actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales e incluso medios mecánicos siempre y cuando el valor agregado principal sea la mano de obra directa y ésta continúe siendo el componente más importante en el acabado.

El proceso de elaboración del PENDAR, se realizó con el apoyo del equipo de profesionales de la empresa consultora GERENS ESCUELA DE GESTION Y ECONOMIA SA, liderados por el PhD. Armando Gallegos. Demandó un trabajo de 10 meses de coordinación de trabajo de campo, en cinco macro regiones a nivel nacional (Lima, Lambayeque, Ucayali, Junín y Cusco), a través de talleres con artesanos, proveedores, autoridades locales, regionales y líderes de opinión, de más de 25 ciudades de todo el país.

En una primera fase se recopiló y analizó la información primaria y secundaria disponible para conocer a fondo el sector, llevándose a cabo entrevistas con expertos y referentes de artesanía y se revisaron el marco legal y los principales documentos existentes. En base a la información recogida se construyó la primera propuesta de diagnóstico estratégico FODA y la identificación de la problemática del sector. Posteriormente, en una segunda fase, se realizaron talleres macro regionales que permitieron que los artesanos y otros actores expresen sus problemas y sientan que su voz era escuchada e incorporada en un esfuerzo conjunto con los actores involucrados.

El documento de trabajo del PENDAR, contempla el análisis del macro y micro ambiente del sector, el diagnóstico estratégico FODA, la misión, visión, objetivos estratégicos y planes de acción generales y específicos, así como los Programas de Implementación que permitirán desarrollar acciones concretas para el logro de los objetivos estratégicos y alcanzar eficientes niveles de articulación entre las instituciones públicas y privadas involucradas en la promoción del sector, para contribuir al fortalecimiento de la descentralización, la generación de empleo y la lucha contra la pobreza.



MADERA

Nombre de la obra : Kero contemporáneo con plata

Autor: Juan Estrada Ortega

Descripción: Obra seleccionada Reconocimiento de Excelencia UNESCO para La Artesanía 2011

Cusco

2. Visión del Sector Artesanía

*Al 2021,
el sector artesanía está posicionado con calidad,
identidad y alto valor cultural;
aporta al desarrollo sostenible e integral del país,
con artesanos competitivos y
protagonistas de su propio desarrollo.*





CONJUNTO DE CERÁMICAS DE CHULUCANAS

3. Misión del PEDAR

Organizar, orientar, promover, articular y monitorear las actividades del sector artesanía, con la participación concertada de los actores públicos y privados; a fin de generar una oferta competitiva, de acuerdo a las exigencias del mercado, e impulsar el empleo digno y decente del artesano; contribuyendo al desarrollo del país”.





PINTURA A MANO

Pintura recreada en un cuadro en la parte central se puede observar la iconografía de la diinidad Moche

4. Diagnóstico Estratégico: FODA del Sector Artesanía

4.1. Fortalezas del Sector Artesanía

- F1 Gran habilidad manual y creatividad de los artesanos productores, especialmente amautas, grandes maestros y otros artesanos con alta capacidad artística.
- F2 Riqueza en herencia e identidad cultural (conservación de técnicas ancestrales, valores simbólicos y usos sociales).
- F3 Diversidad de productos y líneas artesanales.
- F4 Presencia de exportadores e intermediarios que conocen y recogen las tendencias del mercado internacional y dinamizan la cadena de producción de la artesanía.
- F5 Aplicación de herramientas de promoción a nivel nacional e internacional por parte de los entes rectores del sector (concursos y reconocimientos nacionales, encuentro nacional de promotores de la artesanía peruana - PROMARTESANIA, ferias nacionales, regionales y locales).
- F6 Existencia de programas y proyectos ejecutados por la DNA y las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo –DIRCETUR, para desarrollar el sector y resaltar su valor cultural (Programa Oferta Competitiva, Conectar-t, Articulación Turismo y Artesanía, Rescate, Desarrollo de Mercados, Fortalecimiento de Exportaciones, Capacitaciones, etc.).
- F7 Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento, como marco normativo del sector, que establece las competencias del Estado a nivel nacional, regional y local; y propone lineamientos y herramientas para su desarrollo.
- F8 Existencia de una Red de Centros de Innovación Tecnológica (CITEs) de Artesanía y Turismo que brindan asesoría y capacitación en aspectos tecnológicos, gestión empresarial, articulación al mercado y diseño.
- F9 Presencia del Estado a nivel nacional a través de la Dirección Nacional de Artesanía (DNA) y a nivel regional a través de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR).
- F10 Capacidad de la DNA y algunas DIRCETUR para movilizar recursos y obtener financiamiento mediante recursos ordinarios de presupuesto público, el aporte de empresas de la región y la cooperación internacional.
- F11 Existen productos de artesanía con la categoría de productos bandera y con denominación de origen.
- F12 Experiencias de modelos organizacionales exitosos con fines específicos (empresas, consorcios de exportación, asociaciones de productores, cooperativas, conglomerados para venta).
- F13 Avance en la elaboración de normas técnicas de las principales líneas artesanales a nivel nacional.
- F14 Participación de jóvenes en los talleres y MYPEs familiares con mejores competencias de gestión y capacidad para asimilar nuevos conocimientos en técnicas y diseños.
- F15 Existencia de registros de exportadores del sector artesanía, como fuente inicial de información para desarrollar canales de ventas.

4.2. Debilidades del Sector Artesanía

- D1 Inexistencia de una visión estratégica articulada, alineada y concertada entre los actores del sector y las entidades involucradas, ocasiona que existan esfuerzos aislados para desarrollar el sector.
- D2 Información estadística dispersa; estudios de líneas artesanales, estudios de mercado y diagnósticos no sistematizados y/o desactualizados.
- D3 Insuficiente oferta de calidad y difícil acceso a las materias primas e insumos a nivel regional y local.
- D4 Limitados recursos humanos y presupuestales de la DNA y de las áreas de artesanía a nivel regional (DIRCETURs) y local, para articular esfuerzos y crear sinergias entre instituciones públicas y privadas.
- D5 Desconocimiento y escasa aplicación de estándares internacionales de calidad, por parte de pequeños productores de artesanía (no aplica a los productores enfocados en el mercado de exportación de artesanías).
- D6 Oferta parcial de los CITEs en innovación tecnológica, investigación y tendencias de innovación (limitaciones de recursos, baja cobertura en cantidad de artesanos beneficiados y líneas priorizadas).
- D7 Débil posicionamiento de los productos de artesanía peruana en sus diferentes mercados: local, turístico y de exportación.
- D8 Productos carentes de valor agregado y no diferenciados de acuerdo a los requerimientos y exigencias de los distintos mercados: local, turístico y de exportación.
- D9 Escasos conocimientos de productividad e indicadores de producción por parte de los pequeños productores de artesanía.
- D10 Débil articulación e integración de la cadena productiva con la cadena de comercialización (proveedor, productor, intermediario, comercializador).
- D11 Falta de perfeccionamiento, desarrollo e implementación de varios segmentos de la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal (CONAFAR, certificación de competencias, CLANART, Sistema de Información), así como su difusión entre los diferentes actores del sector artesanía.
- D12 Insuficientes canales de comercialización para que el artesano productor llegue al mercado de exportaciones y turístico.
- D13 Escasa coordinación y alineamiento entre el MINCETUR (DNA), DIRCETUR, gobiernos regionales y locales.
- D14 Limitada innovación en técnicas, equipos, procesos, productos y diseños.
- D15 Políticas específicas del sector artesanías aún no aprobadas formalmente.
- D16 Baja escala de producción de artesanía para atender pedidos grandes.

» Continúa de la página anterior

- D17 Alto poder de negociación e influencia de los intermediarios y comercializadores frente a los artesanos productores (elevado margen del intermediario frente al escaso margen del productor).
- D18 Escaso desarrollo de marcas de productos artesanales debido a la insuficiente información sobre el tema y a los altos costos de registro.
- D19 Modelos de asociatividad de los productores, poco sostenibles, debido a escasos vínculos de confianza, baja representatividad de las directivas, rasgos culturales, diferentes tamaños de empresas y deficiencias en la gestión de las organizaciones asociativas.
- D20 Los clientes nacionales y extranjeros no cuentan con información adecuada sobre dónde comprar artesanías (difusión, catálogos, páginas web).
- D21 Escasa cultura de inversión (aversión al riesgo), cultura empresarial y visión estratégica de negocio de los actores de la cadena de producción y comercialización, especialmente de los artesanos productores (escasos conocimientos de gestión y determinación de costos).
- D22 Desconocimiento sobre el impacto y cobertura de las herramientas de promoción aplicadas por el Estado (organización de concursos y ferias nacionales, regionales y locales).
- D23 Malas prácticas productivas y comerciales (venta de réplicas culturales sin certificación) afectan la imagen del sector.
- D24 Pérdida de técnicas de producción ancestrales (uso de materiales, procesos, diseños), que podrían ser utilizadas en la actualidad e incrementar el valor cultural de las artesanías.
- D25 Alto grado de informalidad de los productores de artesanía (altos costos, proceso complejo, régimen poco flexible y desconocimiento de beneficios).
- D26 Alto grado de complejidad cultural y socio-económica de los actores del sector.
- D27 Deficiente distribución y localización de puntos y centros de venta de artesanías.
- D28 Escaso conocimiento y accesibilidad a los mecanismos de protección de nuevas técnicas, diseños y productos, por parte de los artesanos productores.
- D29 Débil articulación y bajo poder de negociación de los artesanos productores con proveedores de materias primas e insumos.
- D30 La distribución de las exportaciones de las artesanías peruanas se concentra en EE.UU.

