

**MINISTERIO DE COMERCIO
EXTERIOR Y TURISMO**



**PLAN OPERATIVO
DEL PRODUCTO
ARTESANIA**

PERX: PIURA

2004

PLAN OPERATIVO DEL PRODUCTO ARTESANIA

1. Aspectos relevantes del producto¹

- En el año 2002 las exportaciones artesanales alcanzaron un valor de 44 millones de dólares, representando el 1.9% de las exportaciones no tradicionales y 0.6% de las exportaciones totales peruanas.
- Entre el 2000 y el 2002 las exportaciones de artesanías crecieron a una tasa anual de 13.6%, revirtiendo así la caída registrada en 1999 (-5.7%). Este aumento se debió al mayor volumen embarcado, que compensó la caída de precios promedio de exportación.
- El país a donde más se exportó fue Estados Unidos, concentrando aproximadamente la mitad de las exportaciones del sector.
- Piura concentra el 4.5% de trabajadores artesanales del total nacional.
- En el ranking mundial de países exportadores de artesanías, China ocupa el primer lugar, seguida por el Reino Unido con 3140.3 millones. Por su parte el Perú ocupa el puesto 38.
- Las principales líneas de producción artesanal de la región de Piura son: fibra vegetal, alfarería, cerámica, orfebrería, cuero, torneado en madera, zapote, tejidos de punto y tejidos planos.
- Entre las principales ciudades que elaboran artesanía en la región destacan: Chulucanas con cerámica, Catacaos con filigrana de plata y Simbalá con cerámica.

2. Diagnóstico competitivo de la cadena productiva

Fortalezas
<p>Potencialidades</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Capacidad propia de los artesanos.▪ Nivel de calidad de productos.▪ Originalidad de técnicas del lugar.▪ Existencia de artesanía por línea de productos.▪ Productos hechos a mano.▪ Disponibilidad de mano de obra

Debilidades
<p>Potencialidades</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Poco soporte logístico para mejorar acabados o características de conservación de las artesanías (contacto con agua).▪ Faltan desfiles de presentación de producto.▪ Deficiencia en la calidad de insumos.▪ Mal aprovisionamiento de los insumos para abaratar costos.▪ Inexistencia de normas técnicas.▪ No existe certificación de origen de producto.▪ Se carece de un directorio de artesanos por producto.

¹ Plan Operativo Exportador del Sector Artesanía. 2004

Debilidades

Infraestructura y facilitación

- Faltan estadísticas de producción.
- Ausencia de técnicas de embalaje.
- Falta de líneas de crédito.

Desarrollo empresarial

- Oferta en pequeña escala por línea de producto.
- Inexistencia de organizaciones competitivas por producto.
- Unidades productivas pequeñas.
- Ausencia de sistemas de información

Desarrollo exportador

- Presencia dominante de intermediarios.
- Bajo acceso a los insumos externos.
- Desconocimiento de información de tendencias de mercado externo.
- Resistencia de los actores a los cambios de exportación.
- Escasa relación con empresas exportadoras.

Sociales

- Deficiente capacitación por línea de producto.
- Deficiente organización gremial
- Deficiente nivel educativo de los artesanos

Oportunidades

Nacional

- El Estado promueve la exportación.
- Oportunidades de ventas por el T.L.C. con EE.UU.
- Existe infraestructura para la continuidad de producción de productos.
- Rapidez de los sistemas comunicación.

Externo

- Mayor aceptación de productos artesanales peruanos en el exterior
- Rechazo a productos de países asiáticos porque emplean mano de obra infantil.

Amenazas

Nacional

- Ingreso de productos sustitutos del exterior.
- Incremento del ingreso de productos subsidiados.
- Falta de continuidad de políticas por los Gobiernos de turno.
- Agotamiento de canteras de arcilla en Chulucanas.

Externo

- Rechazo de productos en los países asiáticos por el uso de mano de obra por niños.

3. Visión al 2013

“Para el 2013, se espera quintuplicar el volumen de exportación, con artesanía competitiva y progresiva en utilidad, diseños y formas, bien posicionada en el mercado global, ofrecida como un producto artesanal de bandera, con claras y efectivas políticas de protección de producto artesanal y desarrollada en base a la asociatividad empresarial de los artesanos.”

