



MARKETING APLICADO AL SECTOR ARTESANAL

Lic.Adm. MBA César Augusto Atoche Pacherras
Profesor Principal UNP



Ley 29073

Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal

Este lunes 20 de agosto

Congresista Fabiola Morales presenta Ley de Artesano en Chulucanas y Catacaos



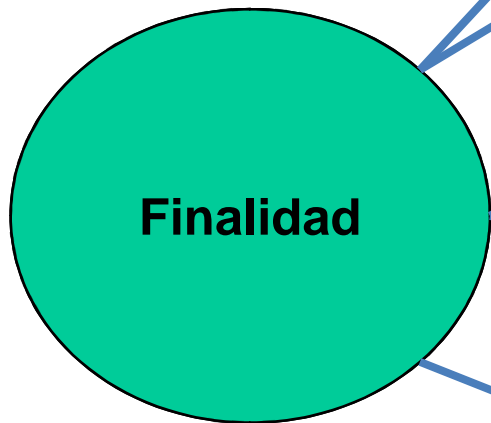
Agosto,20,2007.- Con el objetivo de dar a conocer las principales bondades e informar sobre los mecanismos de participación que tienen los artesanos y que son contemplados en la recientemente aprobada y publicada Ley General de la Actividad Artesanal, este lunes 20 de agosto la Congresista, Dra. Fabiola Morales Castillo, autora de la ley, se reunirá con los artesanos de Chulucanas y Catacaos.

La cita en Chulucanas será en el local de la CITE-Cerámica a las 8 de la mañana, donde participarán, el Alcalde de Chulucanas Edilberto Farías, reconocidos artesanos como

Santodio Paz y Gerásimo Sosa, así como artesanos de Chulucanas y sus caseríos como La Encantada, zonas conocidas a nivel mundial por su artesanía.

En Catacaos, la presentación será a las 11:00 a.m. en el Salón de actos de la Municipalidad de Catacaos, donde asistirán también el alcalde de Catacaos, Mario More, el director del Cite-Joyería y reconocidos artesanos del lugar.

La parlamentaria informó que con esta ley los artesanos tendrán la posibilidad de integrar y decidir en el Consejo Nacional de Fomento Artesanal, el cual deberá también formarse en las diferentes regiones y localidades del país con el nombre de Consejo Regional de Fomento Artesanal.



Promover el desarrollo del artesano y de la artesanía.

Facilitar acceso del artesano al financiamiento privado.

Mejorar condiciones de productividad, competitividad, rentabilidad y gestión en el mercado.

Fomentar la formación de artesanos y divulgación de sus técnicas.

Convertir la artesanía en un sector descentralizado, económicamente viable y generador de empleo sostenible.

**Min
cetur**

Ministerio de Comercio
Exterior y Turismo

Dirección Nacional
de Artesanía



Bienvenidos al Sistema Web del
Registro Nacional del Artesano

[Ingrese al formulario web](#)

[Ingrese a infoartesanía](#)

MINCETUR - Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Dirección Nacional de Artesanía

Dirección: Calle Uno Oeste N° 050 Urb. Córpac - San Isidro - Lima - Perú

Informes:
rna@mincetur.gob.pe
Central Telf. 513-6100

INSCRIPCIÓN

- Se envía solicitud (según formato) a la Dirección Nacional de Artesanía del Vice Ministerio de Turismo y en diez (10) días hábiles se debe aprobar, caso contrario está sujeto al silencio positivo (aprobado en el día 11).
- La constancia de inscripción en el Registro Nacional del Artesano (RNA) incluye un código de inscripción y tiene una vigencia de dos (02) años, pudiendo ser renovada.
- La renovación requiere la presentación de una solicitud a la Dirección Nacional de Artesanía (según formato), con 30 días anteriores a su vencimiento.

INSCRIPCIÓN

- La constancia de inscripción en el Registro Nacional del Artesano (RNA) tiene una vigencia de dos (02) años, pudiendo ser renovada.
 - La renovación requiere la presentación de una solicitud a la Dirección Nacional de Artesanía, con 30 días anteriores a su vencimiento
-

En este directorio encontrará a los artesanos inscritos en el Registro Nacional del Artesano del Perú.
Realice la búsqueda por cualquiera de las siguientes opciones :

LINEA ARTESANAL

SELECCIONE

NOMBRE O RAZON SOCIAL

DEPARTAMENTO

SELECCIONE

Nº DOCUMENTO (DNI - RUC - PART. REGISTRAL)

7,252 registros Ir a la en 363 paginas página: Ir [Anterior](#) [21](#) [22](#) [23](#) [24](#) [25](#) [26](#) [27](#) [28](#) [29](#) [30](#) [31](#) [32](#) [33](#) [34](#) [35](#) [36](#) [37](#) [38](#) [39](#) [40](#) [Siguiente](#)