4.3. Oportunidades del Sector Artesanía

- 01 Crecimiento económico del país y posicionamiento del Perú (turismo y gastronomía), generan mayor demanda de artesanías.
- 02 Existencia de nichos en el mercado nacional e internacional, de productos naturales, ecológicos, culturales y hechos a mano.
- 03 Tendencia de incremento del turismo interno y receptivo a la par que tendencia de incremento del gasto en artesanía por parte del turista interno y receptivo.
- 04 Existencia de ferias internacionales que permiten mostrar las artesanías peruanas, establecer contactos para futuros negocios y descubrir tendencias en los mercados internacionales de artesanía.
- 05 Existencia de organismos de cooperación internacional que brindan recursos (financiamiento, asesoría técnica, préstamos, BID, BM, UE) para desarrollar proyectos y programas en beneficio del sector, especialmente para los pequeños productores y MYPES.
- 06 Existencia de programas desarrollados por ONGs y entidades de cooperación internacional, que brindan asistencia técnica y capacitación para mejorar las competencias de gestión, comercialización, diseño y producción de los artesanos; basados en temas de negocios inclusivos, comercio justo y lucha contra la pobreza.
- 07 Existencia de entidades financieras (cajas provinciales, municipales y rurales, cooperativas, otros) y de productos financieros (líneas de crédito: Convenio Banco de la Nación, IDESI) para productores de artesanía y MYPES.
- 08 Existencia del canon minero para algunas regiones del país, el cual puede ser orientado a programas de artesanía.
- 09 Existencia de programas de responsabilidad social de grandes empresas del sector privado (minerías, hidrocarburos, energéticas, financiero, supermercados, entre otras) que incluyen proyectos productivos y sociales que impactan en el desarrollo de la artesanía y el rescate del valor cultural de las localidades en la que intervienen.
- 010 Existencia de programas y proyectos de desarrollo del sector elaborados y ejecutados por instituciones públicas vinculadas a la actividad (MINAG, MINEDU, MINPRO, MTPE, MINDES, etc).
- 011 Existencia y vigencia de marcos legales, políticas y planes sectoriales de otros sectores que favorecen su desarrollo (turismo, comercio exterior, propiedad intelectual, MYPES, etc.).
- 012 Existencia, desarrollo y creación de corredores turísticos actuales y potenciales, y otras inversiones en turismo favorecerán al mercado turístico y local de artesanía.
- 013 Mejora en infraestructura (transporte, telecomunicaciones) y el desarrollo de las tecnologías de información (principalmente del Internet) facilitan el abastecimiento de materia prima e insumos, así como la ampliación de canales de comercialización y acceso a nuevos mercados.

» Continúa de la página anterior

- O14 Existencia de Asociaciones de Exportadores (ADEX), Sociedad Nacional de Industrias, Programas de promoción (PROMPERÚ), Cámaras de Comercio.
- O15 Existencia de Políticas y Programas Nacionales que representan una oportunidad para impulsar el sector (Lucha contra la pobreza, Inclusión, Cultura, etc.).
- O16 Riqueza del Perú en recursos naturales (animales, vegetales, minerales), climas, pisos ecológicos; lo que permite contar con materias primas e insumos para la elaboración de artesanías.
- O17 Existencia de instituciones educativas (SENATI, universidades, IEST) que ofrecen carreras universitarias y técnicas (Administración, Marketing, Negocios Internacionales, Comercio Exterior, Ingenierías, Diseño, etc.) que contribuyen a elevar la competitividad de los actores del sector.
- O18 Procesos de planificación (PDCs) y presupuesto participativo que permiten la inclusión del sector dentro de las visiones regionales y locales, así como la realización de proyectos y programas para impulsar el sector.
- O19 Convenios internacionales y TLCs representan una oportunidad de presentación y acceso de la artesanía peruana a nuevos mercados internacionales.
- O20 Experiencias replicables de modelos empresariales de negocio exitosos en el sector turístico en diferentes zonas geográficas del país.
- O21 Existencia de procesos, equipos, técnicas y productos innovadores a nivel nacional e internacional, que pueden ser replicados y/o fusionados por los productores artesanales.
- O22 Tendencias a la adopción de buenas prácticas, comercio justo y responsabilidad social-ambiental empresarial por parte de las organizaciones.
- O23 Convenios y alianzas con entidades y corporaciones internacionales (compromisos de compra, promoción de la artesanía peruana, etc.).

4.4. Amenazas del Sector Artesanía

- A1 Baja priorización del sector artesanía en todos los niveles de gobierno, reflejada en los niveles insuficientes de recursos humanos y presupuestales asignados al sector.
- A2 Alta competencia de productos sustitutos provenientes del sector industrial, respecto a productos de artesanía, sobretodo en el segmento de productos utilitarios.
- A3 Alta variabilidad de las tendencias y dinámica del mercado de exportación.
- A4 Discontinuidad de políticas y cambios de autoridades, técnicos y funcionarios, no permiten un desarrollo continuo del sector, a nivel regional y local.
- A5 El sistema de educación peruano incluye limitadamente la enseñanza y valor cultural de la artesanía en sus planes curriculares (especialmente en la educación superior).
- A6 Escasa valoración de la artesanía por parte del turista interno, lo cual se refleja en su bajo consumo de artesanías.
- A7 Limitado número de empresas de servicios de apoyo, debido a que el sector artesanía es poco atractivo para inversionistas.
- A8 Pérdida de identidad, símbolos, usos y costumbres de la población, disminuyen la transmisión del conocimiento de generación en generación.
- A9 Desconocimiento del monto invertido y del impacto de los programas desarrollados por entidades privadas y públicas para impulsar el sector.
- A10 Las crisis económicas nacionales e internacionales afectan negativamente la comercialización, venta y margen de los productos de artesanía en sus tres mercados: local, turístico y de exportaciones.
- A11 Deficiente equipamiento e infraestructura de las instituciones formadoras públicas (laboratorios y talleres de práctica) y escasez de técnicos y profesionales especializados en la enseñanza para el sector artesanía.
- A12 Sistema financiero con limitada oferta de productos y altas barreras de acceso a financiamiento (costo y requisitos para ser sujeto de crédito), principalmente, para los pequeños productores y MYPES de artesanía.
- A13 Escasa difusión y oferta limitada de instituciones y programas de formación y capacitación, que no responde a los requerimientos de los actores de la cadena de producción y comercialización, ni está integrada a programas de asistencia técnica.
- A14 Altos costos logísticos debido a la concentración de operadores logísticos en Lima y las principales ciudades costeras y orientados a sectores más atractivos que el sector artesanía.

» Continúa de la página anterior

- A15 Subvenciones y asistencialismo por parte del Estado que generan dependencia y costumbre y no permiten que el artesano pueda ser competitivo y autosostenible.
- A16 Presencia, en el mercado local y turístico, de artesanías de otros países y posibilidad de crecimiento de las mismas debido a los bajos aranceles y obras de infraestructura entre el Perú y otros países.
- A17 Estrategias sectoriales público-privadas integrales e integradas de países competidores.
- A18 Insuficiente protección de los recursos naturales por parte del Estado (escaso monitoreo del cumplimiento de las leyes de protección del medio ambiente y ley de concesiones), lo cual reduce la continuidad del aprovisionamiento local de materias primas para la artesanía, provoca reasentamientos y pérdida progresiva de costumbres y modos de vida.
- A19 Cambio de clima y desastres naturales afectan la obtención de materias primas, producción y comercialización de los productos de artesanía.
- A20 Estricto control migratorio de países limítrofes, restringen la circulación de las artesanías peruanas hacia sus respectivos territorios.