4 Valores

El código de valores que ha definido el grupo de trabajo en el taller consta de lo siguiente:

- **Liderazgo.** Se define como la conducción o dirección de un grupo social hacia el logro de objetivos comunes. Es la influencia que ejerce una persona en un proceso de comunicación, involucrando a otras en el logro de una o varias metas. Líder es la persona emprendedora, con iniciativa y la habilidad de saber transmitir sus pensamientos a los demás, desarrollando la capacidad de conducir equipos de trabajo eficientes.
- **Responsabilidad.** Valor que significa hacerse cargo de las consecuencias de las palabras, acciones, decisiones y compromisos contraídos. La responsabilidad tiene efecto directo sobre otro valor fundamental: la confianza. Es un signo de madurez. Es clave para el cumplimiento de planes y acuerdos. Es importante para fortalecer las cadenas productivas.
- **Calidad.** Es el grado de perfección con que un producto satisface las expectativas y los requerimientos establecidos para determinado uso o consumo.
- **Integración.** Es la acción que propicia la unificación entre los agentes económicos de la cadena productiva en el proceso por construir ventajas competitivas, abandonando actitudes independientes y guiando la gestión hacia el logro de objetivos comunes.
- **Honestidad.** Valor que se manifiesta en buscar, aceptar y decir la verdad, respetando los derechos y bienes de las personas. Es honesto el que no miente, no roba y no engaña. Este valor es la base para que las relaciones humanas se desenvuelvan en un ambiente de confianza y credibilidad.
- **Disciplina.** Es el respeto a las normas y reglamentaciones establecidas o autoimpuestas.
- **Excelencia:** Es el logro de una calidad superior y de resultados óptimos en términos de eficiencia, eficacia y efectividad.

5. Líneas estratégicas

Línea estratégica 1	Mejorar la oferta exportable mediante el incremento de la producción y rendimientos de las artesanías.
Línea estratégica 2	Desarrollar una estrategia para la consolidación de las artesanías en los mercados internacionales.
Línea estratégica 3	Mejorar los servicios para posicionar las artesanías en los mercados internacionales.
Línea estratégica 4	Desarrollar una cultura exportadora y por la competitividad entre los productores de artesanías.

6. Matriz del Plan Operativo del Producto Artesanía

Plan Operativo del Producto Artesanías

Línea estratégica 1. Mejorar la oferta exportable mediante el incremento de la producción y rendimientos de las artesanías.

Actividades	Indicadores	Responsables
1.1 Elaborar Normas Técnicas y crear una marca	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A julio del 2005 se ha aprobado la norma técnica: Cerámica y Tejido de Fibra vegetal. ▪ A julio del 2005, se ha creado una marca colectiva (Catacaos). ▪ A julio del 2005 se han creado tres marcas. 	<ul style="list-style-type: none"> • INDECOPI • CERX • Universidades • Asociación de productores.
1.2 Gestionar la denominación de origen para la cerámica de Chulucanas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2005 se ha obtenido la denominación de origen. 	<ul style="list-style-type: none"> • INDECOPI • CITE Cerámica Chulucanas • CERX • Asoc. Exportadora
1.3 Realizar un censo de artesanos por línea de producción	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A abril del 2005 se cuenta con un censo y directorio de artesanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • CERX • DIRCETUR • INEI
1.4 Desarrollar programas de capacitación: diseño, materiales, embalajes, costos y comercio exterior	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2004 se estructura un programa de capacitación. ▪ A partir de marzo del 2005, se realiza una capacitación por semestre de 50 artesanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • DIRCETUR • CITE Chulucanas y Catacaos • DIRCETUR • ONG's • Gobierno Regional • Universidades
1.5 Elaborar una base de datos de proveedores de insumos.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2004 existe un registro de proveedores por línea de producto al alcance de los usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • CITE Chulucanas y Catacaos • DIRCETUR • Cámara de Comercio
1.6 Promover servicios de asistencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A enero del 2005, 3 Gremios asistidos en diseño 	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Regional