Razon Social	Línea Artesanal	Region	Detalle
TTITO FERNANDEZ PAULINA	TEXTILES	CUSCO	[Ver]
VERONICA HUILLCA SANTUSA	TEXTILES	CUSCO	[Ver]
PAUCAR QUISPE SIMEONA	TEXTILES	CUSCO	[Ver]
DURAND RAMOS MARIA CANDELARIA	PRODUCTOS EN FIBRA VEGETAL	PIURA	[Ver]
QUISPE PUMA SATURNINA	TEXTILES	CUSCO	[Ver]
RAMOS CHERO MARIA MERCEDES	PRODUCTOS EN FIBRA VEGETAL	PIURA	[Ver]
TTITO PAUCAR FELICIA	TEXTILES	CUSCO	[Ver]
VILLEGAS MARTINEZ FLOR DE MARIA	PRODUCTOS EN FIBRA VEGETAL	PIURA	[Ver]
QUISPE FERNANDEZ SANTUSA	TEXTILES	CUSCO	[Ver]
LAGUNA VERONICA DELIA	TEXTILES	CUSCO	[Ver]
MARTINEZ CHERO MARIA AMELIA	PRODUCTOS EN FIBRA VEGETAL	PIURA	[Ver]
DURAND VILLEGAS ANA ELBA	PRODUCTOS EN FIBRA VEGETAL	PIURA	[Ver]
VERONICA HANCCO JULIANA	TEXTILES	CUSCO	[Ver]
QUISPE QUISPE EULOGIA	TEXTILES	CUSCO	[Ver]
VILLEGAS DE DURAND MARIA VICTORIA	PRODUCTOS EN FIBRA VEGETAL	PIURA	[Ver]
CHERO YOVERA PASCUALA	PRODUCTOS EN FIBRA VEGETAL	PIURA	[Ver]
MARTINEZ ROBLES JOSEFA	PRODUCTOS EN FIBRA VEGETAL	PIURA	[Ver]

INFOARTESANÍA

-
- **El año 2009 MINCETUR pondrá más énfasis en el desarrollo y fortalecimiento de la implementación de la Ley del Artesano, a través de:**
 - **Creación de los Consejos Regionales de Fomento Artesanal.**
 - **Creación de Consejos Locales de Fomento Artesanal.**
 - **Inscripción de los artesanos en el Registro Nacional del Artesano.**
 - **Programa de implementación de los sellos distintivos en artesanía y joyería.**
 - **Programas de calidad a través de las normas técnicas, que son necesarias para la competitividad en el mercado exterior.**
-

-
- **¿Cómo aplicar Marketing en el sector Artesanal?**
-

-
- “La artesanía mantiene viva la cultura. Los turistas que nos visitan admiran **nuestra gente,** **nuestra gastronomía** y **nuestra artesanía**”.
-