MATES BURILADOS

Nombre de la obra: Fiesta del Santiago

Autor: Tito Medina Salomé

Mate burilado con escenas de la música y danzas del Valle de Mantaro
Junín

5. Objetivos Estratégicos y Mapa Estratégico del Sector Artesanía

Los objetivos estratégicos del PNDAR, responden a “qué necesita el sector para resolver su problemática, cubrir sus necesidades y lograr ser competitivo en el mercado y cumplir con la visión propuesta”. El PNDAR incluye 3 objetivos de impacto y 9 objetivos estratégicos para que el sector pueda desarrollarse, como se muestra en el Gráfico 1– Mapa Estratégico del PNDAR.

Los objetivos de impacto o de resultado son:

- Objetivo I. Crear valor económico en el sector artesanía
- Objetivo II. Crear valor social en el sector artesanía
- Objetivo III. Incrementar la competitividad de la artesanía en el mercado

Estos objetivos de impacto se alcanzarán como consecuencia de haber logrado previamente los 9 objetivos estratégicos previos. Es por esta razón que estos objetivos no cuentan con planes de acción, ya que todos los planes de acción de los 9 objetivos estratégicos contribuyen a que los 3 objetivos de impacto se cumplan.

Los objetivos estratégicos son:

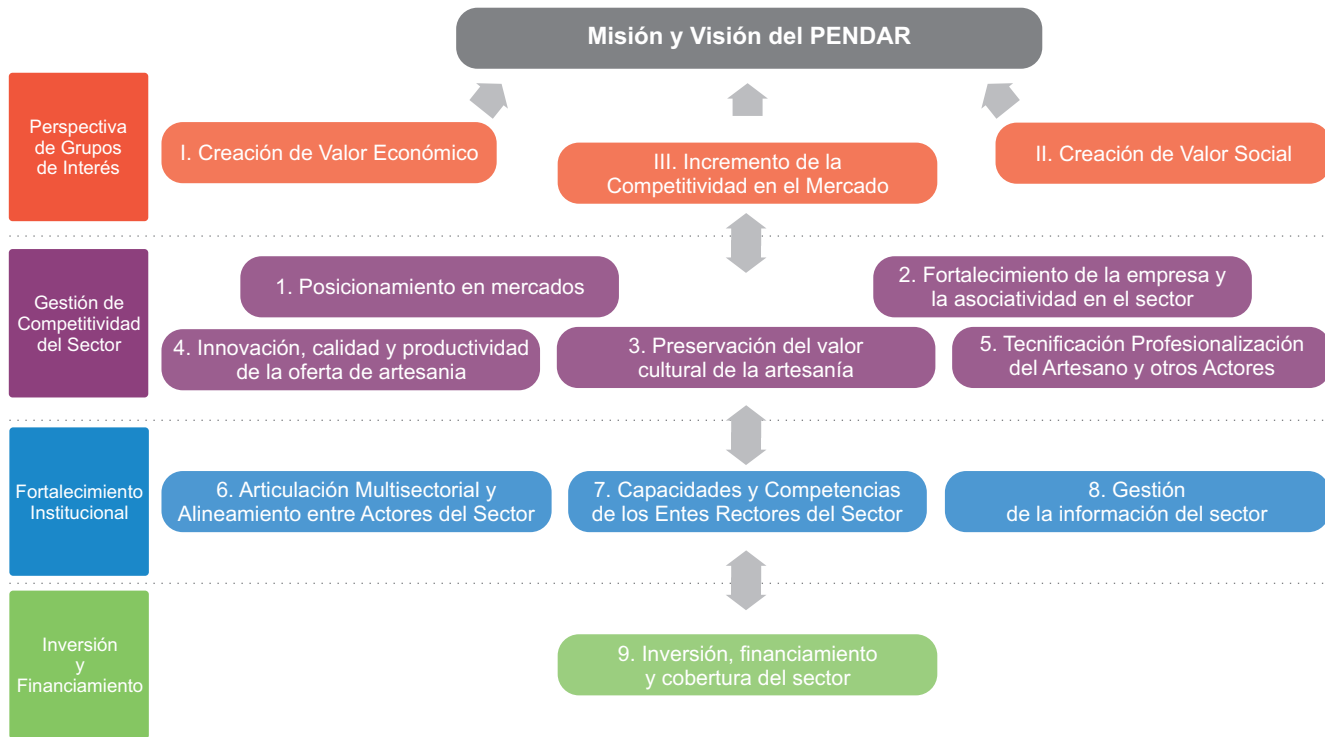
- Objetivo 1. Lograr el posicionamiento de la artesanía en el mercado.
- Objetivo 2. Fortalecer las empresas de artesanía y la asociatividad en el sector.
- Objetivo 3. Preservar el valor cultural de la artesanía, para su puesta en valor.
- Objetivo 4. Impulsar la innovación, la calidad y la productividad de la oferta de artesanía de acuerdo a los requerimientos del mercado.
- Objetivo 5. Contribuir a la tecnificación y profesionalización del artesano y otros actores del sector.
- Objetivo 6. Desarrollar la articulación multisectorial y el alineamiento de estrategias entre los diferentes actores.

- Objetivo 7. Fortalecer las capacidades y las competencias de los entes rectores del sector artesanía, a nivel nacional, regional y local.
- Objetivo 8. Gestionar la información del sector artesanía en forma integrada y descentralizada.
- Objetivo 9. Propiciar y fortalecer la inversión en el sector, el financiamiento a las unidades artesanales y la cobertura social.

Los 3 objetivos de resultado y los objetivos estratégicos impulsores se encuentran agrupados en 4 perspectivas del sector artesanía, como se muestra en el Gráfico 1:

- Perspectiva de Grupos de Interés
- Perspectiva de Gestión de La Competitividad del sector
- Perspectiva de Fortalecimiento Institucional
- Perspectiva de Inversión y Financiamiento

Gráfico 1 - Mapa estratégico del PENDAR





TEJIDOS A TELAR
Línea de cojines producida en telares con iconografías recreadas
Ayacucho

6. Objetivos Estratégicos e Indicadores

La siguiente tabla muestra los indicadores de cada objetivo estratégico que será monitoreado por la Dirección Nacional de Artesanía. Estos objetivos ayudarán a medir la implementación e impacto del PNDAR en el sector artesanía. La determinación y medición de líneas de base es una de las tareas primordiales y urgentes para la implementación del PNDAR. A continuación las Tablas 1 que muestra los indicadores estratégicos agrupados por objetivos y asignados a responsables.

Tabla 1 - Objetivos e indicadores desde la perspectiva de grupos de interés.

Objetivos	Indicadores/Hitos	Responsable (medir indicador)
Objetivo de impacto I: Crear Valor económico (Mercados y Rentabilidad).	Tasa de crecimiento anual de exportaciones de artesanías.	PROMPERU exportaciones
	Tasa de crecimiento anual de las ventas de artesanías en el mercado turístico.	PROMPERU turismo (receptivo) MINCETUR (interno)
	Tasa de crecimiento anual de las ventas de artesanías en el mercado local.	MINCETUR (Oficina General de Estudios Económicos)
	Contribución del sector artesanía al PBI nacional.	MINCETUR (Oficina General de Estudios Económicos)
Objetivo de impacto II: Crear Valor social (Pobreza e inclusión).	Tasa de crecimiento de ventas de artesanías en regiones de alto nivel de pobreza.	MINCETUR (Oficina General de Estudios Económicos)
	Nº de artesanos con ingresos mayores al sueldo mínimo.	MINCETUR (Oficina General de Estudios Económicos)
Objetivo de impacto III: Incrementar la competitividad en el mercado.	Índice de competitividad del Sector Artesanía Nacional.	MINCETUR (Oficina General de Estudios Económicos)

Tabla 2 - Objetivos e indicadores desde la perspectiva de la gestión de competitividad del sector.