técnica orientada a mejorar oferta exportable.	y mejora en el uso se arcilla o técnicas para acabados (un gremio por línea).	<ul style="list-style-type: none"> • ONG's • CITES • PROMPEX
1.7 Capacitar en la obtención de insumos de buena calidad.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al primer semestre del 2005 el 100% de artesanos conocen el trabajo con arcilla de buena calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • CITE Chulucanas y Catacaos • CERX • Universidades • Asociación de Productores • Gobierno Regional • ONGs
1.8 Organizar a los pequeños empresarios.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2006 se ha logrado consolidar la oferta exportable por 4 líneas de producción con 20 productores. 	<ul style="list-style-type: none"> • DIRCETUR • CITE Chulucanas y Catacaos • ONGs • Gobierno Regional
1.9 Elaborar el manual para los productos priorizados (cerámica y paja toquilla).	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A mayo del 2005 se ha publicado un manual. 	<ul style="list-style-type: none"> • INDECOPI • Asociación de Productores • CITE Chulucanas y Catacaos • U.N.P • C.P. • ONGs • CERX

Línea estratégica 2. Desarrollar una estrategia de penetración de artesanías en los mercados internacionales.

Actividades	Indicadores	Responsables
2.1 Identificar dos nuevos mercados de destino	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A julio del 2005 se han elaborado dos perfiles de mercados de destino. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Regional • DIRCETUR • MINCETUR • CAMCO • CITES • PROMPEX
2.1 Elaborar el Plan de Exportación Producto-Mercado para 4 líneas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A enero del 2005, se cuenta con el Plan por Producto –Mercado 4 líneas 	<ul style="list-style-type: none"> • CERX • Asociación de artesanos

Línea estratégica 3. Mejorar las vías de comunicación terrestre y brindar los servicios para posicionar las artesanías en los mercados Internacionales.

Actividades	Indicadores	Responsables
3.1 Gestionar líneas de crédito.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A junio del 2005, se ha gestionado una línea de crédito accesible hasta por monto USA \$ 50 000. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Regional • CERX • Mesa de Artesanías • Asociación de Productores
3.2 Crear un fondo de dinero rotatorio.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A fines 2006 se ha constituido dicho fondo. ▪ A marzo del 2007 este fondo se encuentra en funcionamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación de Productores • CERX • COFIDE • Bancos de Fomento
3.3 Fortalecer las cadenas productivas.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A julio del 2005 se han fortalecido la cadena productiva de: Cerámica y Joyería 	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara de Comercio • CITE Chulucanas y Catacaos • ONGs • U.N.P • Asociación de Productores • CERX

Línea estratégica 4. Desarrollar un programa para generar una cultura exportadora y por la competitividad entre los productores de artesanías.

Actividades	Indicadores	Responsables
4.1 Implementar talleres orientados a la calidad del producto.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A julio del 2005, 50 artesanos capacitados por línea de producción y a partir 2006, 200 artesanos son capacitados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Regional • DIRCETUR • CITES • Gremios de artesanos. • Mesa de Artesanías
4.2 Desarrollar un programa de intercambio de experiencias con artesanos de otras regiones y países.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre 2013, 50% de artesanos dedicados a producir para la exportación han participado de pasantías en el exterior para mejorar diseño 	<ul style="list-style-type: none"> • DIRCETUR • CERX • CITES

Actividades	Indicadores	Responsables
	de sus productos.	<ul style="list-style-type: none"> • MINCETUR
4.3 Promover el reconocimiento de esfuerzos empresariales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre 2004, se ha creado el premio al artesano exportador en las siguientes categorías: calidad, diseño y gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Regional • MINCETUR • CITES. • ONGs • CERX

7. Monitoreo y evaluación del POP

El proceso de implementación y seguimiento del POP estará a cargo del Comité Ejecutivo Regional de Exportaciones, CERX, cuya estructura organizacional brindará soporte y seguimiento a todas las acciones estratégicas contempladas. Para ello, el CERX promoverá la conformación de la Mesa de la Artesanía responsable de articular a los actores de la cadena y de impulsar y dar seguimiento al POP.

En términos generales los responsables de la implementación, evaluación y seguimiento se reunirán periódicamente para discutir en forma participativa y con espíritu de colaboración los avances del Plan de acuerdo a los indicadores establecidos. En estas sesiones se propondrán los ajustes que fueran necesarios para cumplir con la visión de la cadena productiva.