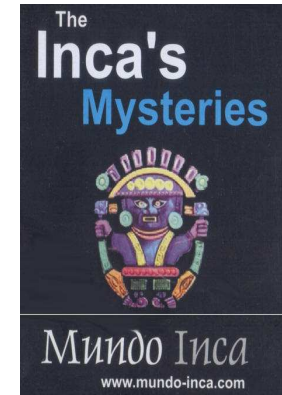


LA DEMANDA





DEMANDA:
ARTESANIA - JOYERIA



Mercado
Local

Limitado

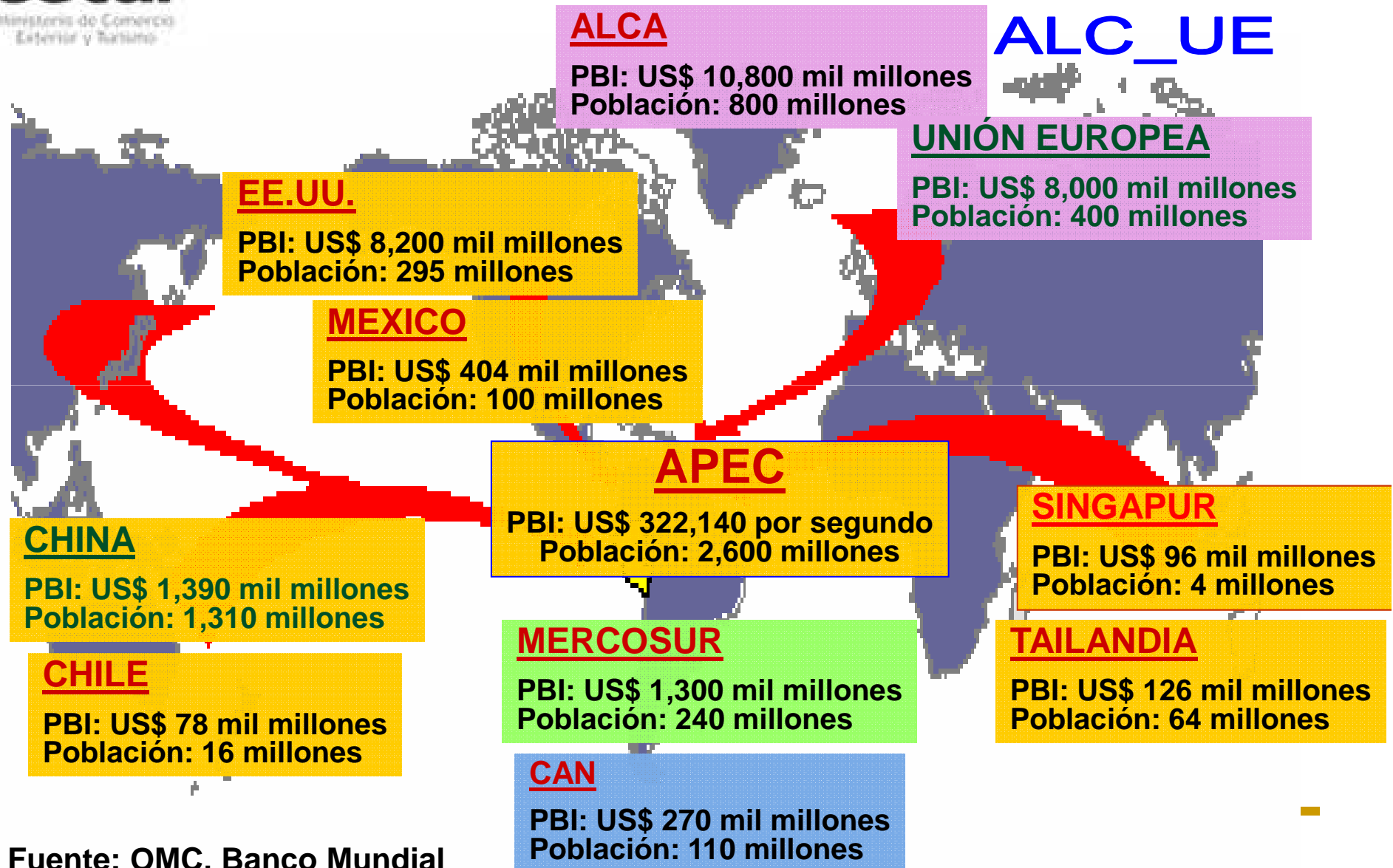
Mercado
Turístico

Conformado por turistas
nacionales y extranjeros.
Estos últimos considerados
Como medio de exportación
Indirecta.

Mercado de
Exportación

Altamente exigente,
por lo que se
requiere productos
constantemente
Renovados en
diseños y colores.