Objetivos	Indicadores/Hitos	Responsable(medirindicador)
Objetivo 1. Lograr el posicionamiento de la artesanía en el mercado	Mercado de Exportaciones: % de participación en el mercado internacional.	PROMPERU Exportaciones
	Mercado Turístico: Tasa de crecimiento anual del gasto per cápita en artesanía de turistas internos y externos.	PROMPERU Turismo
	Mercado Local: Tasa de crecimiento anual del gasto per cápita en artesanía de consumidores locales.	MINCETUR (Oficina General de Estudios Económicos)
	% de implementación de las iniciativas programadas anualmente dentro del plan de promoción integral de la artesanía en los mercados internacionales.	PROMPERU Exportaciones
Objetivo 2. Fortalecer las empresas de artesanía y la asociatividad en el sector.	N° de empresas de artesanía fortalecidas por año.	DNA DIRCETURs
	N° de emprendimientos promovidos por año.	DNA DIRCETURs
	N° de asociaciones de artesanía fortalecidas por año.	DNA DIRCETURs
Objetivo 3: Preservar el valor cultural de la artesanía, para su puesta en valor.	N° de proyectos de rescate culminados.	DNA
	N° de regiones que aplican la guía de realización de actividades de premiación.	DNA

Objetivos	Indicadores/Hitos	Responsable(medirindicador)
Objetivo 4: Impulsar la innovación, la calidad y la productividad de la oferta artesanal de acuerdo a los requerimientos del mercado.	% de implementación de iniciativas programadas anualmente dentro del Plan de innovación del sector artesanía.	DNA (Dirección de CITEs)
	Nº de CITEs adecuados a nuevos modelos de innovación.	DNA (Dirección de CITEs)
	Nº de normas técnicas aprobadas por INDECOPI.	INDECOPI
	Nº de líneas artesanales con diagnóstico completo.	DNA
Objetivo 5. Contribuir a la tecnificación y profesionalización del artesano y otros actores del sector.	Nº de artesanos con competencias certificadas.	MINTRA
	Nº de programas de formación en artesanía incorporados en los diferentes niveles del sistema educativo.	DNA
	Hito: Postgrado en Artesanía Peruana.	DNA

Tabla 3 - Objetivos e indicadores desde la perspectiva del fortalecimiento institucional.

Objetivos	Indicadores/Hitos	Responsable(medirindicador)
Objetivo 6. Desarrollar la articulación multisectorial y el alineamiento de estrategias entre los diferentes actores del sector.	Hito: CONAFAR en funcionamiento.	DNA
	% de iniciativas establecidas en el PENDAR realizadas al año.	DNA
	Nº de regiones que cuentan con Plan Estratégico Regional de Artesanías alineado al PENDAR.	DIRCETURs Gobiernos Regionales
	Nº de Planes Estratégicos por Línea Artesanal y por Producto.	DNA
	Nº de nuevos convenios ejecutados con otras entidades públicas.	DNA
Objetivo 7. Fortalecer las capacidades y las competencias de los entes rectores del sector artesanía, a nivel nacional, regional y local.	% de ejecución del plan anual de capacitación al personal de la DNA.	MINCETUR (Oficina de Personal)
	Hito: Nueva estructura organizacional de la DNA implementada.	MINCETUR (Oficina de Racionalización)
	Nº de regiones que incorporan a sus DIRCETURs o áreas encargadas de artesanía una estructura organizacional alineada al PENDAR.	DIRCETURs Gobiernos Regionales
	Nº de gobiernos locales que incorporan a sus áreas encargadas de artesanía una estructura organizacional alineada al PENDAR.	Gobiernos Locales
Objetivo 8. Gestionar la información del sector artesanía en forma integrada y descentralizada.	% de líneas de base del PENDAR determinadas.	MINCETUR (Oficina de Informática, Oficina General de Estudios Económicos)
	Hito: Plan de gestión de la información implementado.	MINCETUR (Oficina de Informática)
	% de regiones que se incorporan al sistema virtual de información.	MINCETUR (Oficina de Informática)

Tabla 4 - Objetivos e indicadores desde la perspectiva de inversión y financiamiento.

Objetivos	Indicadores/Hitos	Responsable(medirindicador)
<p>Objetivo 9. Propiciar y fortalecer la inversión en el sector, el financiamiento a las unidades artesanales y la cobertura social en el sector.</p>	<p>% de incremento de la inversión pública en el sector artesanía a través de PIPs.</p>	<p>MINCETUR (Oficina General de Planeamiento y Presupuesto)</p>
	<p>% de incremento de la inversión en proyectos de cooperación nacional e internacional del sector artesanía.</p>	<p>MINCETUR (Oficina de Cooperación Técnica)</p>
	<p>% de empresas con programas de Responsabilidad Social que invierten en el sector artesanía.</p>	<p>DNA</p>
	<p>Tasa de crecimiento de la inversión en el sector artesanía.</p>	<p>MINCETUR (Oficina General de Estudios Económicos)</p>



CERAMICA ESCULTORICA

Nombre de la obra: Músicos

Autor : Edilberto Mérida Rodríguez Amauta de La Artesanía Peruana

Descripción de la obra: Obra expresionista totalmente modelada a mano
Cusco

7. PLANES DE ACCIÓN GENERAL Y PLANES DE ACCIÓN ESPECÍFICO POR OBJETIVO ESTRATÉGICO

Los objetivos representan el qué quiere lograr el sector mas no el cómo lo va a lograr. Los Planes de Acción son la herramienta que muestran el cómo se van a cumplir los objetivos y metas planteadas. El PNDAR cuenta con planes de acción general (PAG) y planes de acción específicos (PAE). Los planes de acción general agrupan a los específicos y generalmente son acciones de mediano y largo plazo ya que suelen extenderse por encima de los 18 meses. La Tabla II muestra los PAG y PAE por objetivo estratégico, con responsables y horizonte de tiempo en el que se deben implementar.

Tabla 5 - Objetivo 1: Lograr el posicionamiento de la artesanía en el mercado.

Plan de Acción General	Plan de Acción Especifico	Responsable	Vinculado
1.1 Implementar en un 100% la estrategia integral de promoción para los 3 mercados (internacional, turístico y local) al año 5.	1.1.1 Diseñar el plan integral para la promoción de la artesanía al año 1.	PROMPERU EXPORTACIONES	DNA
	1.1.2 Incrementar en 50% el número de contactos comerciales generados en los eventos de promoción en el quinquenio.	PROMPERU EXPORTACIONES	DNA
	1.1.3 Implementar una campaña de promoción de la artesanía articulada a la Marca País que alcance el 100% de los mercados priorizados por zona geográfica al año 5.	PROMPERU Imagen País	DNA
	1.1.4. Incluir la promoción del sector artesanía en las 8 regiones priorizadas por el programa T+A, del año 1 al año 5.	DNA	PROMPERÚ TURISMO
	1.1.5. Contribuir a incrementar las ventas de artesanía en las ferias y exposiciones-venta realizadas para el mercado turístico, en las 8 regiones priorizadas por el Programa T+A, del año 1 al 5.	DNA / DIRCETURs	PROMPERÚ TURISMO
	1.1.6. Desarrollar e impulsar desde el ámbito nacional, eventos que incrementen en un 100% las ventas al detalle en el mercado local, del año 1 al año 5.	DNA	DIRCETUR
	1.1.7 Desarrollar e impulsar desde el ámbito regional y local, eventos que incrementen en un 100% las ventas al detalle en el mercado local, del año 1 al año 5.	DIRCETURs	DNA
	1.1.8 Realizar una campaña de promoción de artesanía para el mercado local, del año 1 al año 5.	DNA	DIRCETURs
	1.1.10 Impulsar ventas de artesanías en el 50% de los eventos nacionales de índole cultural (conciertos de música tradicional y folclórica, teatro nacional, ferias, etc.) del año 1 al 5.	DNA	Ministerio de Cultura

» Continúa de la página anterior.

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
1.2 Promover que el 70% de los artesanos cuenten con los mecanismos para acceder a los canales de comercialización por mercado ¹ , al año 5.	1.2.1 Desarrollar 15 estudios de mercado y canales de comercialización para mercados de alto potencial comercial a nivel internacional, del año 1 al 5.	PROMPERU EXPORTACIONES	DNA
	1.2.2 Desarrollar 5 consultorías de identificación de compradores a nivel internacional, del año 1 al 5.	PROMPERU EXPORTACIONES	DNA
	1.2.3 Realizar 2 prospecciones de ferias internacionales al año. (Año 1 al 5).	PROMPERU EXPORTACIONES	DNA
	1.2.4 Implementar programas de apoyo técnico para el acceso al mercado internacional logrando que el 50% de las empresas intervenidas queden listas para la exportación al año 5.	PROMPERU Servicios al Exportador	DIRCETURs
	1.2.5 Incorporar a un 40% de los artesanos a los nuevos mecanismos de penetración del mercado internacional del año 1 al 5.	PROMPERU Servicios al Exportador	DIRCETURs
	1.2.6 Desarrollar 3 estudios de mercado para identificar oportunidades comerciales en los canales de venta del mercado turístico (hoteles, restaurantes, agencias de viaje, agencias de transporte, aeropuertos), al año 3.	PROMPERÚ TURISMO	DNA
	1.2.7 Implementar el "Sello CALTUR" en los talleres y puntos de venta de artesanía en las 8 regiones priorizadas en el programa T+A, (Del año 1 al 5).	DNA / Viceministerio de Turismo	DIRCETURs
	1.2.8 Implementar infraestructura adecuada para la venta de artesanías en las 8 regiones priorizadas por el programa T+A, del año 1 al año 5.	COPESCO	DNA / DIRCETURs
	1.2.9 Realizar un estudio de los potenciales canales de comercialización de la artesanía en el mercado local, en el año 2.	DNA	DIRCETURs
	1.2.10 Realizar un estudio de identificación de compradores del mercado local, en el año 2	DNA	DIRCETURs
	1.2.11. Desarrollar una propuesta para promover el acceso de los artesanos a los canales de comercialización del mercado local, en el año 3.	DNA	DIRCETUR

Continúa de la página anterior.

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
1.2	1.2.12 Elaborar y difundir en el 100% de regiones, un manual de comercialización de artesanías en el mercado local, en el año 4.	DNA	DIRCETUR

Tabla 6 - objetivo 2: Fortalecer las empresas de artesanía y la asociatividad en el sector.

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
2.1 Fortalecer al menos a 10 empresas de artesanía y promover 2 emprendimiento en artesanía al año.	2.1.1 Elaborar un diagnóstico de la estrategia, gestión y modelos de negocio de las Empresas de Artesanía, en el año 2.	DNA	PRODUCE
	2.1.2 Diseñar e implementar un Programa de Desarrollo de Capacidades Empresariales para las Empresas y organizaciones asociativas de Artesanía, del año 3 al año 5.	DNA	DIRCETURs Gobiernos Regionales / Locales
	2.1.3 Promover anualmente el concurso de planes de negocio para el sector artesanía, del año 1 al año 5.	DNA	DIRCETURs Gobiernos Regionales / Locales
	2.1.4 Identificar y difundir los casos exitosos de emprendedores en el sector artesanía del año 3 al 5.	DNA	DIRCETURs Gobiernos Regionales / Locales
2.2 Fomentar y contribuir al fortalecimiento de al menos 9 asociaciones en el sector artesanía al año 3.	2.2.1 Elaborar y difundir un diagnóstico de los modelos de asociatividad utilizados en la cadena de valor de artesanía, proponer mejoras y/o nuevos modelos asociativos que promuevan la sostenibilidad y competitividad de dichas organizaciones, en el año 2.	DNA	PRODUCE
	2.2.2 Establecer un convenio marco con PRODUCE para articular la artesanía con los programas que fomentan el desarrollo de empresas y la asociatividad, en el año 2.	DNA	PRODUCE

Tabla 7 - Objetivo 3: Preservar el valor cultural de la artesanía, para su puesta en valor.

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
3.1 Elaborar e implementar 10 proyectos enmarcados en el Plan de Rescate de la artesanía, al año 5.	3.1.1 Elaborar, implementar y difundir el Plan de Rescate de técnicas tradicionales de artesanía, incluyendo la elaboración de perfiles de proyectos de rescate.	DNA	Ministerio de Cultura
	3.1.2 Transferir la metodología del programa de rescate de artesanía a las regiones y localidades para que elaboren sus propios proyectos de rescate, al año 2.	DNA	DIRCETURs Gobiernos Regionales y Locales
3.2 Promover la mejora de la estructura y organización de premiaciones para revalorizar al artesano, al año 1 a nivel nacional y al año 5 en todas las regiones.	3.2.1 Elaborar el Plan de posicionamiento de la artesanía como elemento para la afirmación de la identidad nacional, vinculado a la Marca País, al año 1.	DNA	-
	3.2.2 Implementar al 100% el Plan de posicionamiento de la artesanía, del año 1 al año 5.	DNA	DIRCETUR Gobiernos Locales
	3.2.3 Elaborar y difundir publicaciones sobre el valor cultural de la artesanía. Crear el boletín semestral de puesta en valor de la artesanía y colgarlo en la página web de artesanías del Perú (del año 3 al año 5).	DNA	DIRCETUR Gobiernos Locales
	3.2.4 Promover la participación de los proyectos de rescate, artesanía de pieza única y elementos culturales de artesanía, en exposiciones internacionales, nacionales y regionales, del año 1 al 5.	Ministerio de Cultura	Ministerio de RREE
	3.2.5 Mejorar la estructura y organización de premiaciones y reconocimientos a la labor del artesano.	DNA	DIRCETUR Gobiernos Locales
	3.2.6 Articular con el MINEDU para introducir el valor cultural de la artesanía en la currícula del sistema educativo (vinculado al objetivo 5).	-	-

Tabla 8 - Objetivo 4:

Impulsar la innovación, la calidad y la productividad de la oferta de artesanía de acuerdo a los requerimientos del mercado.

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
4.1 Propiciar la innovación en el sector artesanía.	4.1.1 Elaborar e implementar el Plan de Innovación para el Sector Artesanía, del año 1 al año 5.	DNA	CONCYTEC/ PRODUCE
4.2 Adecuar los CITES actuales y en proyecto a los nuevos modelos de innovación al año 3.	4.2.1 Realizar el diagnóstico del modelo actual de CITEs, proponer mejoras al modelo actual y/o proponer nuevos modelos basados en la innovación tecnológica, del año 1 al año 3.	DNA	-
	4.2.2 Implementar el Plan de adecuación de los CITE, a los resultados de la consultoría.	DNA	-
	4.2.3 Elaborar el Sistema de Monitoreo de CITE, al año 1.	DNA	-
	4.2.4 Ejecutar los 10 proyectos de CITE y realizar 5 pre-estudios de CITE.	DNA	-
4.3 Impulsar la mejora de diseños y desarrollo de productos	4.3.1 Reactivar el Proyecto de CITE Diseño, en el año 1, equipándolo con las condiciones necesarias para operar.	DNA	MEF
	4.3.2 Crear e implementar el sistema de prospección y seguimiento de tendencias de nuevos productos y diseños, del año 2 al 5.	DNA	PROMPERU Exportaciones MINISTERIO DE RREE
	4.3.3 Diseñar e implementar el Programa de Clínicas de productos de artesanía y transferirlo a las regiones en el año 2.	DNA	DIRCETURs Gobiernos Regionales /Locales
	4.3.4 Realizar alianzas con escuelas de diseño para promover la formación de diseñadores profesionales en el sector artesanía, en el año 2.	DNA	DIRCETURs Gobiernos Regionales /Locales
	4.3.5 Mejorar la organización de los concursos actuales y crear nuevos concursos de diseño y desarrollo de productos del año 2 al año 5.	DNA	DIRCETURs Gobiernos Regionales /Locales

» Continúa de la página anterior.

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
4.4 Completar la elaboración de 4 normas técnicas de calidad al año 2 e impulsar la creación del sistema de certificación de calidad para el sector artesanía al año 4.	4.4.1 Completar la elaboración de 4 normas técnicas para las diferentes líneas artesanales (año 1) y 6 manuales de buenas prácticas (4 en el año 1 y 2 en el año 2).	DNA	INDECOPI
	4.4.2 Elaborar e implementar el Plan de Calidad para el sector artesanía en el año 1, incluyendo la implementación de 2 proyectos piloto (1 para norma técnica y otro marcas colectivas/denominación de origen).	DNA	INDECOPI
4.5 Elevar la productividad de los factores de producción de la artesanía.	4.5.1 Priorizar 5 líneas artesanales para promover la competitividad de sus cadenas de valor, en el año 1.	DNA	-
	4.5.2 Realizar el diagnóstico de 5 líneas artesanales, 2 en el año 1 y 3 en el año 2 (enfoque de cadena de valor).	DNA	-
	4.5.3 Elaborar e implementar el programa de difusión y facilitación para la obtención de patentes, derechos de autor y constancia de autoría artesanal del año 4 al 5.	DNA	INDECOPI
	4.5.4 Construir indicadores de productividad para cada una de las líneas artesanales priorizadas, en el año 2.	DNA	Red de CITEs
	4.5.5 Crear e implementar un Programa de Asistencia Técnica integral, por línea artesanal priorizada, para mejorar la mano de obra del artesano, del año 2 al año 5.	DNA	Red de CITEs
	4.5.6 Mejorar las condiciones de acceso, manejo y tratamiento de las materias primas de las 5 líneas priorizadas.	DNA	MINAG / MINEM Red de CITEs Ministerio de Ambiente Universidades
	4.5.7 Mejorar la infraestructura de los talleres artesanales, del año 2 al 5.	DNA	-
	4.5.8 Mejorar la eficiencia de los equipos y herramientas de los talleres de artesanía.	DNA	Red de CITEs
	4.5.9 Elaborar y difundir 01 estudio anual por línea artesanal priorizada, para mejorar la eficiencia de los procesos de elaboración de artesanía de dichas líneas, del año 3 al año 5.	DNA	Red de CITEs

Tabla 9 - Objetivo 5:
Contribuir a la tecnificación y profesionalización del artesano y otros actores del sector.