El Perú y su estrategia comercial de L/P

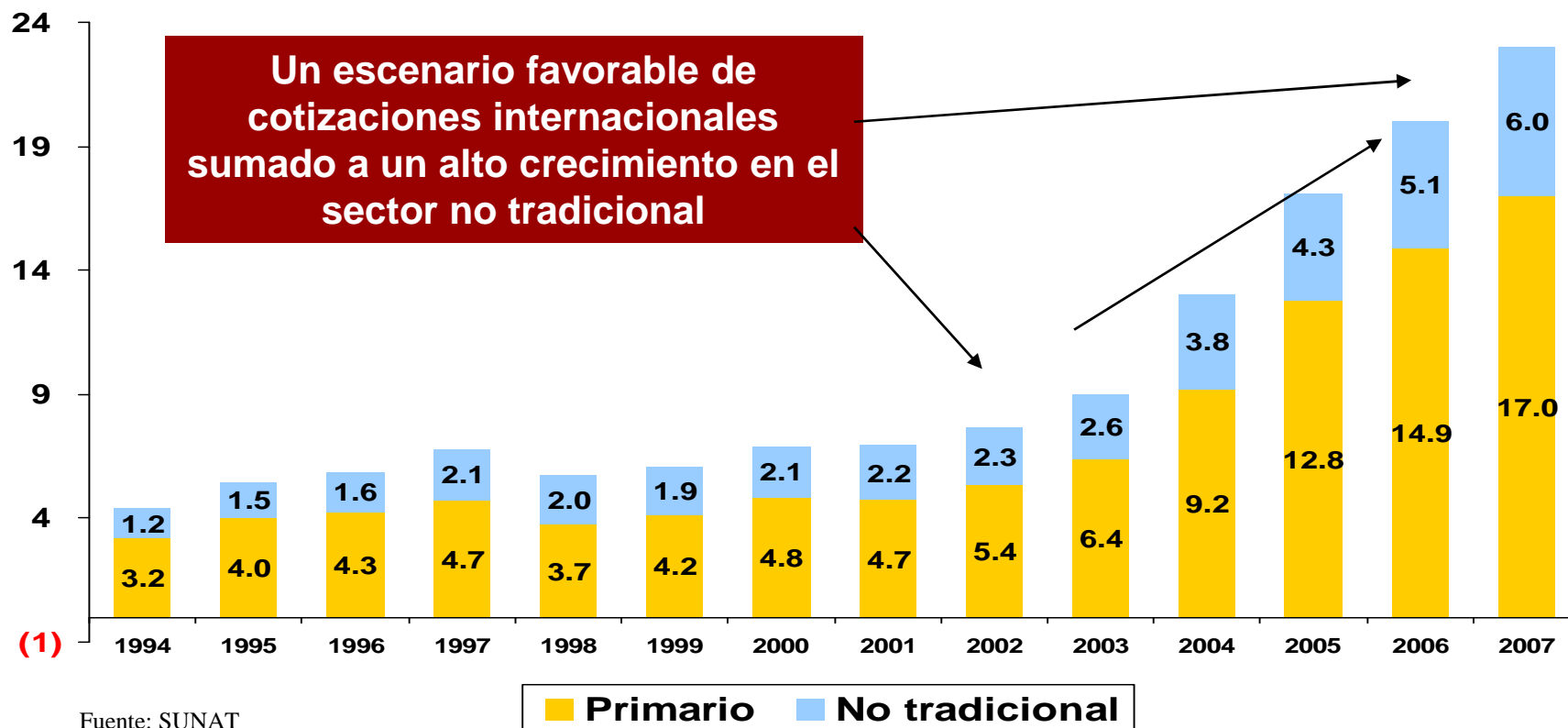


Fuente: OMC, Banco Mundial

Logros en Desarrollo de Comercio

Perú: Exportaciones Totales al Mundo

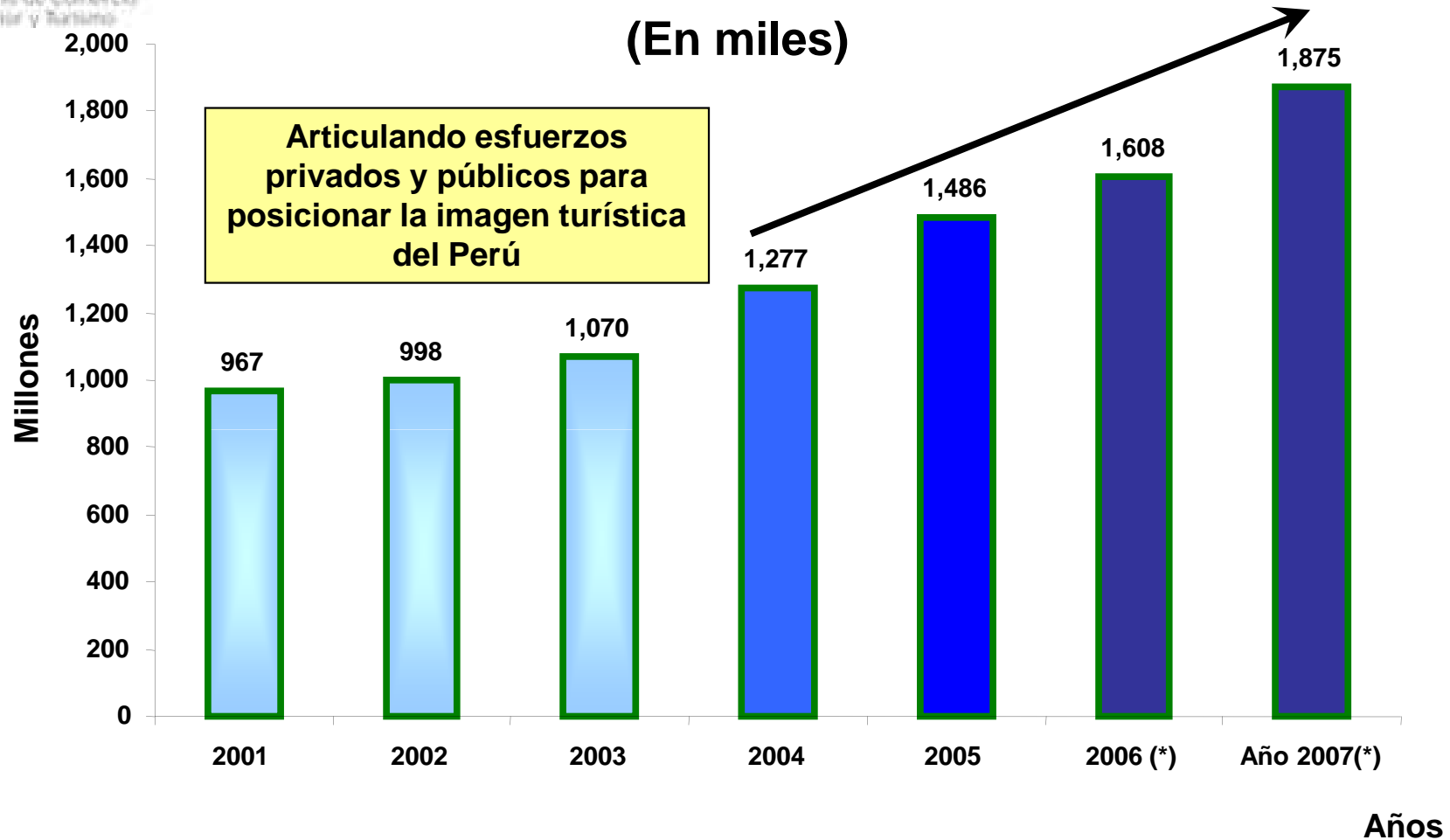
Miles de millones de US\$ FOB



Fuente: SUNAT

Estimaciones 2007

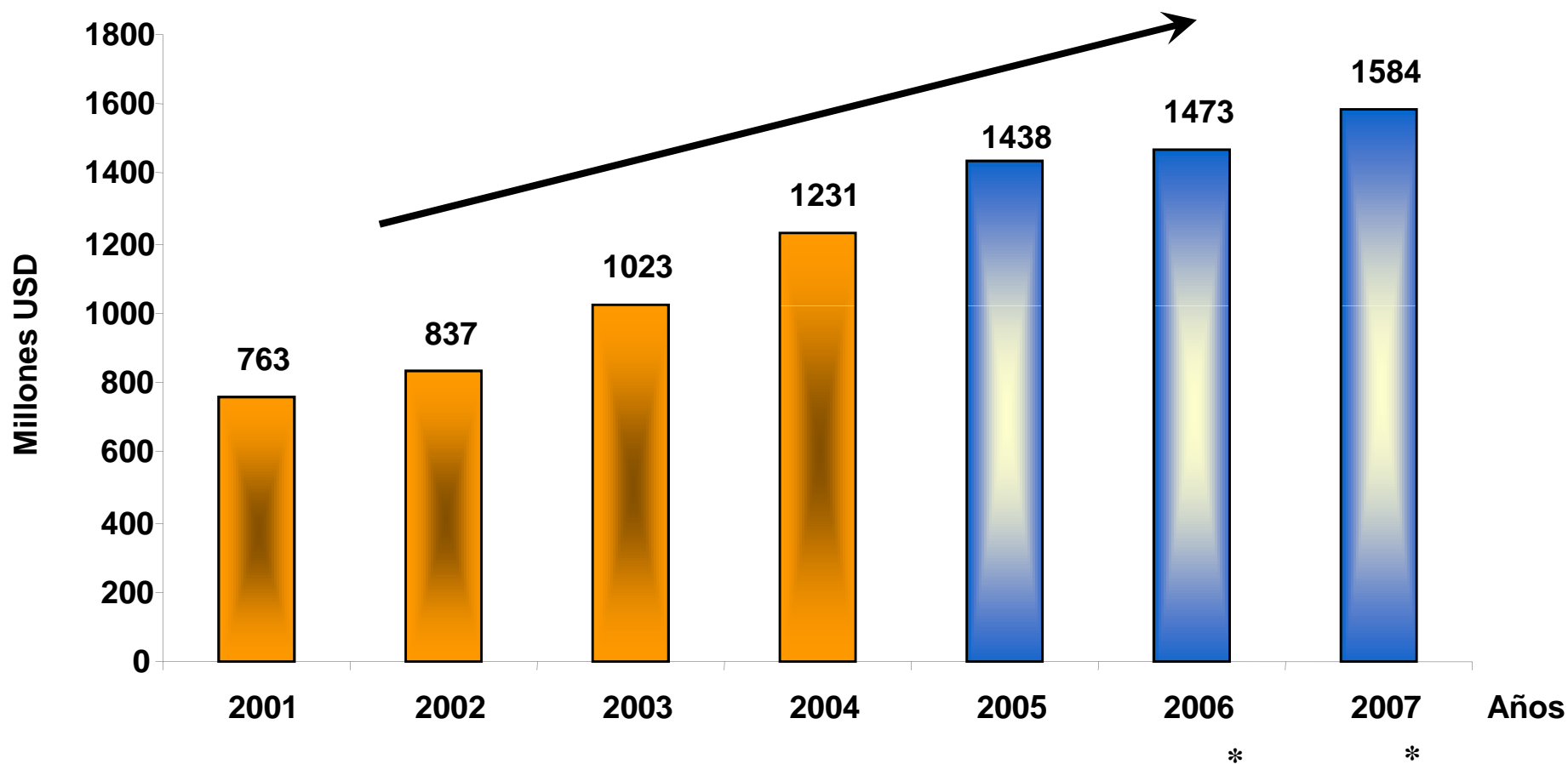
EVOLUCIÓN DE ARRIBOS DE VISITANTES INTERNACIONALES AL PERU, 2001 – 2007*



Fuente: MINCETUR

* Estimación

Turismo Perú: Ingreso de divisas 2001 – 2007* (En millones de US\$)



Fuente: MINCETUR / BCRP

* Estimación

** Proyecciones

Principales Acciones de Promoción de Exportaciones

SECTOR	ACTIVIDAD	BENEFICIO
AGRO Y AGROINDUSTRIA	Ferias en Alemania, Japón y Estados Unidos	Ventas estimadas US\$ 61 MM.
	Consortios exportadores de pequeños productores	Apoyo a las asociaciones
	Buenas prácticas agrícolas, manufacturas, sistemas de calidad y normas técnicas peruanas	500 empresas
PESCA Y ACUICULTURA	Ferias internacionales en EEUU, China, España y Bélgica	Ventas estimadas US\$ 40 MM.
	Difusión y promoción del sello de calidad y normas técnicas	60 empresas de 6 regiones
	Asistencia comercial y asociatividad	Apoyo a pequeños/ med.productores
TEXTIL CONFECCIONES	Ferias Perú Moda, Magic, WSA, Material World	Ventas estimadas US\$ 65 MM 300 empresas participantes
	Desarrollo de programas de gestión empresarial, Planes Exportadores y Buenas Practicas de Calidad y Mercadeo	150 PYMES en 4 Regiones
	Programa de adecuación de oferta	100 Pymes en 4 Regiones
ARTESANÍAS	Feria Ambiente Frankfurt – Alemania	Ventas estimadas US\$ 2 Millones.
	Peruvian Gift Show Lima – Perú	Ventas estim..US\$ 6 MM - 100 emp. peruanas, 80 importadores
	Desarrollo de programas de capacitación en regiones	400 empresas capacitadas, en 12 regiones.
MADERAS	Feria World Market Center – EE.UU.	Ventas estimadas US\$ 2 Millones
	Programa de desarrollo de la oferta exportable de puertas	Ventas estimadas US\$ 3 Millones
	Apoyo a la formación de grupos empresariales y consorcios	7 grupos: 35 empresas