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
5.1 Crear el Sistema de Certificación de Competencias del Artesano al, año 3.	5.1.1 Elaborar un Convenio Marco con el MTPE para implementar el proceso de certificación de competencias laborales, en el año 1. (REVALORA PERÚ).	DNA	INDECOPI
	5.1.2 Elaborar 02 perfiles ocupacionales del artesano por línea artesanal priorizada (2 líneas el año 1 y 3 líneas el año 2).	MTPE	DNA
	5.1.3 Gestionar la acreditación de 5 instituciones certificadoras de ocupaciones y oficios artesanales (públicas y/o privadas); 02 al año 1 y 03 al año 2.	MTPE	DNA
	5.1.4 Elaborar e implementar el 100% anual del Programa de difusión sobre la importancia y beneficios de la certificación de competencias laborales (inicia el año 2 y finaliza el año 4).	DNA	MTPE
	5.1.5 Seleccionar y certificar 100 artesanos inscritos en el RNA, en el año 2.	DNA	-
	5.1.6 Certificar anualmente, 20 artesanos por región, por línea artesanal priorizada, del año 3 al año 5.	DIRCETURs	DNA MTPE
5.2 Elaborar e implementar, al 100%, el Plan de Incorporación de la Artesanía dentro del sistema educativo peruano, al año 4.	5.2.1 Realizar un estudio de benchmarking a nivel nacional e internacional sobre modelos de tecnificación y profesionalización del artesano, en el año 2.	DNA	-
	5.2.2 Crear y/o actualizar currículas para las 5 líneas artesanales priorizadas, en coordinación con el MINEDU, del año 2 al año 5.	MINEDU	DNA
	5.2.3 Realizar un convenio específico con el MINEDU, en el año 4, para formar docentes en artesanía. Establecer el convenio.	DNA	MINEDU
	5.2.4 Proponer a CENFOTUR y 4 instituciones privadas para incluir un programa de gestión de empresas de artesanía, en el año 3.	DNA	CENFOTURs IESTs
	5.2.5 Promover la incorporación de la artesanía en el sistema universitario estableciendo un postgrado, en el año 4.	DNA	Universidades

Tabla 10 - Objetivo 6:

Desarrollar la articulación multisectorial y el alineamiento de estrategias entre los diferentes actores del sector.

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
6.1 Promover la implementación plena de la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal al año 10.	6.1.1. Proponer la aprobación del PENDAR a nivel de Decreto Supremo. (Año 1).	DNA	MINCETUR
	6.1.2. Promover y propiciar la puesta en funcionamiento del CONAFAR en el año 1 Promover la puesta en funcionamiento del CONAFAR al año 1.	DNA	-
	6.1.3. Analizar e identificar mejoras en el marco legal y normativo actual de la Ley del Artesano para facilitar la implementación del PENDAR.	DNA	MINCETUR Congreso de la República
6.2 Ejecutar e implementar el 100% de las estrategias del PENDAR establecidas al año 5.	6.2.1 Elaborar los lineamientos y metodología para la construcción de los Planes Estratégicos Regionales y Locales de Artesanía (año 2).	DNA	-
	6.2.2 Formar gestores para facilitar la implementación del PENDAR, así como la puesta en funcionamiento, apoyo y seguimiento a los COREFAR y COLOFAR, a nivel regional y local respectivamente (6 gestores a partir del año 3).	DNA	-
	6.2.3 Elaborar 15 planes estratégicos regionales. (5 por año, a partir del año 3).	DIRCETUR Gobiernos regionales y locales	DNA
	6.2.4 Elaborar 10 Planes Locales de Artesanía, (5 el año 4 y de 5 el año 5).	DIRCETUR Gobiernos regionales y locales	DIRCETUR / DNA
	6.2.5 Realizar el concurso de gestión de las DIRCETUR y gobiernos locales en materia de artesanía (Año 2, 4).	DNA	DIRCETUR
	6.2.6 Elaborar Planes Estratégicos para 5 líneas artesanales, considerando los lineamientos del PENDAR (2 en el año 3, 2 en el año 4, 1 en el año 5).	DNA	-

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
6.3 Lograr la articulación y alineamiento con los principales sectores y entidades públicas involucradas en el sector artesanía, al año 4 y fortalecer la coordinación y comunicación con 5 entidades privadas involucradas en el sector.	6.3.1 Elaborar el Mapa 2012 de las instituciones públicas y privadas a nivel nacional, regional y local vinculadas al sector artesanía e implementar estrategias de sinergias al año 3.	DNA	DIRCETUR/ Gobiernos Regionales y Locales
	6.3.2 Elaborar e implementar el Plan de sensibilización para los actores vinculados e identificados en el mapeo y que tiene responsabilidad directa o indirecta con los programas, proyectos y actividades del PENDAR en el año 1.	DNA	DIRCETUR/ Gobiernos Regionales y Locales
	6.3.3 Realizar los convenios y coordinaciones necesarias, con las entidades públicas y privadas, para la implementación del PENDAR del año 1 al año 5.	DNA	DIRCETUR/ Gobiernos Regionales y Locales
	6.3.4 Desarrollar anualmente el PROMOARTESANIA evaluando los resultados y socializándolos con los actores del sector.	DNA	DIRCETUR/ Gobiernos Regionales y Locales
6.4 Dar a conocer el PENDAR a todos los actores del sector artesanía.	6.4.1 Elaborar el Plan de Comunicación del PENDAR que acompañe a su implementación en el año 1.	DNA	-
	6.4.2 Implementar el Plan de Comunicación del PENDAR que acompañe a su implementación del año 1 al año 5.	DNA	-

Tabla 11 - Objetivo 7:

Fortalecer las capacidades y las competencias de los entes rectores del sector artesanía, a nivel nacional, regional y local.

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
7.1 Fortalecer la capacidad institucional y de liderazgo de la Dirección Nacional de Artesanía.	7.1.1 Validar, aprobar e implementar la propuesta estructura organizacional de la DNA alineada a la estrategia del PENDAR, del año 1 al año 2.	DNA	MINCETUR PCM
	7.1.2 Elaborar e implementar un plan de capacitación dirigido al personal de la DNA para la implementación del PENDAR, del año 1 al año 5.	DNA	MINCETUR
7.2 Fortalecer la capacidad institucional y de liderazgo de las DIRCETURs en el sector artesanía.	7.2.1 Realizar un estudio sobre modelos de estructura organizacional para las DIRCETUR, alineado a la estrategia del PENDAR, en el año 3.	DIRCETURs Gobiernos Regionales	DNA
	7.2.2 Elaborar e implementar el Plan de Capacitación a regiones para la implementación del PENDAR, respecto a la transferencia regional de programas, proyectos y/o actividades incluidas en el PENDAR (del año 2 al año 5).	DIRCETUR Gobierno Regionales	DNA
7.3 Fortalecer la capacidad institucional y de liderazgo de los gobiernos locales en el sector artesanía (sólo para gobiernos locales donde la artesanía sea importante).	7.3.1 Promover la designación de un encargado de artesanía para cada pueblo artesanal (año 3).	DIRCETURs Gobiernos Regionales / Locales	DNA

Tabla 12 - Objetivo 8:
Gestionar la información del sector artesanía en forma integrada y descentralizada.

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
8.1 Determinar las líneas de base e información estadística relevante de los actores del sector artesanía, al año 3.	8.1.1 Coordinar inter-sectorialmente para definir criterios para la generación de líneas de base del sector artesanía, con las entidades públicas involucradas en dicha generación (Oficina de Estudios Económicos - MINCETUR, INEI, BCR, Cuenta Satélite, SUNAT, Promperú: Exportaciones y Turismo, etc.).	MINCETUR	DNA
	8.1.2 Determinar las líneas de base de productores, comercializadores y pueblos artesanales del sector artesanía, en el año 1.	MINCETUR	DNA
	8.1.3 Determinar las líneas de base de los indicadores del PENDAR, del año 1 al año 2.	MINCETUR	DNA
8.2 Recolectar líneas de base e información estadística relevante de los actores del sector artesanía al año 3.	8.1.4 Realizar estudios necesarios para el sector artesanía, del año 1 al año 5.	DNA	MINCETUR
	8.1.5 Actualizar y monitorear las líneas de base y estudios del sector artesanía.	MINCETUR	DNA
	8.2.1 Crear un repositorio documentario virtual con información relevante para el sector artesanía (Año 2).	DNA	MINCETUR
	8.2.2 Crear 01 directorio nacional de proveedores de materias primas y servicios del sector artesanía.	DNA	DIRCETUR/ Gobiernos Regionales y Locales
	8.2.3 Evaluar, mejorar y ampliar la cobertura del Registro Nacional del Artesano (RNA) logrando que el 50% de los artesanos del país estén registrados, del año 1 al año 5.	DNA	DIRCETUR/ Gobiernos Regionales y Locales
	8.2.4 Recolectar la información contemplada en la Ley del Artesano para alimentar el sistema de información.	DNA	DIRCETUR/ Gobiernos Regionales y Locales

» Continúa de la página anterior.