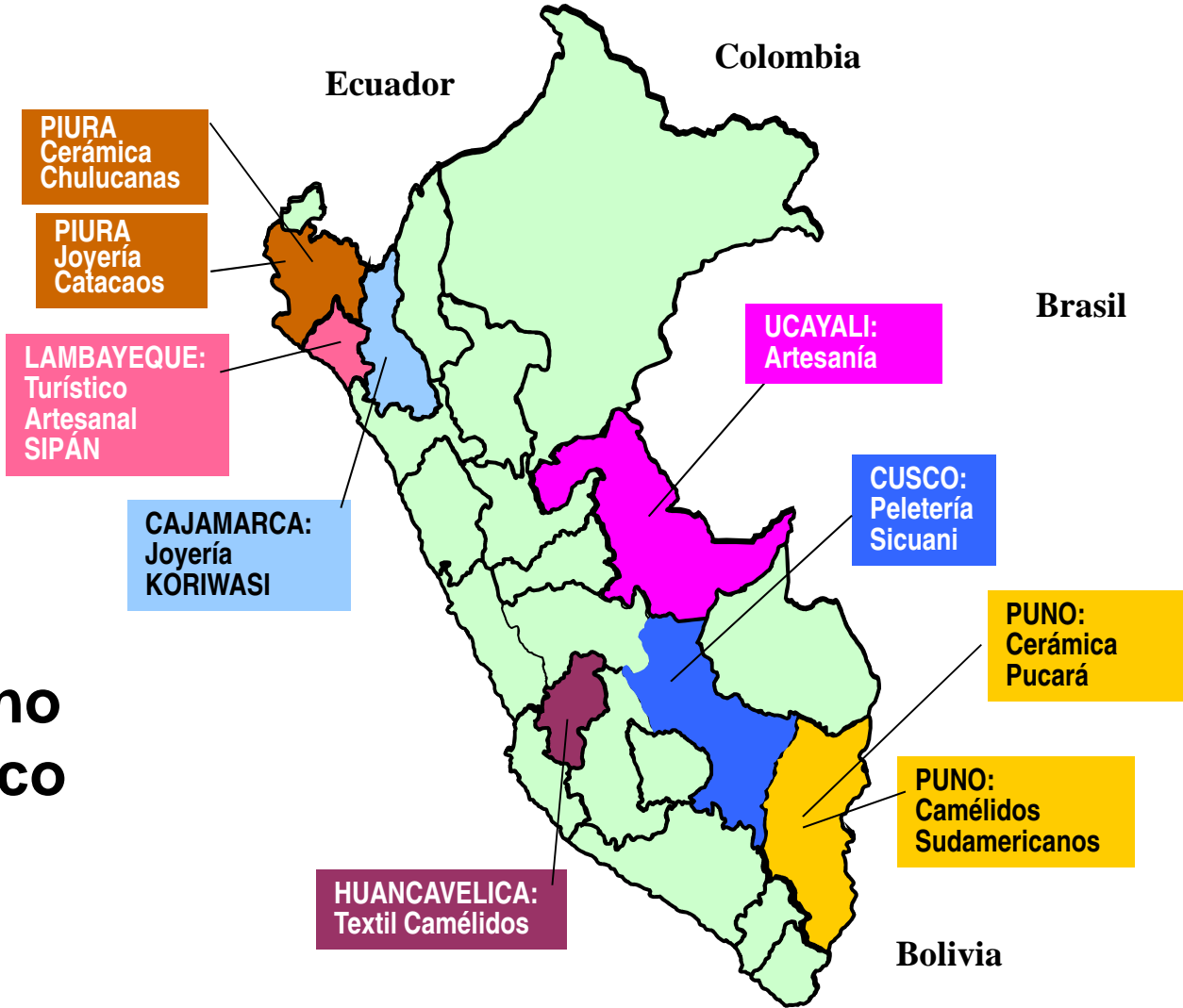
LA OFERTA



CITEs ARTESANALES Y TURISTICOS



Océano
Pacífico



Chile

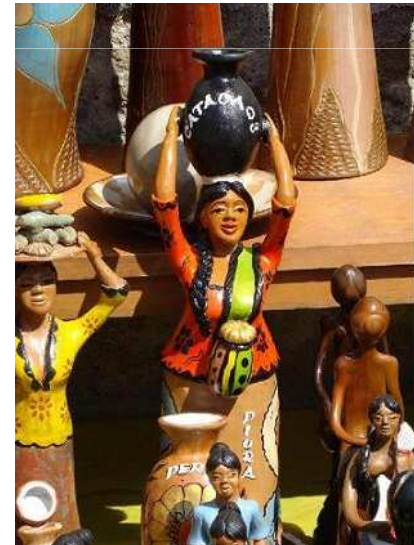








Catacaos



Catacaos



BENCHMARKING

Aprendiendo del mejor



1

Proceso de creación



Cada obra Lladró es el fruto de un laborioso proceso artístico. Los escultores trabajan alentados por su inspiración pero además llevan a cabo, cuando la obra lo requiere, un minucioso proceso de documentación. Es el caso de piezas o colecciones que reflejan otras culturas, en las que todos los detalles se cuidan al máximo.

A partir de una idea, el escultor realiza un primer esbozo de la nueva **figura en barro**, que será examinado y aprobado por el Comité de Creatividad, en el que, entre otros miembros, hay una representación de la familia Lladró. El boceto en barro se reproduce en **escayola** para dar lugar a un primer molde, del que surgirán los moldes definitivos para crear la figura en porcelana.

2

Una figura de tamaño mediano puede necesitar de 15 a 20 **moldes**, llegando a 300 en el caso de piezas complejas. Los fragmentos que surgen de estos moldes se unen con pasta líquida de porcelana para obtener una reproducción exacta del modelo original.

3

La decoración

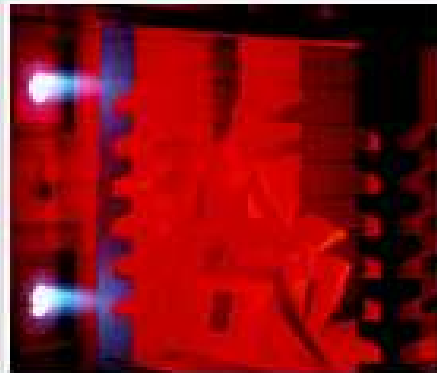


Tras la reconstrucción de la figura se procede a la **decoración**, de acuerdo con las indicaciones del escultor, y se graba la superficie de la pieza, hasta el momento lisa, con los delicados motivos que le darán su aspecto final. En este proceso se dota de expresión a los rostros de las esculturas y se perfilan con delicadeza los más mínimos detalles. Asimismo, se procede a pintar la figura, que posteriormente se recubrirá con una capa de barniz si debe presentar un acabado brillo, para conferirle el acabado cristalino tan característico de Lladró.



Algunas esculturas de Lladró presentan además uno de los elementos más preciados y diferenciadores de la marca: las flores. Cada una está realizada íntegramente a mano, siguiendo un proceso muy delicado, engarzando los pétalos uno a uno, con el fin de conseguir creaciones únicas e irrepetibles.

4



La cocción en el horno

Finalmente, la escultura es sometida a la prueba de fuego: cerca de 24 horas en el horno a más de 1300° C. La porcelana vitrifica, el barniz cristaliza y los verdaderos colores Lladró, que hasta ahora permanecían ocultos, salen a la superficie.

Una vez concluido el proceso de elaboración, la escultura pasa por diversos controles de calidad. La mayoría de las piezas llegan perfectas al final del proceso, pero aquellas que no cumplen los estándares de calidad Lladró son destruidas.

Un amplio equipo de artistas contribuye a crear las esculturas Lladró, haciendo que cada pieza sea única: pintores, ornamentadores, artistas de flores... Todos ellos aportan su conocimiento y experiencia para la consecución de una obra de la máxima calidad artística y técnica.

MUSEO
LLADRÓ

Porcelana
Pintura siglos XIV-XX

01 CONOZCA EL MUSEO LLADRÓ 02 DÓNDE ESTAMOS 03 VISÍTENOS 04 AGENDA CULTURAL Y NOTICIAS

Conozca el Museo Lladró

El Museo Lladró, además de alojar una importante colección pictórica y de porcelana, promueve diversas actividades culturales de las que usted puede disfrutar. Conozca el contenido del museo y su agenda.