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
8.3 Diseñar y desarrollar el Sistema de Información.	8.3.1. Diagnosticar el sistema de información actual del sector artesanía, en el año 1.	DNA	MINCETUR
	8.3.2 Identificar los perfiles y requerimientos de los usuarios del sistema de información, en el año 1.	DNA	MINCETUR
	8.3.3 Identificar los proveedores de información y diseñar mecanismos para la alimentación de información en el sistema de información, en el año 1.	DNA	MINCETUR
	8.3.4 Diseño y desarrollo del sistema virtual de información del sector artesanía, en el año 2.	DNA	MINCETUR
	8.3.5 Desarrollar e implementar un programa de actualización continua del sistema de información (Año 3 al 5).	DNA	MINCETUR
8.4 Lograr que el 80% de los actores del sector artesanía pueda acceder a información del sector al año 5.	8.4.1 Implementar un programa de difusión y capacitación sobre el sistema de información del sector artesanía en el 100% de regiones del país (Año 2 al año 5).	DNA	MINCETUR/ DIRCETUR/ GR/GL
	8.4.2 En comunidades con dificultades de acceso al sistema virtual, implementar proyectos de difusión de la información del sector artesanías en 80% de las regiones (Año 3 al año 5).	DIRCETUR/ Gobiernos Regionales y Locales	DNA

Tabla 13 - Objetivo 9:

Propiciar y Fortalecer la Inversión en el Sector, el Financiamiento a las Unidades Artesanales y la Cobertura Social en el Sector.

Plan de Acción General	Plan de Acción Específico	Responsable	Vinculado
9.1 Promover el incremento de la inversión en el sector en un 100% por fuentes públicas, cooperación internacional y sector privado al año 5.	9.1.1 Promover el incremento en 100% de la inversión en el sector artesanía a través de proyectos de inversión pública para el año 5.	DNA	DIRCETURS/ Gobiernos Regionales y Locales
	9.1.2 Promover el incremento de la inversión de cooperación nacional e internacional en artesanía en un 100% al año 5.	DNA	DIRCETUR/ Gobiernos Regionales y Locales / APCI
	9.1.3 Promover el mejoramiento de la calidad de la inversión en artesanía y su aumento en un 100%, a través de proyectos de responsabilidad social de las empresas privadas, del año 1 al año 5.	DNA	DIRCETUR
	9.1.4 Promover el incremento del 100% de la inversión e iniciativas privados para el sector artesanía, al año 5.	DNA	COPESCO
9.2 Promover que el 40% de artesanos estén informados sobre los mecanismos de acceso a financiamiento a unidades productivas, al año 5.	9.2.1 Identificar y difundir las condiciones necesarias para que el 40% de los artesanos estén informados sobre los mecanismos de acceso al financiamiento, del año 2 al 5.	DNA	DIRCETUR/ Gobiernos Regionales y Locales
9.3 Difundir mecanismos de cobertura social al 50% de los artesanos al año 5.	9.3.1 Realizar y difundir un estudio sobre los mecanismos de cobertura social para mejorar las condiciones de trabajo y seguridad del artesano, en el año 1.	DNA	-
	9.3.2 Elaborar y difundir 1 estudio de factibilidad para la creación de una mutual para Artesanos a partir de fondos privados, en el año 3.	DNA	-



RETABLOS AYACUCHANOS

Nombre de la obra: Costumbres

Autor: Jesus Urbano Cárdenas

Retablo ayacuchoano de dos cuerpos que representa la famosa danza de las tijeras y el Yawar Fiesta Ayacucho

8. Programas del PENDAR

Luego de presentar los Objetivos estratégicos, Planes de Acción General (PAGs) y Planes de Acción Específicos (PAEs), se presentarán los programas y proyectos del PENDAR. Los PAE han sido agrupados en proyectos, los cuales a su vez constituyen programas que el sector debe implementar para lograr los objetivos estratégicos. Esta nueva forma de agrupar los PAGs y PAEs de acuerdo a programas y proyectos, facilita la construcción del presupuesto del PENDAR y la implementación del mismo.

- Programa 1. Desarrollo de Oferta de Artesanía
- Programa 2. Articulación Turismo – Artesanía
- Programa 3. Promoción de la Oferta Exportable
- Programa 4. Fortalecimiento del Mercado Local
- Programa 5. Valor cultural de la artesanía
- Programa 6. Tecnificación del artesano
- Programa 7. Gestión de la información
- Programa 8. Facilitación para la implementación del PENDAR

Los programas muestran la interrelación de un grupo de objetivos estratégicos para lograr objetivos de resultados. De esta manera, los programas representan el cómo lograr los objetivos de impacto. Para facilitar la comprensión de estas interrelaciones se han construido gráficos del mapa estratégico mostrando la interrelación de los objetivos que intervienen por programa. Aquellos objetivos con línea más gruesa representan los ejes de gravitación del programa, es decir, los objetivos principales en los que el programa se desarrolla. Si bien aparecen algunos otros objetivos, estos sólo funcionan como alimentadores de los objetivos de gravitación y/o como consecuencia de la realización de los mismos. A continuación, se muestra gráficamente la interrelación de los objetivos y programas.

8.1. Programa de Desarrollo de Oferta de Artesanía

Como se muestra en el Gráfico 2, el Programa de Desarrollo de Oferta de Artesanía tiene su centro de gravitación en el Objetivo 2 – Fortalecimiento de las empresas de artesanía y la asociatividad en el sector- y en el Objetivo 4 – Innovación, calidad y productividad de la oferta de artesanía.

El objetivo del programa es contribuir, desde la intervención del Estado, a construir una oferta de artesanía adecuada a los requerimientos de los diferentes mercados. Este programa permitirá potenciar a los actores que desarrollan la oferta, con la intención de darles a conocer herramientas que los ayuden a ser más productivos y competitivos en el mercado. Este programa consta de 6 proyectos, el primer proyecto está referido a elaborar el diagnóstico de líneas artesanales, el segundo y tercero a promover y mejorar las condiciones de innovación en el sector artesanía y a partir del desarrollo del producto, el cuarto a mejorar las condiciones de calidad de la oferta de artesanía, el quinto a mejorar las condiciones de los factores de producción de la oferta de artesanía, y el sexto a mejorar las condiciones empresariales para el desarrollo de la oferta de artesanía.

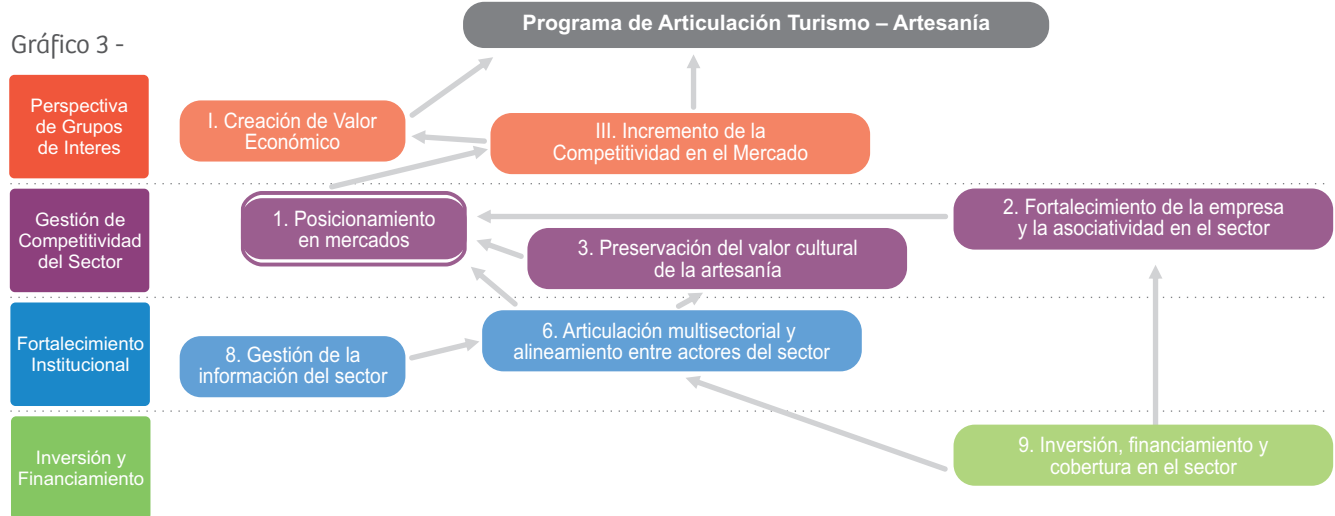
Gráfico 2 -



8.2. Programa de Articulación Turismo – Artesanía

Como se muestra en el Gráfico 3, el Programa de Articulación Turismo-Artesanía tiene su centro de gravitación en el Objetivo 1: Posicionamiento en mercados.