COLECCIÓN DE
PORCELANA



COLECCIÓN
PICTÓRICA



VISITA AL
PROCESO DE
CREACION



CHARLAS
SEMINARIOS
Y TALLERES



Alta Porcelana



Series Limitadas



Privilege Gold



Sociedad del
Coleccionista

Catálogo histórico



Lladro Privilege



Desnudos y Esculturas

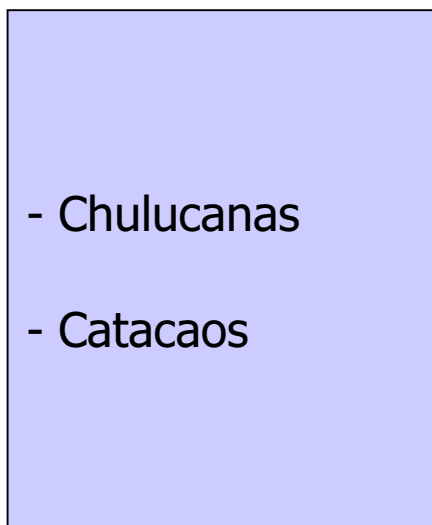


Havidad

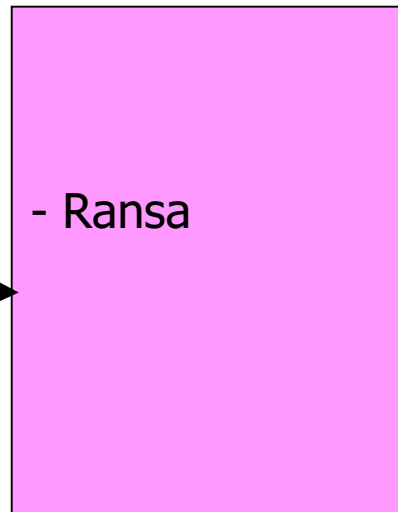
**PROPUESTA DE 4 "P"
REGIÓN PIURA**

Producto

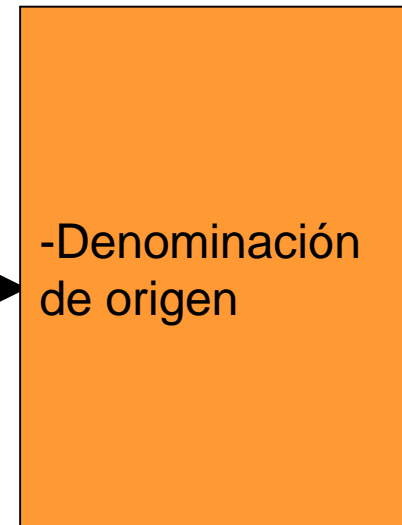
Los productores



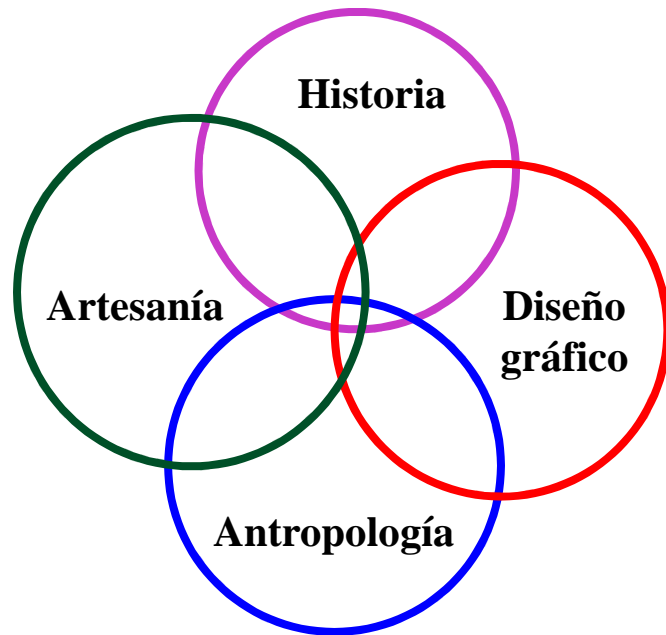
Los agentes



Los sellos de garantía:



Concepto de diseño



Con trabajo en equipo se debe articular la historia de la Región Piura con la artesanía.

NUESTROS ÁMBITOS DE ACTUACIÓN:

Importación: mimbré, paja toquilla, oro, plata.

Cooperación internacional: ejecución de proyectos de cooperación en joyería, paja toquilla, artesanía.

Capacitación y asistencia técnica a productores: en diseño, marketing, calidad de producto, embalaje, almacenaje.

Marketing: campañas sociales y promocionales de líneas de productos.

Educación y formación: proyectos y materiales didácticos, talleres en enseñanza secundaria, formación universitaria, instituciones públicas.

Investigación: investigación del consumo internacional, por sector y producto.

Coordinación con redes y movimientos sociales: para conseguir nuevos mercados, como el mercado justo.

Financiación: instrumento financiero de préstamos solidarios.

Información al consumidor: material in/informativo sobre Consumo y sus tendencias.

Precio

Costos de producción

+

Utilidad mínima de 30% sobre el costo

Promoción

Crear redes nacionales e internacionales: conectando CITE´s de similares características.

Establecer controles de calidad: en los procesos de formación, de producción, circuitos de distribución de productos, atención al público.

Crear un diseño corporativo: estableciendo estándares de imagen. Gestionar marca Colectiva.



Merchandising



PROGRAMA DE DINAMIZACIÓN:

Visitas guiadas a locales de artesanía por parte de:

- Colegios de inicial, primaria, secundaria.
- Institutos y Universidades.
- Escuela de arte
- Exposiciones de productos.
- Organización de Jornadas: mural fotográfico.

Visitas NO guiadas (itinerario prediseñado y señalado) de:

- Población en general
 - Visitantes foráneos
-

COOPERACIÓN LOCAL:

Visitas guiadas y Jornadas de puertas abiertas:

- Colaboración cotidiana y directa con los **centros de enseñanza** para:

- + Realización de encuentros con estudiantes universitarios. (Charlas y coloquios)
 - + Realización de prácticas para alumnos que preparan sus estudios en Artes.
 - + Presencia en **ferias y eventos relacionados con la Artesanía de la región Piura.**
-

Artesanía / merchandising

Reproducciones a escala de los instrumentos musicales, los libros, grabados, objetos, muebles, cerámicas, tallas, pinturas, textiles, alfarería, cestería.



Plaza

- **ETAPAS:**

- la iniciación,
- la especialización y
- la profesionalización,

- **ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:**

- la escuela de verano,
- cursos monográficos y
- talleres temáticos,
- talleres de investigación para el desarrollo de nuevas tecnologías en la concepción y producción artesanal.



Ley 20973 (25/07/2007) Temas relevantes:

1. Definición y clasificación de artesanía, dividiendo ésta en utilitaria y artística.
2. Rol promotor del Estado.
3. Se hace mención al Consejo Nacional de Fomento Artesana y sus funciones.
4. Se señalan los lineamientos estratégicos de promoción, mediante los cuales se orientará la acción del Estado.
5. Se regula el tema de acceso al mercado y de la competitividad a cargo del MINCETUR, respecto a la promoción de las exportaciones, de la promoción turística y de la promoción de la pequeña y microempresa. Así como también, el sistema de información para la promoción y desarrollo del artesano y del reconocimiento y estímulo en función a las actividades desarrolladas por los artesanos, y de las medidas para la certificación y protección de la propiedad intelectual en la actividad artesanal.
6. Acciones para la formación y capacitación del artesano a cargo de los Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo del Perú y otras entidades educativas, y de la investigación, asistencia e innovación tecnológica a cargo del MINCETUR y de los gobiernos regionales y locales, en coordinación con los organismos competentes de investigación, desarrollo tecnológico y competitividad en el país.
7. Obligación de las autoridades competentes de velar por la adecuada conservación, protección y por la explotación sustentable de materias primas del medio ambiente, en peligros de extinción que sean utilizadas en la elaboración de productos artesanales.