El programa tiene como objetivo el desarrollo y promoción de toda la cadena de comercialización de la oferta de artesanías para el mercado turístico con el fin de tener productos alineados a los circuitos turísticos a nivel nacional. Asimismo, el programa comprende el desarrollo de capacidades de los artesanos para poder aprovechar las oportunidades comerciales del mercado turístico de artesanías. Para el desarrollo del programa será necesario contar con la participación de las DIRCETURs, Viceministerio de Turismo, Gobiernos Regionales, Locales, PROMPERU y COPESCO. El programa comprende 3 proyectos, el primero referido a la identificación de oportunidades para la venta de artesanías, el segundo considera los mecanismos de acceso a los canales de comercialización y el tercero se refiere a la estrategia de promoción.



8.3. Programa de Promoción de la Oferta Exportable de Artesanía

Como se muestra en el Gráfico 4, el Programa de Promoción de la Oferta Exportable tiene su centro de gravitación en el Objetivo 1 – Posicionamiento en mercados.

El programa de promoción de la oferta exportable, considera 3 proyectos que incluyen la identificación de oportunidades comerciales para que las empresas exportadoras puedan tomar decisiones acertadas, el acceso a los canales de comercialización del mercado internacional y la promoción de la artesanía mediante la generación de contactos comerciales y estrategias alineadas a la marca país.

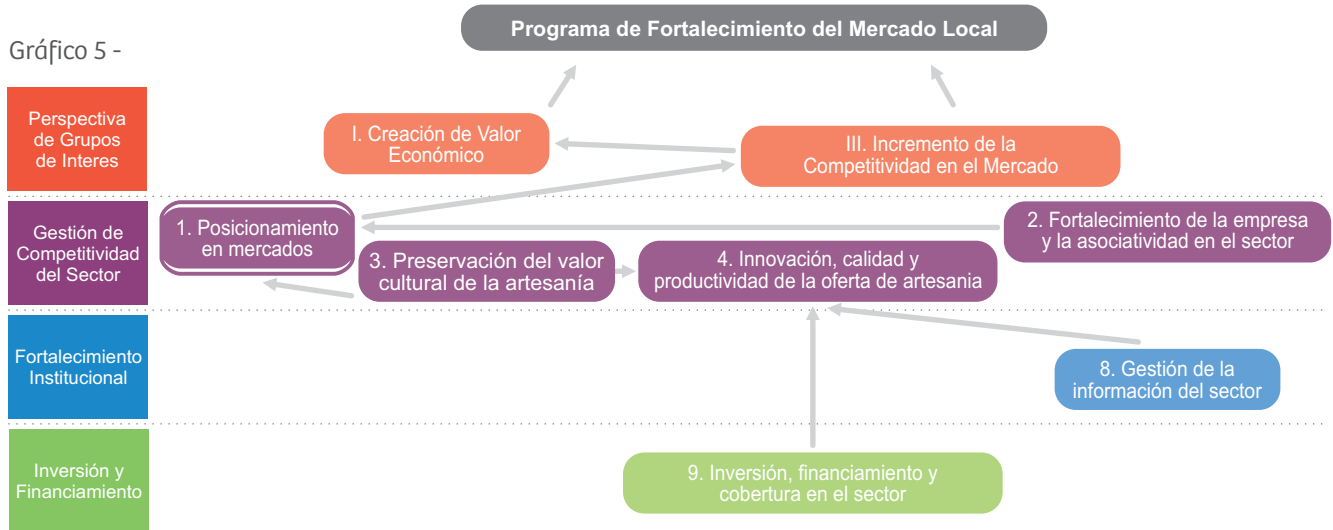
Gráfico 4 -



8.4. Programa de Fortalecimiento del Mercado Local

Como se muestra en el Gráfico 5, el Programa de Fortalecimiento del Mercado Local de Artesanía tiene su centro de gravitación en el Objetivo 1 – posicionamiento en mercados-, privilegiando obviamente el mercado local.

El programa busca incrementar la valoración y el consumo de productos artesanales por parte del consumidor peruano. El programa comprende 3 proyectos que buscan el fortalecimiento del mercado local de artesanías. El primer proyecto está referido a identificar oportunidades para el desarrollo del mercado, mediante el estudio de los potenciales canales de comercialización, el segundo busca mejorar el acceso de los productores artesanales a los canales de comercialización del mercado local, incluyendo un manual para la venta de productos en el mercado local y el tercero se refiere a la promoción de la artesanía en el mercado local, mediante el impulso de ferias de venta al detalle que ayuden a concretar oportunidades en diversos eventos.



8.5. Programa de Valor Cultural de la Artesanía

Como se muestra en el Gráfico 6, el Programa de Valor Cultural de la Artesanía tiene su centro de gravitación en el Objetivo 3 – Preservación cultural de la artesanía. El objetivo del programa es propiciar el rescate de las técnicas, productos, usos sociales e iconografía tradicional del sector artesanía. Se entiende por rescate al proceso de registro, investigación, conservación, transmisión y difusión del valor cultural de la artesanía. El programa se compone de 2 proyectos, el primero referido a elaborar e implementar proyectos enmarcados en el Plan de Rescate de Técnicas Tradicionales de Artesanía y el segundo a posicionar la artesanía como elemento de identidad nacional.

Gráfico 6 -



8.6. Programa de Tecnificación del Artesano

Como se muestra en el Gráfico 7, el Programa de Tecnificación y Profesionalización del Artesano tiene su centro de gravitación en el Objetivo 5 – Tecnificación y profesionalización del artesano y otros actores.

El objetivo del programa es contribuir a la tecnificación y profesionalización del artesano permitiendo la identificación y el reconocimiento de sus competencias, en las diferentes líneas artesanales que desarrolle. El programa está compuesto de 2 proyectos que buscan implementar el proceso de certificación de competencias laborales del artesano y elevar su nivel técnico y/o profesional.



8.7. Programa de Gestión de la Información de Artesanía

Como se muestra en el Gráfico 8, el Programa de Gestión de Información tiene su centro de gravitación en el Objetivo 8 – Gestión de Información del Sector. El objetivo del programa es contar con un sistema de información que permita la obtención y difusión de la información fidedigna, relevante y oportuna del sector artesanía a nivel nacional. El programa permitirá que el sector posicione un lenguaje común sobre los temas relevantes de artesanía, se pueda determinar con mayor precisión su tamaño en la economía del país, se articulen las iniciativas vinculadas al sector y se utilice de una manera coordinada y eficaz los recursos destinados al sector artesanía. Este programa consta de 4 proyectos, el primer proyecto referido a determinar líneas de base y estudios relevantes del sector, el segundo a recolectar y registrar información relevante de los actores del sector, el tercero a diseñar y desarrollar el sistema virtual de información del sector artesanía y el cuarto a lograr que los actores accedan al sistema de información del mismo.

Gráfico 8 -



8.8. Programa de Facilitación para La Implementación del PENDAR

Como se muestra en el Gráfico 9, el Programa de Facilitación del PENDAR tiene su centro de gravitación en el Objetivo 9 – Inversión, financiamiento y cobertura en el sector - en el Objetivo 6 – Articulación multisectorial y alineamiento entre actores del sector- y el Objetivo 7 – Capacidades y competencias de los entes rectores del sector-. El programa busca generar las condiciones necesarias para una óptima implementación del PENDAR. El programa comprende 7 proyectos que se enfocan en diversos aspectos que comprenden la comunicación, el marco institucional, la inversión en el sector y el despliegue del PENDAR a nivel regional y local. El primer proyecto está referido al lanzamiento a nivel nacional del PENDAR, el segundo y tercer proyecto buscan potenciar el marco institucional y legal adecuados para la implementación del plan, el cuarto proyecto busca fortalecer la articulación multisectorial del sector, el quinto, busca elevar el nivel y la calidad de la inversión en el sector, el sexto y séptimo propone los mecanismos de despliegue del PENDAR a nivel regional y local, así como también a nivel de líneas artesanales.

Gráfico 9 -



Lineamientos
Plan Estratégico Nacional de Artesanía

PENdAR

Hacia el 2021





Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Viceministerio de Turismo
Dirección Nacional de Artesanía
www.mincetur.gob.pe
Calle Uno Oeste N° 050 – Córpac San Isidro Lima
Central (51) (1) 513 6100